

证券代码：000860

证券简称：顺鑫农业

北京顺鑫农业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	方正证券 康宇喆；天风证券 李原竹；建信养老 徐瑞； 华福证券 张东雪；天弘基金 马雪薇；高毅资产 方振； 银华基金 孙昊天；浙商证券 潘俊汝；华夏基金 林瑶； 建信基金 张艳姝；融通基金 李蕤宏；中邮人寿 孙颖； 新华基金 蔡春红；中邮证券 蔡雪昱；申万宏源 吕昌； 德邦证券 熊 鹏； 顺鑫农业：董事、总经理 李秋生； 董事、副总经理、董事会秘书 康涛； 副总经理、财务总监 董文彬；证券事务代表 谢闯
时间	2023年10月30日（周一） 下午3:30-4:30
地点	顺鑫农业14层会议室
形式	业绩说明会
交流内容及具体问答记录	一、董事、副总经理、董事会秘书康涛介绍公司2023年前三季度经营情况 2023年前三季度，公司实现营业收入88.07亿元，较同期减少2.99亿元，降幅3.28%；实现归属于上市公司股东的净利润-2.92亿元，较同期减少3.20亿元，降幅1159.20%。 公司净利润方面变化的主要原因是：前三季度猪肉和地产业

务，相较去年同期利润水平下降幅度较大所致。

具体来看，一是猪肉业务：前三季度由于生猪价格持续处于低位运行，猪肉产业各环节均受到影响，公司生猪养殖与屠宰业务两端承压；

二是房地产板块：前三季度由于有项目确认收入致使地产的营收增长，但由于价格低迷和存在递延所得税资产转回、出售两栋楼宇资产产生税费等因素的影响，地产板块的亏损幅度相比同期亦增大。

公司将按照既定战略和规划，持续推进各项工作。

白酒板块：基本工作思路是深入贯彻“深分销、调结构、树样板”的营销总体思路，在前三季度随着系列营销活动的开展和销售团队深耕一线，白酒结构调整初见成效，接下来白酒板块将持续推动产品结构升级；另一项重点工作是要稳市场、保市场，牛栏山白酒是全国为数不多的深度全国化品牌，在既有基础上，我们不仅要稳定自身的经销商体系，更要稳固光瓶酒“双轮驱动”塔基产品基本盘；

猪肉业务：立足北京市场，做好渠道拓展和生产效率提升工作；在产品结构上调整，养殖端减少育肥规模，加大种猪养殖出栏数量，加大熟食制品等高附加值产品的销售；

房地产业务：退出的信心不会动摇，全力推进剥离进程，力争在年内完成。

二、互动交流

1、2023 年前三季度，公司在白酒板块主要开展了哪些工作？

答：2023 年前三季度，公司基于行业发展趋势，按照公司战略规划和今年工作部署，持续推进各项工作。主要开展工作有：

一是深入贯彻“深分销、调结构、树样板”的营销总体思路。打造以“陈酿”、“金标”为核心的光瓶酒“双轮驱动”，稳固塔基产品基本盘，稳步推进金标陈酿营销布局，

加快推动牛酒深度全国化市场营销进程。

二是持续推动产品研发创新。立足牛酒风味，以适口性和饮后舒适度为突破口，将差异化的风味表达与品质提升结合起来，将技术进步、工艺提升与产品结构升级结合起来，保持牛酒技术创新的先进性。因地制宜做好新品开发与核心产品品相、品质的升级迭代，不断为牛酒光瓶酒产品线注入新活力。

三是探索白酒产业文化推动营销的新模式。坚定北京地域文化背书，充分发挥北京牛栏山二锅头文化苑对牛酒文化建设的支持与拔高作用，加强与消费者、经销商、投资人、媒体等的交流，加大宣传力度，聚焦战略产品，助力产品结构升级。

2、从 2022 年年报，到今年的半年报，毛利率在上升，机构也预测前三季度的毛利率也是同比增长，公司如何解读？

答：2023 年三季报，公司没有披露分行业的数据。但定性来说，营业成本的下降幅度大于营业收入的下降幅度，最终在毛利率上同比增加。

公司的毛利率水平受到其业务模式、产品结构、生产技术、工艺改进等多种成本在内的多重因素的影响。对于公司毛利率的变动情况，主要是以下几点原因：

一是受前期提价的影响，白酒提价后对财务报表的影响会有一段传导期，需要一定的释放周期，毛利率上升主要有公司前期提价作用的影响。

二是公司加大成本控制力度，在保证产品质量的基础上，通过精细化管理等方式提质增效，加大了成本控制力度。

三是产品结构优化的影响，公司坚定推进调结构战略，中高档产品比重提升毛利增加。产品结构升级后的利润空间变大，导致毛利增加。

3、公司关于金标陈酿的市场推广情况是怎么样的，如何评价

金标陈酿在前三季度的销售情况，接下来是什么推广策略？

答：现阶段，金标陈酿处于重点推广和市场导入期，具体推广渠道和手段要根据不同市场情况灵活而定，推广效果也不能简单线性预测。今年以来，公司及销售团队想方设法推进金标陈酿的营销布局：酒厂联合多家平台推出的“牛栏山金标牛烟火气餐厅榜”活动，已在乌鲁木齐、南京、深圳开展评选活动，后续还将在泉州、福州和合肥等城市开展，旨在消费者群体中营造“到金标牛店，喝金标牛酒”的氛围；还有酒厂协办的2023“牛栏山杯”中国白酒鸡尾酒世界杯决赛，也都有“金标陈酿”的亮相……营销活动很多，不再一一列举，这些都是为了提高牛酒和金标陈酿产品的声量，推进营销布局。

“金标陈酿”尚处于市场培育期，产品对公司的贡献程度需要放在一个较长的推广周期内来观察。行业内复杂多变的因素也会对公司推广新品产生影响，后期销售表现还得结合终端的恢复情况。公司也会积极跟踪，我们有信心将金标打造成有竞争力的产品。

关于“金标陈酿”的销售或者推广策略，公司没有发生实质性变化。一是在销售端，首先加强对经销商的支持力度，优先打造市场规模并形成可复制的经验；其次是形成全国化的点状分步，打造样板市场；最后是以样板市场和样板经验为基础，持续推动市场拓展和全国化布局。二是在渠道端，渠道端坚持多渠道的联动和重投餐饮的原则，市场的覆盖率是对产品的基本要求。三是在品牌宣传端，以消费者为导向，未来将持续输出“纯粮固态”的产品标签。

4、老陈酿的渠道对金标陈酿能否有赋能？

答：陈酿在市场层面的优势就是渠道终端覆盖的深度和广度，也是牛栏山品牌的优势。

整个白酒行业，牛栏山始终是渠道终端覆盖率最高的品

牌之一，金标陈酿完全能够借助现有的渠道优势，面向目标终端，实现市场的快速布局，这也是牛酒和经销商决胜金标的市场基础。

5、公司在白酒业务上的产品策略或者白酒的战略规划是怎么样的？

答：第一条主线是在光瓶产品线上，白酒业务依托老陈酿与金标陈酿实现“新工艺技术”与“纯粮固态”的“双轮驱动”战略。概括讲，就是要进行光瓶酒升级和“双轮驱动”：其一是聚焦金标陈酿，强化“纯粮固态”产品标签，全力打造光瓶酒升级大单品；其二是巩固陈酿大单品的优势地位，打造大众消费市场的价值标杆，实现牛酒在光瓶酒领域的“双轮驱动”。

第二条主线是次高端产品的品牌化打造。在次高端产品上，着力打造牛栏山次高端核心产品，通过一体化传播，提升品牌高度，积蓄品牌势能，带动腰部关联产品整体销售。具体实施上，聚焦发力确保在北京市场取得重要突破，再引入有条件的外埠市场，统一部署，有序推进。

第三条主线是在超高端产品线上，聚焦魁盛号樽玺作为超高端产品的形象建设，树立二锅头品类的品质标杆，占据二锅头品类的市场制高点，利用品牌区隔策略，形成高端产品分品牌独立运营模式。

6、2023 年前三季度猪肉业务利润怎么样？公司如何看待盈利端的变化情况，或者什么原因导致现在公司猪肉板块承压？

答：2023 年前三季度，公司猪肉板块整体实现营业收入增长，但利润端没有发生明显改善，利润端同比增亏。

总体来看，前三季度国内生猪市场供过于求，猪肉价格长时间保持低位运行，市场上无论是生猪养殖行业，还是屠宰行业，多数仍在持续亏损状态，以上因素导致公司猪肉板

	<p>块承压。</p> <p>7、公司对于剥离房地产业务，后续会采取哪些措施，时间表怎么安排？</p> <p>答：关于公司的房地产挂牌事项，目前已经过三轮挂牌，转让底价调整为人民币 250,977.93 万元。后续的策略是，如挂牌期间仍未征集到符合条件的意向受让方，公司将依法依规在不低于上轮底价 90% 的范围内设定新的转让底价重新挂牌。地产挂牌转让事项，如经过多轮价格调整仍未能征集到意向受让方，公司控股股东或其指定关联方将以不低于 22.5 亿元的价格参与摘牌。后续公司将及时发布进展情况公告，敬请关注。</p> <p>关于剥离地产业务的时间问题，公司严格按照北京产权交易所规定、公司治理文件及其他规章履行程序，管理层也在全力推进其进展，力争在本年度完成剥离事项。但其存在不确定性，具体剥离进展还请关注公司发布的公告。</p> <p>8、如果公司在今年成功置换卖出房地产业务，在 2023 年年度报告报编制中，会不会剔除地产业务的业绩？</p> <p>答：公司本次挂牌转让房地产项目严格按照《企业国有资产交易监督管理办法》和北京产权交易所规则执行，股权交割前地产业务经营情况均合并在公司财务报表，完成交割后将按照评估基准日（2023 年 5 月 31 日）核算地产经营情况，具体请关注公司后续公告和定期报告。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及应披露重大信息</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>