

河南双汇投资发展股份有限公司

投资者调研记录

时间	2026年3月25日	地点	电话会议
投资者关系活动类别	双汇发展2025年度业绩交流会		
参与单位名称及人员姓名	申万宏源 周缘、吕昌 中金公司 陈文博、武雨欣 鹏扬基金 刘冬 易方达基金 王俊杰 平安基金 李化松 中邮基金 李泽坤 广州越秀集团 施鑫 长江养老 张喆 东方基金 吕燕晨 中信证券 江皓云 华泰证券 胡东 汇丰前海证券 沙弋惠 国盛食饮 李梓语 天风证券 刘洁铭 国泰海通 李美仪 等110余人		
公司接待人员	公司董事兼总裁马相杰先生、常务副总裁兼财务总监刘松涛先生、副总裁兼董事会秘书张立文先生等。		
会议记录			
<p>一、常务副总裁兼财务总监刘松涛先生介绍公司2025年度经营情况</p> <p>2025年，公司坚持“产业化、多元化、国际化、数字化”发展战略，发挥产业协同，完善管理架构，加大市场创新，整顿薄弱产业，深化数字化赋能，推动各项改革措施落地，实现了全年量利双增，销量创新高，总体经营业绩稳健发展。全年公司肉类外销量342万吨、同比增长7.8%，营业总收入594.6亿元、同比下降0.4%，利润总额66.7亿元、同比增长0.2%，归母净利润51亿元、同比增长2.3%。分产业看：</p> <p>生鲜品业务：坚持“稳利扩量”经营策略，大力开发客户和渠道，产销规模大</p>			

幅增长；顺应消费趋势、优化产品结构，销售包装产品 7 万吨、同比增长 37.5%；利润受行情影响有所承压。

肉制品业务：开展一系列市场改革措施，创新市场营销，加快渠道转型，新渠道实现明显增长；吨均利润维持高位，因传统渠道承压，全年量利同比小幅下降；通过各项销售改革措施落地，二、三、四季度肉制品量利同比均增长，经营趋势向好。

其他业务分部：收入大幅增长，利润大幅减亏，其中养猪业出栏规模提升，完全成本下降，全年亏损同比收窄；禽产业养殖成绩提升，欧指创新高，完全成本下降，下半年利润扭亏为盈，全年大幅减亏。

2025 年，公司深入推进数字化战略，赋能企业高质量发展，主要开展了以下工作：

- 1、对数字化团队进行组织架构优化，加强了数字化与业务的深度融合。
- 2、市场数字化方面，升级云商系统，引入 AI 检核、O2O 淘宝闪购管理、线上培训等功能，深化推进渠道数字化和网点标签化管理体系，提升业务行销效能。
- 3、养殖业数字化方面，深化猪友宝、鸡智宝、养殖技能认证等数字化工具应用，引入智能机器人提升养殖精细化水平。
- 4、企业管理数字化方面，全面推行线上协同办公，推动采购系统数字化、肉制品供应链可视化、财务无纸化等，利用 BI、AI、RPA 等新技术落地各类数字化管理提效场景 200 余项。

二、交流的主要内容

1、2026 年公司生鲜品业的经营策略。

2026 年，公司生鲜品业将坚持“扩量稳利”的经营策略，持续优化产品结构，加强降本增效和市场对接；继续扩大客户群体、门店数量，推动产销规模提升。主要工作如下：

一是发挥企业加工优势，根据市场消费特点，针对性调整销售结构，优化产品组合扩市场。

二是发挥企业上下游产业协同优势，在市场资源、渠道资源、终端资源上协同发展，提升综合竞争力。

三是依托企业工厂布局优势，做好市场调拨，优化货源分配，保障市场供应。

四是深挖生产效能，加强降本增效，积极参与农贸市场竞争上规模。

2、2026 年公司肉制品业在新兴渠道的发展规划。

2026 年，公司将继续加强新兴渠道布局，通过优化组织机构、加强总对总对接、开发定制化产品、加大市场支持等多种举措，促进新兴渠道销量增长。具体如下：

(1) 会员超市：依托史密斯等高端低温品牌，加强会员超市总对总对接，积极开展定制化业务，不断丰富产品品类。

(2) 连锁便利店：聚焦推广新产品，加强全品类运作，提升 O2O 门店上翻和产品上翻数量，拉动渠道销量。

(3) 零食渠道：加强重点系统战略合作，推进全品类运作，积极开发定制化业务，扩大合作范围。

(4) 餐饮渠道：抓好核心客户对接，做好新客户洽谈，加快商超店中店、社区店建设，推动餐饮渠道增长。

(5) 电商渠道：围绕兴趣电商，做好线上新产品孵化，为线下新产品推广赋能；围绕传统电商，实施差异化销售，实现线上线下融合发展。

(6) 特通渠道：加强定制化产品开发，积极对接团购及礼赠渠道。

3、2026 年公司肉制品业在传统渠道的发展规划。

2025 年，公司肉制品在传统渠道销售承压，一季度降幅较大，二、三、四季度降幅持续收窄。2026 年，公司在传统渠道将围绕“提质拓新”，重点推进以下工作：

一是设立重客管理中心，加强 KA 商超总对总对接，积极开展贴牌代工业务，提升运作质量。

二是加强渠道下沉，提升县乡门店、社区店运作质量，满足居民近场消费需求。

三是加大竞争性产品、高性价比产品推广力度，实施精准竞争，促进批发渠道、

自建渠道规模提升。

4、2026 年公司养殖业的经营展望。

2026 年，公司养猪业和养鸡业将继续加强生产管理，强化成本管控，预计经营成绩有望继续改善。

5、公司养殖业后续扩张计划。

公司对养殖业的发展持谨慎态度，在养殖水平达不到预期目标的情况下，不会盲目扩张养殖规模。

6、2026 年公司的分红政策。

2026 年，公司将继续坚持科学、持续、稳定的股东回报政策，在保障正常经营和长远发展的前提下，积极回报投资者。

7、2025 年公司肉制品业务队伍情况以及 2026 年的规划。

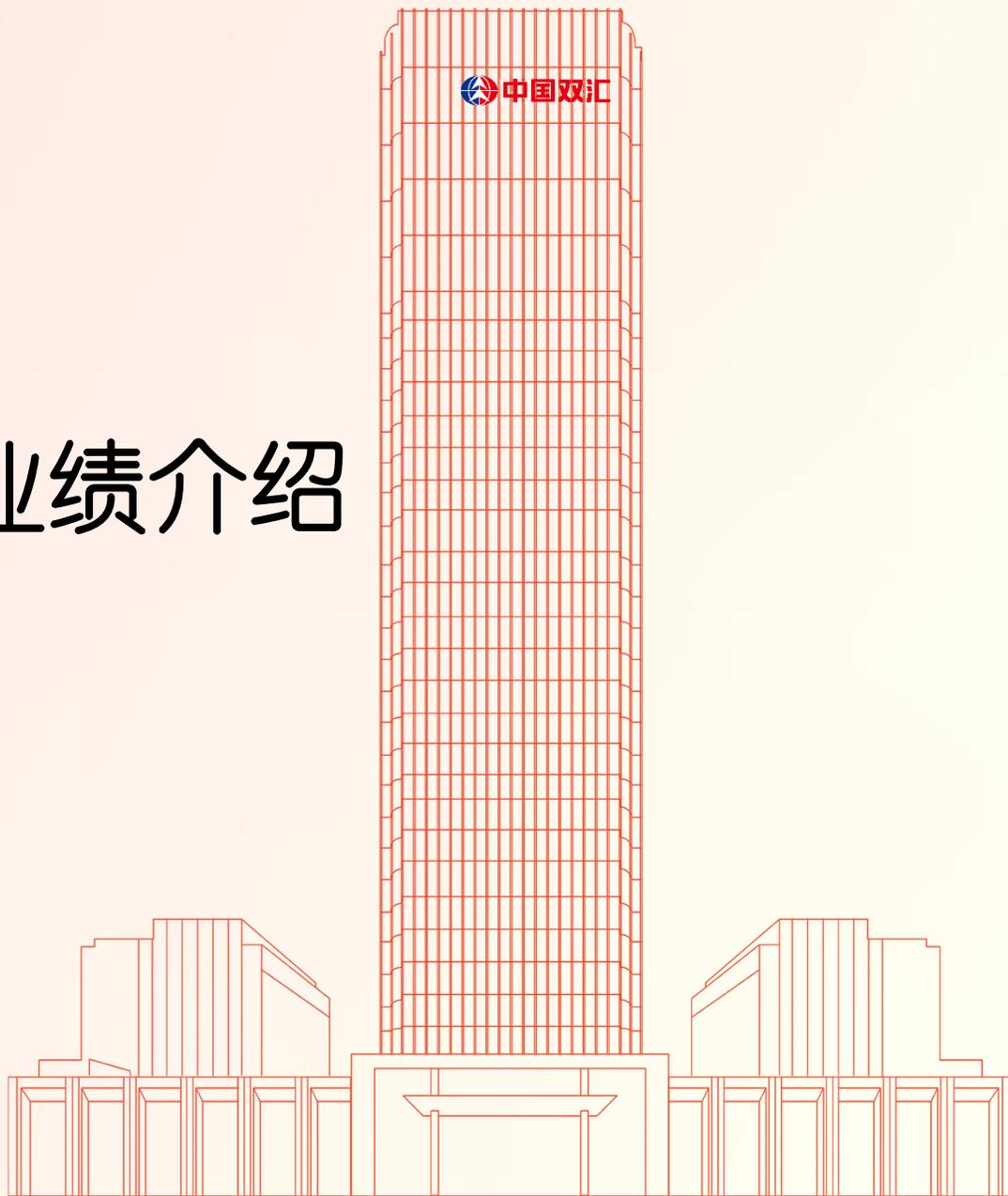
2025 年，公司肉制品推进销售机构专业化改革，分品类、分渠道配置专职队伍，年末肉制品业务人员数量较年初增加近 700 人、达 2800 人左右。2026 年，公司肉制品将深入推进市场专业化改革，继续补充业务人员，预计年末肉制品业务人员达 3200 人左右。此外，公司也将通过加强技能培训、数字化工具应用等措施，不断强化业务人员专业能力，助力市场运作水平提升。

附件	双汇发展 2025 年度业绩说明会演示材料				
记录	张霄	审核	张立文	批准	张立文
整理日期	2026-03-25	审核日期	2026-03-25	批准日期	2026-03-25



2025

双汇发展2025年业绩介绍



内容概览

01

业绩摘要

02

经营回顾

03

未来展望



双汇
Shuanghui

始于1984

幸福汇聚 馋在一起

双汇新春美食乐园



2025年业绩摘要

合并财务概述



重要运营数据

项目	2025年	2024年	同比增减	同比变化
包装肉制品销量 (万吨)	136.1	141.4	-5.3	-3.8%
生鲜猪肉外销量 (万吨) ⁽¹⁾	155.6	134.3	21.3	15.8%
禽肉外销量 (万吨) ⁽²⁾	40.6	33.8	6.8	20.1%
肉类外销量 (万吨)	342.3	317.5	24.8	7.8%

关键财务指标

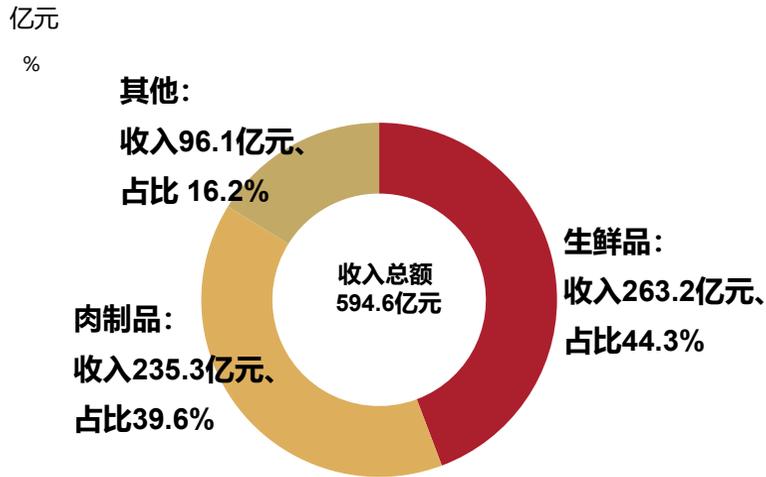
项目	2025年	2024年	同比增减	同比变化
营业总收入 (亿元)	594.6	597.2	-2.6	-0.4%
EBITDA (亿元) ⁽³⁾	84.3	85.0	-0.8	-0.9%
利润总额 (亿元)	66.7	66.6	0.1	0.2%
归母净利润 (亿元)	51.0	49.9	1.2	2.3%
每股收益 (元)	1.47	1.44	0.03	2.3%

注

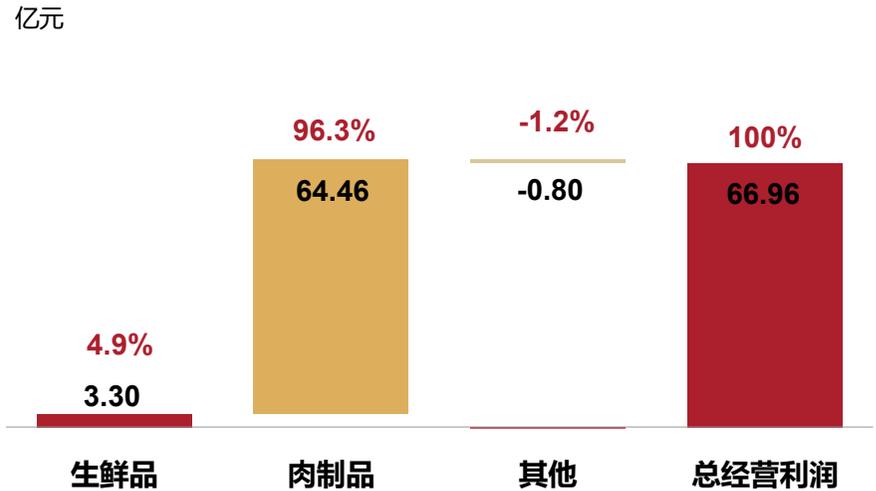
1. 上表生鲜猪肉外销量含国产猪肉外销量和进口猪肉外销量；
2. 禽肉外销量含进口禽肉外销量；
3. EBITDA同比下降0.8亿元，主要是利息支出同比下降0.37亿元，折旧摊销同比下降0.52亿元。

分部经营情况

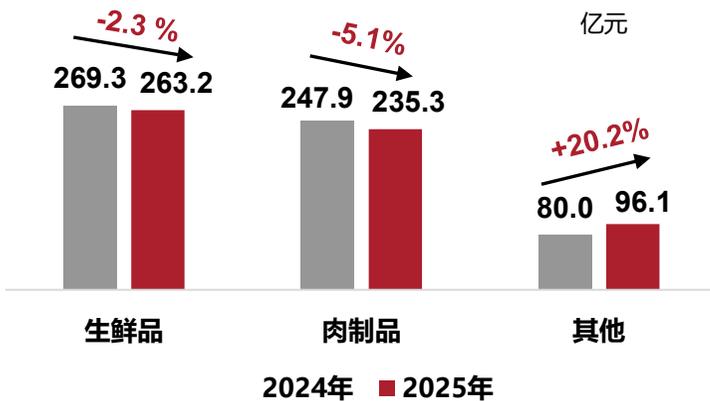
2025年各业务分部收入占比⁽¹⁾



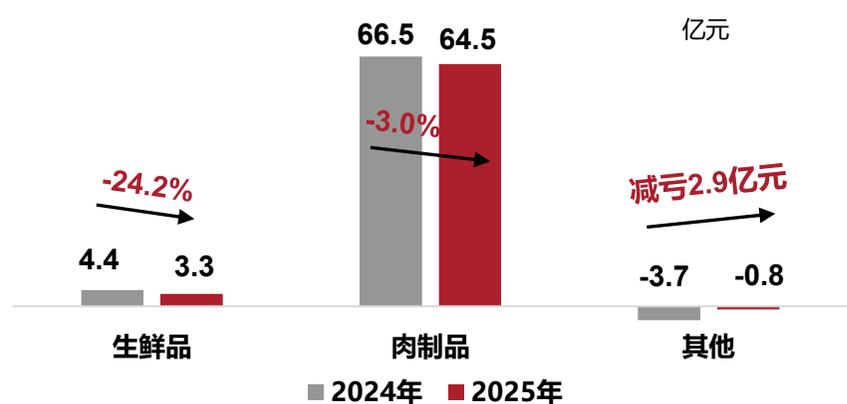
2025年各业务分部经营利润占比



2025年各分部收入同比变化情况⁽¹⁾



2025年各分部经营利润同比变化情况



注
1. 收入为外销收入



2026
幸福汇到家



双汇发展股票代码：
000895.SZ

*此广告素材由AI生成

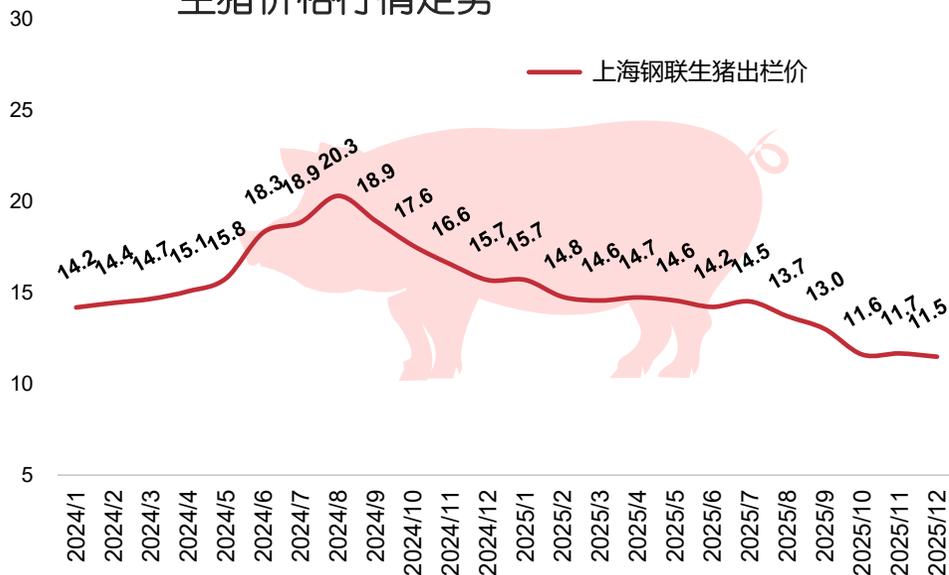
2025年经营回顾

经营回顾



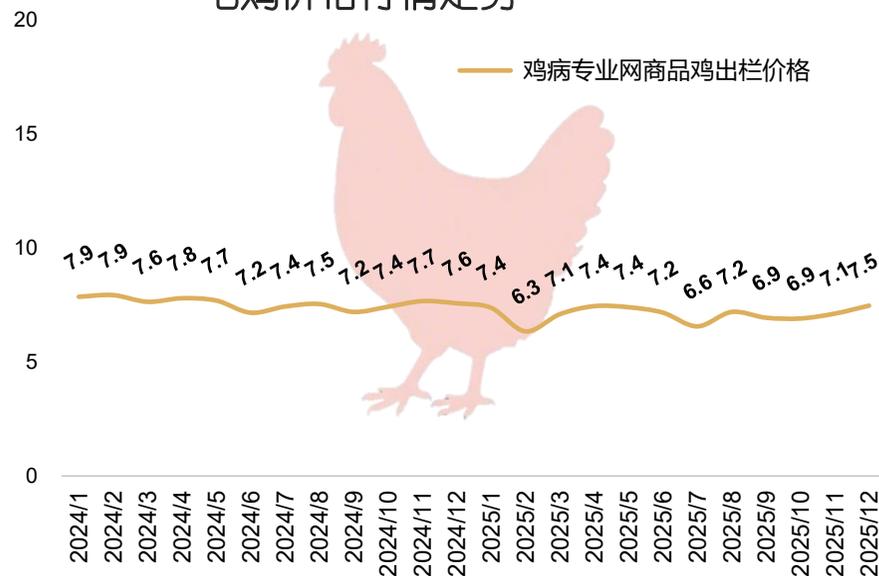
全球经济缓慢增长，贸易紧张局势及关税政策不确定性持续存在；中国经济稳定发展，CPI、PPI低位运行，快消品消费总体偏弱，渠道分化加剧，K型消费分化明显；猪鸡价格同比下降，肉类行业竞争进一步加剧。

生猪价格行情走势



- 按上海钢联公布数据，2025年生猪出栏价13.7元/kg，同比下降17.9%。

毛鸡价格行情走势



- 按鸡病专业网公布数据，2025年商品鸡出栏价格7.1元/kg，同比下降6.5%。

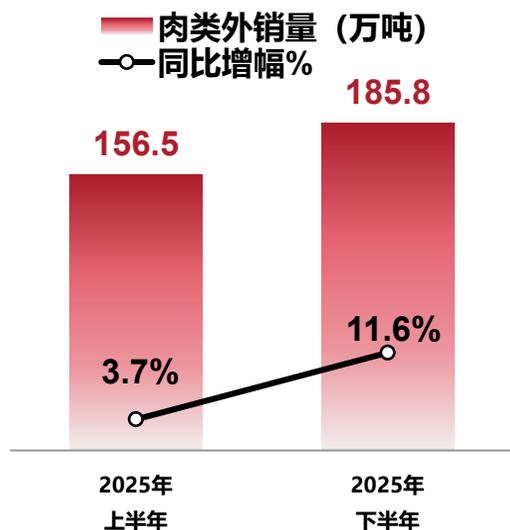
经营回顾



- 面对充满挑战的市场环境，公司坚持“产业化、多元化、国际化、数字化”发展战略，发挥产业协同，完善管理架构，加大市场创新，整顿薄弱产业，深化数字化赋能，推动各项改革措施落地，实现了全年量利双增，销量创新高，总体经营业绩稳健发展。
- 销售规模逐季提升，肉类外销量创历史新高；收入受行情影响，同比基本稳定；利润上半年承压，下半年增长，总体保持稳定增长。

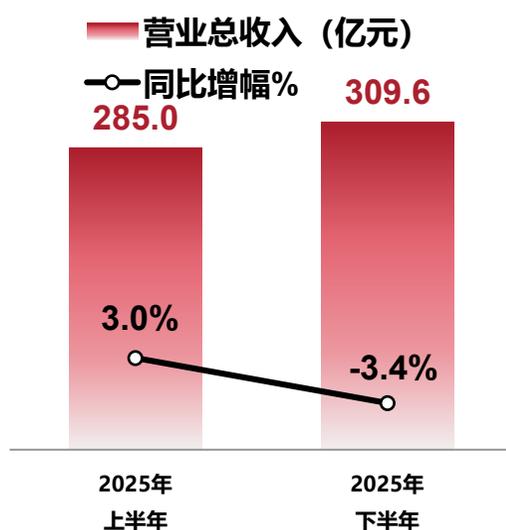
2025年肉类外销量 **342.3万吨**

同比增长**7.8%**



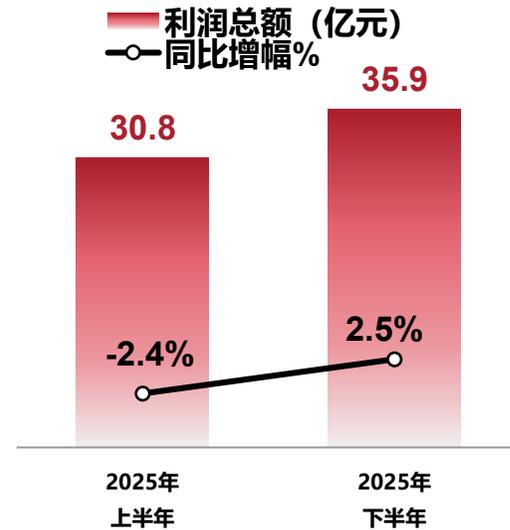
2025年营业总收入 **594.6亿元**

同比下降**0.4%**



2025年利润总额 **66.7亿元**

同比增长**0.2%**



生鲜品分部业务经营业绩

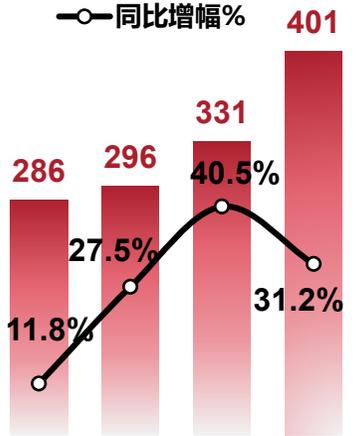


- 坚持“稳利扩量”经营策略，大力开发客户和渠道，产销规模大幅增长；
- 顺应消费趋势、调整优化产品结构，销售包装产品7万吨、同比增长37.5%；
- 利润受行情影响有所承压。

2025年
屠宰量 **1,314** 万头

同比增长**27.7%**

■ 屠宰量 (万头)
○ 同比增幅%

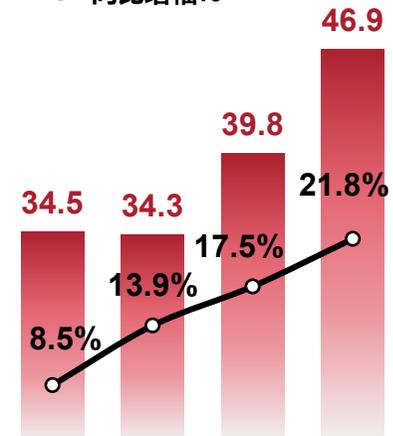


2025年2025年2025年2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

2025年
生鲜猪肉外销量⁽¹⁾ **156** 万吨

同比增长**15.8%**

■ 生鲜猪肉外销量 (万吨)
○ 同比增幅%



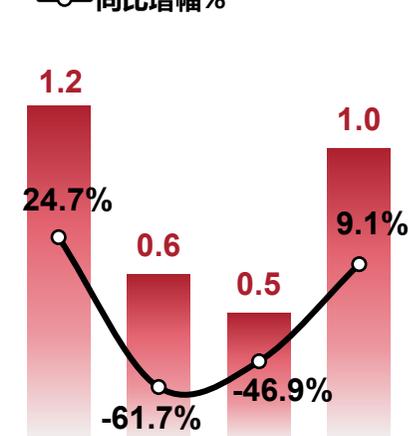
2025年 2025年 2025年 2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

注
1. 图生鲜猪肉外销量含国产猪肉外销量和进口猪肉外销量。

2025年
经营利润 **3.3** 亿元

同比下降**24.2%**

■ 生鲜品经营利润 (亿元)
○ 同比增幅%

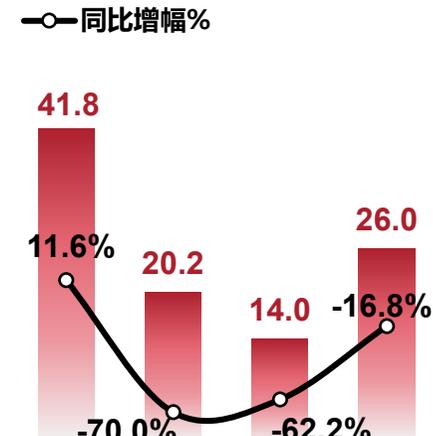


2025年 2025年 2025年 2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

2025年
头均利润 **25.1** 元/头

同比下降**40.6%**

■ 生鲜品头均经营利润 (元/头)
○ 同比增幅%



2025年 2025年 2025年 2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

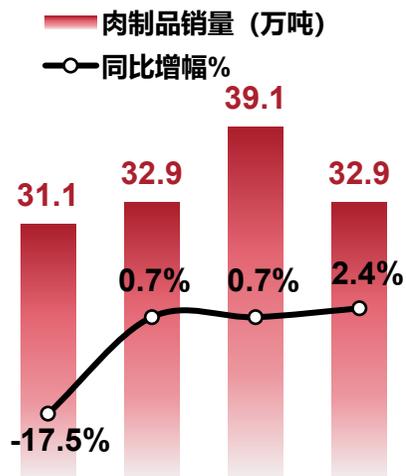
肉制品分部业务经营业绩



- 深化市场专业化改革，构建立体化销售网络；借助数字化手段，推动市场营销升级；开展一系列市场改革，创新市场营销，加快渠道转型，实现新渠道明显增长；
- 吨均利润维持高位，因传统渠道承压，全年量利同比小幅下降；
- 通过各项销售改革措施落地，二、三、四季度肉制品量利同比均增长，经营趋势向好。

2025年
肉制品销量 **136.1万吨**

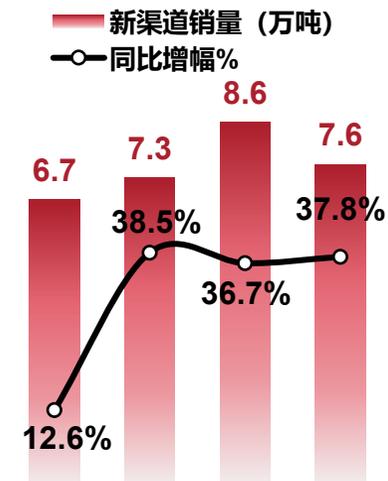
同比下降**3.8%**



2025年 2025年 2025年 2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

2025年
新渠道销量⁽¹⁾ **30.1万吨**

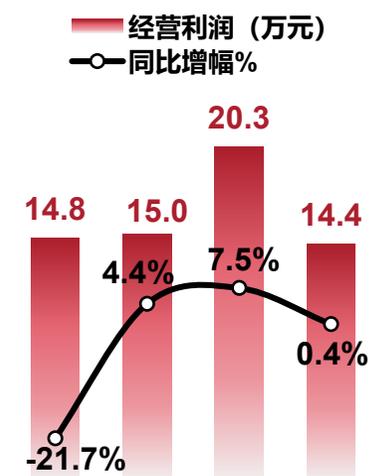
同比增长**31.1%**



2025年 2025年 2025年 2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

2025年
经营利润 **64.5亿元**

同比下降**3.0%**



2025年 2025年 2025年 2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

2025年
吨均利润 **4,736元/吨**

同比上升**0.8%**



2025年 2025年 2025年 2025年
一季度 二季度 三季度 四季度

注

1. 新渠道包括会员超市、连锁便利、休闲零食、餐饮、电商、特通渠道。

其他分部业务经营业绩



其他分部收入大幅增长，利润大幅减亏。



养猪业出栏规模提升，完全成本下降，全年亏损同比收窄。



禽产业养殖成绩提升，欧指创新高，完全成本下降，下半年利润扭亏为盈，全年大幅减亏。

数字化赋能方面



- 对数字化团队进行了持续的组织架构优化，加强了数字化与业务的深度融合；
- 市场数字化方面，升级云商系统，引入AI检核、O2O淘宝闪购管理、线上培训等功能，深化推进渠道数字化和网点标签化管理体系，提升业务营销效能；
- 养殖业数字化方面，深化猪友宝、鸡智宝、养殖技能认证等数字化管理工具应用，引入拉塞特智能机器人提升养殖精细化水平；
- 企业管理数字化方面，全面推行线上协同办公，推动采购系统数字化、肉制品供应链可视化、财务无纸化等，利用BI、AI、RPA等新技术落地各类数字化管理提效场景200余项。



肉制品供应链可视化看板



双汇新云商行营销管理看板



拉塞特机器人分析看板

公司将坚持“四化”战略，积极研究应对消费形势和竞争形势的变化，创新变革、拥抱科技、提升管理，实现全年经营指标稳步增长，经营质量不断提升。

- 继续推动肉制品市场创新，加大市场投入，稳定传统渠道，提升新型渠道占比，实现规模增长。
- 生鲜品持续优化产品结构，加强降本增效和市场对接；继续扩大客户群体、门店数量，推动产销规模再上新台阶。
- 继续加强养猪业、禽产业生产管理，降低完全成本。
- 持续做好营销创新、新品推广，强化健康、潮流、品质品牌形象，扩大市场影响力。
- 加快建设数智双汇。做好ERP系统迭代升级等重点项目，推动数字化、智能化的全面赋能，提升综合竞争力。
- 全面升级人才管理体系，持续优化激励创新机制，激发全员创新活力，营造“奋斗青年，我要成长”的奋斗创新氛围，为企业新时期发展筑牢人才基础。
- 积极通过并购、合资、战略合作等轻资产运营模式，提升对上游资源的掌控力和市场终端的影响力。



投资者关系
电话: (0395) 2676530
电邮: 0895@shuanghui.net