

证券代码：002714

证券简称：牧原股份

牧原食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-05

重要提示：参会人员名单由组织机构提供，由于调研对象数量较多，公司无法保证参会单位、人员的完整性、准确性，提示投资者特别注意。

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（2025年度股东会）
参与单位名称及人员姓名	吴伟忠、包海滨、朱国樑、陈林聪、臧文浩、代磊、夏婵娟、陈铁、林文杰、梅启源等股东
时间	2026年5月13日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁 秦英林 独立董事 周明笙 首席财务官 高 瞳 牧原肉食首席执行官 秦牧原 董事会秘书 秦 军 证券部负责人 毛劲仪 证券事务代表 王翰斌
<p>一、公司在数智化方面的发展情况及核心优势？</p> <p>公司数智化发展分为几个阶段：</p> <p>第一阶段是2008-2009年期间，公司开始围绕育种、饲料、营养、兽医、养殖、环保等各项核心业务，逐步实现业务流程的标准化，这是公司信息化发</p>	

展的雏形；

第二阶段是 2019 年之后，公司大力发展智能化，对猪舍进行全面升级，研发出智能环控、智能饲喂、智能巡检等关键智能装备与智能化解决方案，支撑公司的快速扩张，并使公司在高速发展期能够保持成本的相对稳定；

第三阶段是最近两年，公司开始构建养猪大模型，围绕养殖业务中的核心技术与经营管理，借助 AI 技术的发展，针对每一个猪场、批次生成诊断报告，及时解决养猪生产中遇到的问题，也能为各个区域、场线生成经营分析报告，对业绩提升给出建议。公司将发展过程中积累的经验、方案植入养猪大模型，帮助一线员工解决技术与管理上的难题，提升人员效率，缩小内部的离散度。当前公司养猪大模型的建设还处于初期发展阶段，未来希望其成为内部核心管理平台，再逐步推广至行业，成为生猪养殖行业的重要管理工具。

公司认为自身在数智化发展方面的核心优势主要为：一是公司在长期发展过程中积累了大量的底层数据信息，这是使用 AI 做组织变革的基础；二是公司深耕生猪养殖行业，对底层知识有较深刻认知，并在多年实践中探索出可行的技术路径，这是最核心的竞争优势；三是公司在全国范围内布局形成的产业优势，除了能向行业输出技术方案，还能整合资源，为养殖户提供其他服务。

二、公司对降负债、分红、资本开支的规划？

在降负债方面，公司在 2025 年完成了年初制定的目标。在当前的市场行情下，公司的经营策略以保障运营所需的现金流安全稳定为核心目标，今年上半年不会急于推进降负债工作。但从长远来看，公司已进入了稳健发展、现金流水平不断改善的阶段，未来仍会持续推进降负债的工作，目标是将资产负债率逐步降至 50% 以下。

在分红方面，当前公司按照之前修订的《股东分红回报规划》进行利润分配，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 40%。随着公司进入新的发展阶段，自由现金流水平稳步提升为提升股东回报奠定了基础。未来公司将综合评估发展阶段、资本开支需求、现金流状况等因素，制定接下来三年的股东分红回报规划。

在资本开支方面，2026 年公司会控制在 100 亿元以内。截至 2025 年末，公司固定资产账面原值为 1,650 亿元，净值为 1,006 亿元。长期来看，如果不考虑新增项目，在公司当前的资产规模下，每年用于固定资产维修改造、设备更新等相对刚性的资本开支，预计在 60-70 亿元左右，该支出相较于固定资产规模在合理水平。

三、公司后续的成本下降路径？

剔除饲料原材料价格的影响，公司此前提出 600 元降本空间已完成一半以上，未来还有每公斤两块钱左右的成本挖潜空间。当前公司最优秀场线的成本在 10.5 元/kg 以下，但仍有部分场线在 12 元/kg 甚至 13 元/kg 以上，内部各场线成本仍存在较大的离散度。

未来公司的降本路径主要为：

第一，坚持做好疾病防控技术的落地工作。不同场线间生产效率的差异来源于猪群健康基础的差异，高成本场线受到疾病影响，导致仔猪出生成本高，后续养殖难度大，最终的上市成本高。因此公司需要从后备猪到仔猪再到肥猪，都建立起对非瘟、蓝耳病在内的各项疾病完善的防控、净化方案，并通过强化一线的落地执行来保证生产业绩持续提升；

第二，优化员工及管理干部的激励方案。公司内部在做管理时，坚持先人后事，管理干部及一线员工支撑着各项技术的落地与现场管理。公司会通过激励方案的设置，让优秀的干部和员工去扭转落后场区的业绩，实现成本的下降。在当前的行情下，公司将充分利用各项激励工具，保持内部核心团队的凝聚力，通过完善绩效方案提升人员的积极性和执行力；

第三，不断加大对种猪育种的投入。从 2023 年开始，公司种猪性能有明显改善，对日增重、料比、生猪售价的提升都有较大作用。随着生猪育种中心投入使用，公司将在内部选育优秀种群，提升种猪繁殖性能、生长性能、提升猪肉品质。公司相信育种工作将对养殖端和屠宰端持续贡献，带来更大价值增益；

第四，加强智能化的研发应用。公司通过在 AI 技术的持续投入，把依靠

经验判断的工作转变为逻辑清晰、有章可循的算法模型，降低员工和干部的培训成本，提升人员效率，降低成本离散度。

四、公司屠宰肉食版块近期经营情况及发展展望？

公司从 2019 年开始发展屠宰肉食业务，2025 年首次实现年度盈利，2026 年 1-4 月，每个月也均实现了盈利，在内部经营管理能力的提升下，经营业绩不断改善。

未来屠宰肉食板块的重点工作为：

第一是抓经营，提产量。对于屠宰肉食行业，产量提升是盈利提升的基础。首先是产能增长的空间，当前公司的产能利用率是用单班计算，若屠宰厂双班运行，产能提升的空间较大。其次是市场空间，公司在全国各个大区的市场份额仍有较大的增长空间，需要加强销售团队的建设及渠道的开拓。此外是管理提升的空间，内部人员能力的提升、管理工具的应用所能带来的生产效率提高空间较大；

第二是优化产品结构。当前公司 70%左右的产品是以白条形式销售，30%左右为分割品，而国外屠宰企业的产品基本全是分割品，且以小包装产品为主。随着中国即时零售业务的发展，小包装产品的需求日益旺盛，未来公司会加大分割品占比，为消费者提供更高品质、更便捷的猪肉产品；

第三是加大智能化和数字化的投入。牧原肉食在去年实现扭亏为盈与公司过去几年在数字化方面的投入密不可分。过去公司刚进入屠宰行业，智能化设备的研发、数字化系统的应用不达预期，近些年随着公司在业务管理、经营管理各领域的不断尝试，智能化装备、信息化系统的应用也逐步成熟，大大提升了人工效率、周转效率、产品新鲜度、产品品质等；

第四是加快屠宰厂与分割中心的建设。随着销售渠道的开拓及屠宰厂设计理念的成熟，当前公司部分屠宰厂开始复工建设，未来会根据市场情况及时投产。此外，公司会加快在各大中心城市周边分割中心的建设，为分割品生产提供硬件设施。

五、公司海外业务发展现状及未来规划？

公司海外业务发展已从轻资产输出服务发展到与当地企业共同经营、落地产能阶段。当前越南合资及自建项目有序推进中，近期已有合资猪场投产运营。今年公司将进一步加大海外开拓力度，已派团队在菲律宾等多个国家和地区进行业务模式探索。当前，海外部分国家地区生猪养殖水平相对落后，面临疾病传播、环保治理等考验，公司希望将历经多年验证的技术优势与发展经验赋能当地生猪养殖行业。

公司在海外发展将坚持高标准运营原则，在当地树立疫病防控和环保治理标杆，将国内积累的技术经验与当地养猪生产紧密结合，依托集团资源做好本地化经营，培养本地人才和干部，为当地生猪养殖行业发展做贡献。今年公司重点工作是搭建并稳定海外团队，将高标准运营模式在海外全面复制。

六、公司对行业及公司未来发展的展望？

当前产业环境、政策背景都发生了明显变化。生猪养殖行业逐步走向成熟，规模化程度不断提高，猪价呈现振幅收窄趋势，此外，政府根据当前供需及猪价情况，对生猪行业进行产能调控。

公司的发展得益于政府及社会各界的大力支持，在如今产能调控背景下，公司将持续积极响应、落实政府号召，把握发展机遇，主动调整公司未来发展方向。

公司一方面将持续深耕主业，提升各类生产指标，深挖 600 元降本空间，做好健康管理、生产管理、种猪育种等工作，未来将向 10 元/kg 以下成本目标迈进。另一方面，公司将利用好长期发展过程中积累的技术经验，打造产业互联平台，对外输出服务，向社会分享牧原经验，帮助有需要的养殖户，提升养殖水平，带动行业健康发展，营造稳定和谐的行业生态。

本次活动不涉及应披露的重大信息

附件清单（如有）

日期

2026 年 5 月 14 日