

证券代码：002124

证券简称：ST 天邦

2025 年 1 月 15 日投资者关系活动记录表

编号：2025-002

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：野村东方国际证券电话交流会
参与单位名称及人员姓名	野村东方国际证券 周悦琅、彭琦茹、樊蕊；博时基金 顾恒轩；农银理财 邢涛；途灵资管 赵梓峰；银河基金 施文琪；广发基金 陈哲；嘉实基金 李亨通；前海开源基金 刘智博；信达澳亚 张兆函；财通资管 赵雯；汇鑫投资 花颖喆；天弘基金 唐博；彤源投资 杨霞；鹏山资产 崔良旭等 18 位机构投资者
时间	2025 年 1 月 15 日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：章湘云 证券事务代表：胡尔丹
投资者关系活动主要内容介绍	【公司经营情况介绍】 公司全年预计实现盈利 13.6-15.6 亿元，扣非净利润 1.9-2.8 亿元，相比去年同期亏损 28.83 亿元大幅扭亏为盈。 公司全年累计生猪出栏 599.16 万头，其中育肥猪出栏 392.82 万头，仔猪出栏 206.34 万头。食品板块全年累计屠宰生猪 157.85 万头。 【投资者问答】 提问 1. 公司 24 年生猪养殖完全成本下降明显，未来降本有哪些主要措施？ 回复：公司四季度延续养殖成本下降趋势，2024 年第四季度育肥完全成本已下降至 13.93 元/公斤，相比第一季度 16.72 元

/公斤下降 2.79 元/公斤。其中饲料价格下降贡献 42%左右，能耗、摊销费用降低及上市率提升、出栏均重提升等生产成绩改善贡献 58%左右。12 月单月公司育肥完全成本已降至 13.45 元/公斤。由于公司资金较为紧张，产能满负荷率较低、肥猪出栏均重较低等因素制约了降本力度。其中由猪场空栏导致的折旧摊销费用为 0.53 元/公斤，剔除空栏影响后育肥完全成本为 12.92 元/公斤。未来，公司将继续通过改善养殖效率、提升满负荷率、推进产能区域调整、优化出栏结构和出栏体重等途径推进进一步降本。

提问 2. 公司明年的出栏计划和成本目标如何？

回复：公司初步计划 2025 年上市育肥猪 500 万头，断奶仔猪 210 万头。具体的规划数据以 2024 年年度报告披露的规划为准。在不考虑饲料原料价格波动的情况下，2025 年育肥完全成本目标是进一步降至 12.8 元/公斤以下。

提问 3. 请问公司当前能繁母猪数量及未来规划？

回复：2024 年由于公司资金较紧张，能繁母猪数量稳中微增，截至 12 月末能繁母猪存栏量为 26.18 万头。目前规划 2025 年底能繁母猪数量要达到 40 万头。

提问 4. 公司目前自养和代养两种养殖模式的出栏比例及未来发展重点规划情况？

回复：2024 年公司出栏的育肥猪中，自养（自建加租赁）出栏占比约 35%，农户代养占比约为 65%。2025 年公司不会继续扩大自养的产能，重点在提升现有产能的利用率。结合公司目前情况及前期实践评估来看，农户代养模式更有优势，整体养殖成绩较好，代养模式也能减轻公司的现金流压力，因此未来一段时间内育肥产能的发展会以代养为主。

提问 5. 请问对 2025 年猪价的想法？在当前猪周期变化的情况下，公司如何保持企业的发展？

回复：公司对后续猪价持谨慎乐观态度，更重要的还是要练好内功，专注自身经营管理，提高生产效率，降低养殖成本。同时下游食品业务逐步提升产能利用率和品牌营销能力，进一步提升盈利空间和稳定性。

	<p>提问 6. 请问食品板块是不是还没有达到盈亏平衡点，想问下公司对食品板块的 2025 年如何规划？目前有哪些合作的大客户？</p> <p>回复：拾分味道 2025 年将继续关注品质和服务，一方面坚持做安全、健康、美味的猪肉及其制品，在为客户提供增值服务的同时提升拾分味道的盈利能力，充分发挥拾分味道猪肉品质竞争力；另一方面积极拓展国内优质合作客户，依托生猪全产业链，逐步建立拾分味道品牌影响力，通过研发销售各类深加工食品来提升毛利，尽快实现盈亏平衡。拾分味道坚持屠宰汉世伟养殖的优质商品猪，在保证品质和安全的情况下逐步提升屠宰产能利用率。根据公司目前初步出栏规划拾分味道初步预计全年屠宰 200-220 万头，屠宰量根据市场行情、自身经营情况等因素而定。公司的目标客户是追求猪肉品质的客户，目前公司已成功入驻盒马、大润发等全国知名商超，与荷美尔、双鱼、黄山全江等大型食品加工厂，同庆楼、小菜园、醉辉皇等连锁餐饮企业形成战略合作伙伴关系，并稳步提升合作体量，获得了客户的广泛好评。2024 年麦德龙、金龙鱼、京东、老乡鸡等 12 个客户验厂顺利通过，相关合作正在进一步推进中。同时正在全力转化已有的流量资源，在电商平台打造更多食品大单品，触达更多消费者。</p> <p>提问 7. 未来公司的资本开支计划如何？</p> <p>回复：资本开支方面，公司计划主要投入防非技改、季节性空气过滤等设施，强化舒适度管理，无新建产能计划，未来重点在于提升现有产能利用率。嗨客未来引种可能会需要一定的投入，主要计划通过供应链融资来实现。</p>
<p>说明</p>	<p>1.本次投资者交流活动未涉及应披露重大信息。 2.参会人员名单由组织机构提供并经整理后披露。公司无法保证所有参会人员及其单位名称的完整性和准确性，请投资者注意。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2025 年 1 月 15 日</p>