

证券代码：300498

证券简称：温氏股份

温氏食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：202104

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）天风证券春季小范围线上策略会
参与单位名称及人员姓名	天风证券-吴立、陈潇；易方达基金-陈礼昕；景顺长城-邓敬东；嘉实基金-朱子君；平安养老-朱丽丽；农银人寿-付方宝；汇安基金-任望宇；华安基金-李晓峥；大家资产-朱姝婧；长信基金-徐颢；新华资产-杨思思；国泰基金-胡松；银河基金-施文琪；国投瑞银-孙文龙；光大资管-饶于晨等 32 位机构投资者。
时间	2021 年 03 月 10 日
地点	温氏股份总部 20 楼会议室
上市公司接待人员姓名	证券事务部副总经理黄聪
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、Q&A</p> <p>1.公司 2020 年在养猪业务夯实内功方面做了哪些工作？取得哪些成果？</p> <p>答：2020 年，公司集中精力，围绕防控非洲猪瘟疫情，做好了以下几个方面的工作。</p> <p>（一）建立并优化了生物安全防控体系，强化“以防为主”理念，采取最严密的安全防控措施，从技术、管理、行政手段等全方位完善防控流程，明确每一级岗位和人员的防控责任，加强检查监督。</p> <p>（二）加大力度配套软硬件设施。软件方面，公司完善了技术标准和配套制度，加大了现场检查巡查频率，提高猪舍建设标准，增加防非技术人员岗位，负责清洗消毒、现场巡查、实验室检测、安全员等工作。硬件配套方面，增建人员隔离点、洗消中心、物资中转站、疾病监测实验室等设施，同时增加各类防非配套设备，购</p>

买各类专用运输车辆。除此之外，公司还增建了后备猪饲养舍，推进猪场母猪实现内循环。

（三）加强检测频率和检测范围，做到早发现、早治疗、早拔牙，有效推行精准清除。

经过一年多的努力，公司防控非洲猪瘟疫情取得了较好的效果。公司干部员工信心倍增，干劲十足。

2.去年一年，公司在组织调整方面动作不断，主要做了哪些工作？

答：公司去年在组织架构上进行了大刀阔斧的改革。

（一）聘请了专业咨询公司对公司总部职能定位进行系统梳理。根据公司新时期发展要求，提出了公司变革的方向——明确了总部定位由“事务管理型”向“价值创造型”方向转型。公司总部将聚焦4大中心的新定位，分别为“战略引领中心”、“业务赋能中心”、“风险管控中心”及“标准制度中心”。2021年公司将进一步梳理事业部层面及下属单位的定位，促使管理更加高效顺畅，执行更加到位。

（二）聘任新总裁，并迅速组建充满活力的领导团队。新的高管团队能够深刻理解董事会做出的战略决策，强抓执行力，迅速细化、落地和贯彻董事会的决策，量化目标任务，强化指标考核。公司大胆重用在一防非成功的管理者，破格提拔原云南养猪公司和秦晋养猪公司总经理为集团副总裁兼猪业一部、二部总裁，把他们成功的防非经验进行全面推广，对于人才的激励也取得了正向激励作用。

（三）组织管理调整方面，公司去年也做了较大的改变，如成立水禽事业部，搭建公司新的发展平台。将原养猪事业部拆分为种猪事业部、猪业一部和猪业二部，控制合理的管理规模和跨度，提升公司专业化管理水平和工作效率，实现精准管理。其中，种猪事业部定位为商业育种公司，响应国家“突破种源‘卡脖子’，打好种业翻身仗”的号召，目标是要做中国第一、世界一流的种猪公司。猪业一部和猪业二部成立后，管理更加精细到位，定位更加清晰，在企业内部形成了较好的竞争和

学习的氛围。

3.请问公司去年资本开支和今年的资本开支计划大约为多少？

答：2020年，公司资本开支约130亿元，公司初步计划2021年资本开支计划超100亿元。

4.公司目前母猪存栏情况及计划？

答：公司目前有能繁母猪约110万头，后备母猪约50万头。预计到今年年底，公司能繁母猪群体数量达180万头左右，后备母猪80万头左右。过去一年，公司贯彻高淘高补的策略，提高母猪质量，效果较为明显，为未来的发展打下了坚实的基础。

5.公司对今年黄羽肉鸡板块行情的判断？

答：近期黄羽肉鸡行情较好。总体来说，预计今年黄羽肉鸡行情比去年好。预计2021年全年黄羽肉鸡均价约6.8-7元/斤。

6.公司禽业和猪业产业链延伸如何规划？屠宰加工销售渠道主要有哪些？

答：禽业方面，公司五五规划为“532”比例，即未来黄羽肉鸡中50%以毛鸡形态销售，30%以鲜品形态销售，20%以熟食形态销售。

猪业方面，公司五五规划为“82”比例，即80%以毛猪形态销售，20%为屠宰后鲜品形态销售。

销售渠道方面，公司鲜品主要销售给批发商和代理商渠道等B端客户，主要有：一是机关团体，以工厂、学校、批发市场的大客户为主；二是餐饮连锁企业客户，如紫燕鸡、老乡鸡、真功夫等；三是公司在中心城市自建社区终端营销店，面向社会及周边批发市场批发；四是社区零售团购业务等。目前公司产品销售渠道畅通，有较强的竞争优势。

7.除黄羽肉鸡外，公司未来是否会考虑大力推行肉鸭及生猪屠宰加工？

答：公司黄羽肉鸡屠宰加工探索较早，效果也比较明显，积累了较为成熟的经

	<p>验。根据公司规划，公司也会配套肉鸭屠宰加工业务，目前相关业务增速较快。生猪屠宰加工方面，公司将坚持“82”比例进行屠宰布局，目前公司有生猪屠宰产能约 150 万头。预计到今年年底，新增屠宰竣工产能约 400 万头。未来两到三年，公司会持续推进生猪屠宰产能的建设。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 03 月 11 日