证券代码：002746

证券简称：仙坛股份

山东仙坛股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观	☐ 分析师会议 ☒ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 其他（电话会议）
参与单位名称及 人员姓名	线上参与公司 2024 年度报告网上说明会的投资者	
时间	2025 年 04 月 30 日 15:00-17:00	
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）	
形式	网络远程	
上市公司 接待人员姓名	董事长：王寿纯先生 董事、资深副总裁、财务总监、董事会秘书：许士卫先生 独立董事：徐景熙先生	
投资者关系 活动主要 内容介绍	<p>公司于 2025 年 04 月 30 日（星期三）下午 15 点至 17 点在价值在线举行 2024 年度报告网上说明会。本次说明会采用网络远程的方式举行，说明会问答环节内容如下：</p> <p>1、公司的“十统一”管理下的“公司 + 自养场 + 农场”合作养殖模式在实际运营中效果如何？</p> <p>答：公司集多年白羽肉鸡专业养殖经验，对商品代肉鸡养殖业务采取“公司+自养场+农场”的合作养殖模式，有效整合了公司科学养殖的流程化“十统一”管理优势，以及基地合作场</p>	

零星土地、闲散资金和养殖责任心的分散养殖优势，实现了生物安全风险可控下的养殖规模快速扩张，同时亦在公司与合作场之间形成合作共赢的信赖机制，并带动农民致富。感谢您的关注。

2、未来在国内外市场的拓展计划是怎样的？

答:公司的销售渠道不再聚焦于传统赛道，继而向连锁餐饮、团餐、便利店及线上等多种新兴的多元化销售赛道转型。仙坛鸿食品在上海成立了分公司，致力于熟食产品的创新研发及改良工作，以满足市场日益多样化、个性化的需求；建设网络营销平台、拓展全产业链内涵，增加价值链、拓展利益链，不断提高产品附加值，打造新的增长点。在国际市场拓展方面，仙坛股份正借助“一带一路”政策东风，积极搭建国际营销网络，重点布局欧盟、日韩、中东、东南亚及非洲市场，稳步推进产品出口资质申办，助力企业海外业务拓展。感谢您的关注。

3、未来随着行业规模化程度提高，公司认为行业竞争格局会发生哪些变化，自身将如何应对？

答:目前我国肉鸡养殖群体已趋于中大型养殖规模。未来随着肉鸡养殖规模化程度的提高，行业周期性表现将趋于平缓。仙坛股份经过二十多年在白羽肉鸡养殖与屠宰加工行业的专注经营，公司通过产业链纵向高度整合，实现了种鸡养殖到鸡肉产品加工销售完整产业链的全环节覆盖。公司将继续精耕全产业链各环节，专注强链、延链、补链，通过优化饲料配方、提高生产性能、提升养殖效果以及精细化运营管理等举措提质增效、节能降耗，进一步提升公司的盈利能力，加强公司横向规模扩张和纵向链条延伸。感谢您的关注。

4、公司未来发展方向，以及投入力度是怎样的？

答:公司秉承“以人为本、客户至上、诚信务实、创新进取”的核心价值观，践行“不忘初心、牢记使命、盛国强企、

造福社会”的企业使命，弘扬“发展绿色产业、奉献健康食品”的经营宗旨，崇尚“安全、公平、共赢、和谐”的合作理念，不断提高技术水平和管理水平、完善企业现有“公司+自养场+农场”的饲养模式，充分发挥一体化自繁、自养、自宰经营模式的竞争优势，稳步扩大企业生产经营规模，创造良好的经济效益和社会效益，使股东获得满意的投资回报，为国家畜牧业发展做出贡献。感谢您的关注。

5、国家对食品安全和质量标准的要求不断提高，这对公司的生产经营带来了哪些挑战和机遇？公司在满足这些标准方面有哪些具体的投入和措施？

答:公司对饲料生产、肉鸡养殖与屠宰、鸡肉加工实施全过程的食品安全控制，通过标准化管理与流程化作业将生物安全、药残控制和加工过程卫生控制有机整合，最终达到食品安全可追溯。作为关系公众健康的大众消费类食品生产企业，公司始终重视产品质量标准的建立与质量管理体系的规范。未来，公司将进一步引进、借鉴国内外先进的食品安全和质量管理体系控制标准、管理经验和科学方法，对公司各个业务环节实施严格质量控制制度，保证产品品质和食品安全，致力于提供优质产品。感谢您的关注。

6、公司如何看待预制菜品行业的未来发展趋势？在预制菜品业务上有哪些发展规划和竞争优势？

答:近年来，中餐预制菜品快速化、标准化、集约化生产已成为中餐行业关注的焦点，优质中餐预制菜品的研发与生产也逐渐成为各大餐饮企业的角力点。随着外卖行业的飞速发展，我国菜肴工业化发展出现巨大需求。公司高度重视预制菜品研发工程，聘请国内专业研发团队，投入专项研发经费，致力于产品的创新研发及改良工作。仙坛鸿食品在上海成立了分公司，建设网络营销平台、拓展全产业链内涵，增加价值链、拓展利益链，不断提高产品附加值，打造新的增长点。公司生产

加工车间引进国内一流的现代化生产设施和高度自动化的生产线，结合领先生产工艺，实现了调理、油炸、成型、蒸烤四大类100多款产品，公司以“全产业链的原料优势”和“极速锁鲜”的技术优势，最大程度保留了预制菜品原料的营养和新鲜，综合提升了“仙坛”品牌预制菜品的核心竞争力，满足了消费者日益多元化的产品需求。感谢您的关注。

7、饲料成本是公司成本的重要组成部分，玉米、豆粕等原材料价格波动对公司影响较大，公司如何应对原材料价格波动风险？是否有长期的原材料采购策略？

答:公司采用一体化经营模式，通过覆盖饲料生产、父母代肉种鸡养殖、雏鸡孵化、商品代肉鸡养殖、肉鸡屠宰与加工、预制菜加工等业务环节，形成了从种鸡养殖到鸡肉产品加工、销售的完整产业链，从而将分散的多个生产环节有效整合，纳入企业的一体化管控体系，形成企业可持续性发展的核心竞争力，有效减少市场供求波动对肉鸡养殖连续性、稳定性的不利影响，将个别生产环节不利的市场影响因素转化为企业生产计划实施的内部管理问题，使整个生产流程可控，最终使企业取得最佳收益。感谢您的关注。

8、请问预制菜品业务的增长主要得益于哪些因素，未来在产品研发和市场推广方面有什么计划？

答:公司预制菜品一期工程项目的研发、品牌建设、销售市场已经稳步推进，二期工程已于2024年7月17日投产。2024年度预制菜品的生产产能逐步释放，生产加工数量逐步增加，销售数量和销售收入也随之增加。积极研发多元化产品，将国际领先食品科技与市场趋势相结合，坚持健康和美味并重，为消费者缔造品质生活。公司紧跟预制菜品市场动向，全面升级产品包装，现已出品霸王手枪腿、水煎鸡扒等多款精致小包装产品，得到了现代年轻消费群体的一致青睐。为迅速拓展市场份额，满足终端消费者的一站式购物所需，公司更以多元化产品

组合的形式精准出击，进一步扩大了“仙坛”预制菜的品牌影响力和市场份额。公司还注重提供定制化的预制菜解决方案，满足不同客户所需，并以创新性服务机制，同诸多知名品牌的餐饮企业及零售商达成合作。公司正通过不断的努力和创新，致力于成为预制菜行业的领军企业，为消费者提供更多高品质、健康、美味的食品选择。感谢您的关注。

9、在屠宰加工环节公司是否有技术创新和设备升级方面的投入和计划？

答：公司在肉鸡养殖、屠宰加工等相关环节已采用自动化生产线辅助生产。公司将通过加大开发创新投入，实现生产工艺和养殖技术的持续进步、产品质量和产品结构的持续改善，进而降低生产成本，保障食品安全和高品质，为公司业务的持续发展提供坚实基础。感谢您的关注。

10、公司计划在养殖技术改造方面加大投入，具体会在哪些方面进行创新和改进？

答：公司将进一步完善技术中心内研发机构体系的设立，通过完备检测手段完善产品和原材料质量监控体系，实现自身科研创新实力与技术水平的提高，实现生产工艺和养殖技术的持续进步、产品质量和产品结构的持续改善。感谢您的关注。

11、您好董事长，我想问，公司近年有收购计划吗，空闲资金就安于现状理财？

答：公司目前没有收购计划，后续如涉及相关计划，公司会依法依规履行决策和信息披露义务。公司将持续做好经营管理工作，不断提升公司的核心竞争力和经营业绩，努力用业绩回报广大投资者。感谢您的关注。

12、公司存货一直增加，临期食品越来越多，考不考虑做股东福利，登记股份数量，赠送临期产品，1000股起送。

答：公司根据生产计划和销售情况确定合理的库存水平，公司目前不存在存货超正常波动范围的情况。后续如涉及向股东

赠送产品相关计划，公司会依法依规履行决策和信息披露义务。感谢您的关注和建议。

13、您好，公司未来是否有具体的融资项目和计划？

答：公司目前没有融资计划，后续如涉及相关计划，公司会依法依规履行决策和信息披露义务。感谢您的关注。

14、公司提到通过“公司 + 自养场 + 农场”模式带动农民增收，但如何确保合作农场主的利益得到保障？

答：公司深入贯彻落实乡村振兴战略，推动2000余处合作农场主增收，解决农村劳动力就业问题，切实借助畜牧养殖这一农业产业化内涵实践，推动地方农业农村经济做大做强，带动广大农民群众脱贫增收，擦亮乡村振兴企业新名片。公司在打造乡村振兴的齐鲁样板工作中走在了行业前列，引领了地区和行业发展。2024年合作养殖场饲养出栏商品代肉鸡23,604.59万羽，公司支付合作农场主养殖费53,648.15万元。感谢您的关注。

15、你好，董事长，把抖音做一做可以吗，该推流就推，该送鸡块鸡排就送，圣农每天保持直播间上百人，前期不要怕送的多，打响品牌名号，后期才好做，公司产品没有问题，就是没用福袋吸引人，直播没投流量，直播间75%的时间是0人，剩下的15%是一个人，最后10%是多个人不超过四个，这样开也没有意义，做了就花点钱把名声打出去，让别人知道仙坛！

答：您的建议公司会根据实际情况考虑。感谢您的关注和建议。

16、从区域来看，公司在各地区的销售情况差异如何，未来是否有计划加强在某些区域的市场布局？

答：公司主要销售模式为直销、经销两种模式。直销客户主要为工厂客户（食品加工企业）、餐饮连锁、自用；经销客户主要为商超、餐饮配送、传统批发市场、品牌便利店、电商客户等。2024年度公司直销收入36.05亿元，经销收入14.20亿元。

	<p>17、公司提到饲料加工业务销售量增加 39.85%，库存量增加 283.77%，自用量减少 80.02%，这些变化对公司饲料业务的盈利模式有何影响？</p> <p>答:您好，2024年公司饲料销售量增加，饲料加工业务的利润也随之增加。感谢您的关注。</p> <p>18、尊敬的董事长，董秘，您好，我是公司多年的小投资者，对于公司有几点问题，像您提出，贵公司在现有的售卖渠道很稳定，能不能拓展一下抖音等带货平台，花一些销售费用，既然招了主播，就做一下，学习一下行业的前端企业，推流的基础上，同行都是发鸡块鸡排福袋用来引流，希望公司能突破这一项销售渠道，感谢您回答！</p> <p>答:您的建议公司会根据实际情况考虑。感谢您的关注和建议。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件</p>	<p>无</p>