证券代码： 300498 证券简称：温氏股份

广东温氏食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20160830

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | □特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 ☑路演活动  □现场参观  ☑其他 业绩推介会 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 华夏基金 林晶、 刘文成、林峰、孙轶佳、孙萌；中国人寿 周伟业；招商银行 孔晓朵、刘彦文；中和资本 白雪、武方瑞；水杉投资 韩硕、 陈聪聪；天润资本 沈中芳、马少纯；民生信托 杨大宇；中今睿智 苗有鹏；南山资本 赵庆；富华投资 王海中；环球时刻（北京） 贾纯冶；英大证券 朱再川。 |
| 时间 | 2016年08月30日 |
| 地点 | 北京西城区金融街月坛中心一号院7号楼10层、西城区金融大街17号中国人寿中心8层；西城区金融街洲际酒店西安二厅。 |
| 上市公司接待人员姓名 | 梅锦方、林建兴、黄聪、梁伟全、黄艳 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 1. **公司基本情况介绍**   温氏股份是以肉猪、肉鸡养殖为主，以奶牛、肉鸭养殖为辅，以食品加工、农牧设备制造为产业链配套的大型畜禽养殖企业。2016年上半年，公司销售商品肉鸡3.64亿只，商品肉猪804.89万头。上半年营业收入283.59亿元，归属于中归属于上市公司股东的净利润72.27亿元。  **二． Q-A 环节**  **1．公司养殖合作农户平均一户一年出栏多少头商品肉猪？**  答:公司合作农户一般每年饲养2批，一批约400头，一年农户出栏约800头；但也有的新农户一批可饲养1000头。随着设备和规模的扩大，农户商品肉猪出栏量逐年增加。  **2.合作农户一年委托代养800头商品肉猪，其前期建舍的投资是多少？**  答:40多万。  **3.合作农户委托养殖商品肉猪的回报率怎样？**  答：合作农户平均每年代养800头商品肉猪，当前，每头肉猪收益220多元。  **4.2014年行情不是很好的时候，合作农户每头肉猪能赚到多少？**  答：平均150元/头左右。  **5.公司一头商品肉猪的成本是多少？**  答; 约6元/斤，此成本是每斤肉猪的综合成本。  **6.公司一头商品肉猪的饲养栏舍面积要多大？**  答:平均1.5 m²/头。  **7. 公司对未来商品肉猪价格走向怎么看？**  答：现在肉猪价格处于高位，预计这种高位状态应该会稳定持续较长一段时间，主要是由于环保措施的落实，不少猪场被拆，新进入行业的壁垒提高，供给偏紧所致。  **8.如果未来价格下降了，公司会考虑其建设的规模吗？**  答：价格不是规模扩大的主要因素，目前公司商品肉猪占全国的市场占有率只有2%左右，与公司的战略目标还有很大距离，公司会坚持按制定的发展规划做好生产管理和发展工作。  **9.全国规模化养猪的比例占整个市场有30%吗？**  答：从全国范围来看，目前主要还是以散户养猪为主，规模化养殖在不断壮大和发展，散户处于逐步退出的状态。  **10.环保政策对公司的影响及公司及合作农户是怎样落实环保工作的？**  答:公司将环保作为企业可持续发展战略的重要环节和企业的核心竞争力之一，非常注重环保工作。公司在其发展壮大过程中，已经形成了很成熟的环保工艺，各生产单位尤其是合作农户均按照环保建设标准配套完善环保设施。公司拥有完善的环保管理体系，设立了环保部门，配备专业环保人员，养殖场严格遵循“三同时”原则。具体生产过程中产生的废物经过固液分离，液体部分通过氧化、分离等污水处理工艺后达标排放，也可加工沼气后有效利用；固体部分可发酵作有机肥；动物尸体采取无害化处理等。具备先进的环保设施并管理到位之后，环保政策出台对于公司来说是机遇。  **11.公司商品肉鸡合作农户养殖规模是多少？公司怎样管理分散的合作农户？**  答:公司商品肉鸡的合作农户养殖规模平均在15000-20000只/年，公司设有服务部，有专业的养户管理员服务、指导和监督合作农户。技术层面，公司通过物联网技术的应用，可以及时、整体地反应合作农户的生产现场情况。  **12.公司的疫苗和药物都是公司研发和生产提供的吗？**  答：公司商品肉猪和肉鸡的出栏量大，公司防疫用的疫苗和药物既有公司自主研发及生产的，也有外购。  **13. 宏观层面来看，“公司+农户”和“自繁自养”模式哪个更具有优势？公司全产业链发展和产业链中某一环节的发展哪个更好呢?**  答：（1）国外养殖业大多发展为“公司+农户”模式，此模式也很适合中国国情。农业生产本身具有分散性，需要大量的土地。结合中国现状及养殖业环保的需求，“公司+农户”更具有环保、资金、技术和服务优势，适合中国农业发展方向。温氏30多年养殖技术的发展，在国内处于领先地位，是一个很好的养殖业服务平台。  (2)养殖业的产业链比较分散，分品种繁育、种苗生产、饲料生产、饲养管理、疫病防治、产品销售环节。全产业链中各环节是相连的，减少了各环节的交易成本，是成熟的发展模式。  **14．公司在东北地区的发展是由于其环保优势吗？**  答：东北地区土地广阔，多以平原为主，离经济发达地区的距离近，原料采购成本和运输成本相对较低。  **15.为什么公司对合作农户和当地政府的吸引力如此强？**  答:公司坚持“精诚合作，齐创美满生活”的理念，重视保持合作农户的收益相对稳定，并随着物价水平的提升，逐年提升合作农户的收益，得到合作农户的信任。公司进入新地区后，积极响应国家“精准扶贫”政策，带动当地农民致富，提高当地的农牧发展水平；同时公司做好环保工作，带动当地就业和相关产业的发展，受到合作农户和当地政府的支持和欢迎。  **16.如果发生疫病，公司怎样应对?谁承担亏损？**  答:公司经过30多年的发展，疫病防控技术已经相当成熟，在疫病防控方面积累了很多经验。如果是农户自身饲养环节肉鸡、肉猪引起疾病，农户需承担其饲养风险；如果社会出现新疫情，公司会主动承担责任。  **17.黄羽鸡和白羽鸡有什么区别？两者价格上有必然关系吗？**  答：（1）白羽鸡是国外引进来的品种，体大肥硕，饲料转换率高，饲养天龄45天左右，适于西式快餐烹饪；而黄羽鸡是中国传统品种，是走地鸡，瘦肉多，饲养天龄长，有饲养60天至230天的品种，适于中式高档酒宴烹饪。  （2）两者没有必然关系。黄羽鸡的价格高于白羽鸡，如果白羽鸡价格上升，对黄羽鸡价格有推动作用；黄羽鸡和白羽鸡的客户群体不一样，白羽鸡价格下跌，黄羽鸡价格也不受其影响。  **18.公司商品肉猪的增长速度快于商品肉鸡的原因。**  答：公司商品肉猪占全国市场占有率2%左右，养猪业务还有很大发展空间；养猪的难度大，饲养周期较长，利润高于商品肉鸡，所以公司目前稳定商品肉鸡发展，扩大商品肉猪规模。  **19.现代农业有互联网的参与，公司怎样考虑及应对？**  答：公司在90年代初已经购置计算机，起步计算机信息管理，发展局域网系统。现在，公司对互联网的应用也是超前的。2005年，公司信息管理系统建成，并不断在实践中改善提升。2010年，公司提出“物联网+”。在生产管理、销售环节、金融投资各个领域，公司已经实现信息化管理。  **20.公司作为养殖业的龙头企业，怎样应对行业的周期？**  答：公司具有相关经验丰富、养殖成本低、管理水平高、流动性资产多、资产负债率低的优势。另外，公司以养殖肉猪、肉鸡为主要业务，两个主业周期不同步，可以互相弥补；布局方面，公司积极探索牛和肉鸭养殖业的利润爆发点，寻求下游屠宰加工产业在原有基础上有所突破，减轻行业周期对公司的冲击力。  **21.公司饲料原料有从国外进口吗？**  答：公司绝大多饲料原料在国内采购，只有极少部分进口。  **22.国外和中国养殖业规模有什么区别?国外（尤其是美国）的管理方面公司有什么可以借鉴呢？**  答：（1）美国养殖业属于规模化全产业链发展。公司未来养殖规模扩大了，合作农户出栏量提升以后将接近美国的养殖模式。  （2)公司目前以商品肉猪、肉鸡养殖为主业，下游屠宰产业还处于探索阶段，未来下游发展可以借鉴。  **23．公司的模式和北京一些老字号连锁加盟店有什么区别或者相似之处？**  答：跟北京老字号加盟比，公司的工作和任务不一样。公司类似于农业的连锁企业。在这过程中，公司提供猪苗、饲料、疫苗药物和销售，合作农户负责饲养这一环节。  **24.合作农户投资成本中，涉及公司从中小额贷获利吗？**  答：不涉及。公司以各种形式协助其建设，以降低后续生产成本。 |
| 附件清单（如有） | PPT |
| 日期 | 2016年08月30日 |