

证券代码：002458

证券简称：益生股份

山东益生种畜禽股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-003

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
活动参与人员	中泰证券：姚雪梅、严 谨、陈凤华、张加斌 大成基金：李 博、韩 创、李燕宁 东亚前海证券：赵雅斐、申钰雯 兴业证券：纪宇泽、陈勇杰 中信证券：王 聪 中泰期货：宋旭鹏 华商基金：陈 凯
时间	2023 年 02 月 14 日-02 月 15 日
地点	山东益生种畜禽股份有限公司会议室
形式	现场调研
上市公司 接待人员姓名	总裁、董事会秘书兼财务总监：林杰 证券事务代表：李玲
交流内容及具 体问答记录	<p>1、公司 2023 年的引种计划是多少？我国引种现状如何？引种紧张的格局什么时候能结束？</p> <p>答：公司祖代肉种鸡正常年引种计划为 30 万套左右，维持公司祖代肉种鸡市场占有率 1/3 的份额。但受美国禽流感等因素影响，美国的种鸡供给紧张，引种难度较大，总体预判，全年的引种量不会太多。</p> <p>目前我国祖代肉种鸡的引种国只有美国和新西兰（安伟捷的种鸡只能从美国进口），因禽流感和航班的问题，从 2022 年 5 月至今，我国祖代肉种鸡的引种量非常少。目前来看，美国的禽流感还在继续，我国能从美国引种的州只有阿拉巴马州，因美国安伟捷公司的供种计</p>

划比较紧张，后续引种情况还要看影响引种的不利因素是否缓解或者消除。

2、一套祖代鸡苗的套系构成？

答：公司引进的祖代肉种鸡分：A♂（公）、B♀（母）、C♂（公）、D♀（母）四个系，祖代肉种鸡配套比例为 A 系：B 系：C 系：D 系=10:35:15:100。

3、祖代引种受阻，对公司产能是否有影响？

答：公司父母代种鸡的存栏量不受影响，今年上半年公司父母代鸡苗的产销量以及今年商品代鸡苗的产销量也不受影响。今年下半年父母代鸡苗的销量还需要根据今年一季度的祖代引种量来确定。

4、公司目前父母代种鸡报价情况？

答：目前父母代种鸡的供给缺口已经体现出来，从去年 12 月份以来父母代种鸡价格一直在高位，目前父母代种鸡报价 70 多元/套。

5、据中国畜牧业协会数据，种鸡的存栏量处于高位，如何看待数据？

答：协会的统计口径已有所调整，协会监测的祖代企业数量增加了 2 家，父母代企业增加了 1 家，我们不能只根据在产种鸡存栏数量多，就得出未来供给多的结论。未来的产能，不仅要看祖代种鸡的存栏总量，还要看种鸡所处的周龄，更要看种鸡的生产效率。

6、下游需求增长情况和未来预判如何？

答：从长周期来看，鸡肉消费在肉类消费的占比是逐年提升的。2010 年，禽肉占肉类消费比重为 20.9%，现在占比近 30%。鸡肉相比猪肉，具有高蛋白、低脂肪、低热量、低胆固醇的优点，越来越受到人们的青睐，预制菜的兴起也带动了鸡肉需求增长。此外，在粮食危机的背景下，白羽肉鸡本身具有料肉比低的优势，未来鸡肉消费的占比还将继续提升。

7、2023 年公司鸡苗的产能是多少？未来的产能规划？

答：2023 年公司商品代白羽肉鸡苗的预计产量为 5.8 亿羽，较 2022 年略有增长，产能提升主要是因为养殖模式改变（由平养改笼养）带来养殖数量和养殖效率的提升。2023 年益生 909 的产能约为八千万羽。

预计到十四五末期，益生 909 小型白羽肉鸡产量将增至 3 亿羽，

公司商品代白羽肉鸡苗和益生 909 鸡苗年销量合计 10 亿羽。

8、公司如何保证竞争优势？

答：公司以高代次畜禽种源供应为核心竞争力，质量优势是公司最大的竞争优势。公司大力实施种源净化战略，持续在祖代种鸡场、父母代种鸡场开展禽白血病、鸡白痢、鸡滑液囊支原体、鸡败血支原体的疫病净化工作，确保种源健康，公司还具有有一次性大规模供种的能力，可满足大型客户对种源的一致性需求。

9、公司在手订单情况，下游养殖积极性如何？公司是否会根据市场行情调整产量？

答：公司 2、3 月份商品代鸡苗已预定完，4 月份的订单已预订过半。公司的主要客户为集团客户、一条龙企业及大型养殖场，这些大型企业通常是按部就班地安排生产，需求稳定，并且更注重鸡苗质量。公司要满足下游客户的需求，所以公司通常不会根据市场行情调整产量。另外，种鸡为生产性生物资产，从开始饲养的第一天就决定了后期的产量，不能人为改变。

10、公司发力种猪的原因和核心竞争力是什么？

答：公司已有 20 多年的种猪饲养管理经验，公司种猪在连续多年的山东省种猪质量检测中心种猪质量评比中，5 次获得一等奖，2 次获得二等奖，2013 年已获得“国家生猪核心育种场”荣誉称号，2018 年续评为国家生猪核心育种场，是我国 89 家核心育种场之一。2019 年公司被评为山东省猪伪狂犬疫病净化创建场，2021 年被评为国家级猪伪狂犬疫病净化创建场。在猪场的规划建设、种猪的引进及繁育、疫病的防治等领域，都有着相当成熟的经验可以借鉴。无论是在技术、人才储备还是销售渠道方面，都积累了丰富的经验。公司将借鉴肉种鸡发展的成功经验，建立起更现代、顶级防疫的原种、祖代、父母代的种猪繁育体系，向社会提供更健康、更优良的种源产品，未来将通过鸡、猪的双轮驱动，以提高公司抵御风险和盈利的能力。

11、公司种猪规划是什么？

答：公司位于黑龙江和山东烟台等地的原种猪场已投入使用，位于黑龙江的祖代场及位于山西和山东威海的原种猪场正在建设中，预计于今年年底建成。全部种猪场投产后，原种猪存栏达 1.2 万头，年提供原种猪 10 万头；祖代猪存栏达 1.5 万头，年提供二元猪 12 万头，未来计划成为国内种猪头部企业。

12、小型白羽肉鸡的现状 & 未来发展？

答：自 2018 年来，小白鸡年均增长率保持较高水平，目前已经达到 20 亿只的市场规模，未来仍有较大的发展空间。

13、益生 909 的市场细分情况如何？

答：益生 909 属于小型白羽肉鸡，介于白鸡和黄鸡之间，可走活鸡可走分割，比较灵活的满足市场需求。909 和大型白羽肉鸡的市场消费渠道不同。像餐饮中的烧鸡、手撕鸡、扒鸡、熏鸡等整鸡都是小型白羽肉鸡消费渠道，大型白羽肉鸡主要用于分割，常用于快餐、团餐、学校、医院、旅游等消费渠道。

14、益生 909 的性能优势是什么？市场推广情况怎么样？

答：益生 909 是公司自主研发的小型白羽肉鸡品种，于 2021 年年底获得国家畜禽新品种认定。益生 909 由三系配套而来。通过选育、育种可以不断优化性能，优异的性能可得以稳定地遗传给后代，具有产肉率高、肉品好、抗病力强、成活率高的优势，适合平养、笼养多种饲养方式，既可以走活鸡，也可以杀白条鸡，特别适合在关闭活禽市场后替代三黄鸡进行屠宰加工。益生 909 的料肉比约为 1.75，48 天出栏的体重约为 3.5 斤，相比 817 肉杂鸡，达到相同的体重，可提前三到五天出栏，经济效益显著。目前益生 909 自主定价，单价较 817 小白鸡贵 7 毛钱以上，但对客户来说，综合效益显著，在市场上供不应求，公司未来将大幅提高益生 909 的产能。

15、公司养殖成本有无明显变化？

答：公司成本相对稳定。饲料对种鸡成本(占四成)影响小于商品代鸡，且从去年四季度开始饲料价格有所回落。

16、目前全行业祖代强制换羽的比例大概有多少？如何看待种鸡的换羽问题？

答：据中国畜牧业协会统计，2022 年祖代肉种鸡换羽量约占祖代更新量的 20%多。祖代种鸡换羽的现象一直存在。种鸡能否换羽取决于种鸡的性能，种鸡的性能差，换羽后的性能通常也较差。种鸡换羽会带来生产性能的下降，且换羽后的父系种鸡产蛋率很低，会导致配套的公鸡不足。现在的换羽难度比之前更大。2022 年国内自繁比例超 6 成，进口祖代鸡数量较少，可供换羽的种鸡数量就更少了。

17、如何判断 2023 年鸡苗价格及白羽肉鸡行情？

答：公司预计 2023 年白羽肉鸡行业整体的景气度较高。

	<p>(一) 供给端来看</p> <p>(1) 从存量的角度，随着祖代肉种鸡养殖周龄的增加，产蛋后期产蛋率会下降，父母代鸡苗的产量呈下降趋势，目前父母代种鸡的供给缺口已经体现出来，自 2022 年 11 月份以来，父母代肉种鸡价格已明显上涨，现在价格仍维持高位。</p> <p>(2) 从增量的角度，2022 年我国祖代肉种鸡的更新量下降，且国内自繁比例超 6 成，自 2022 年底开始，父母代鸡苗的数量已经明显减少；父母代种鸡苗经过 7 个月后产出商品代鸡苗，预计今年下半年商品代鸡苗的量会明显减少。</p> <p>(二) 需求端来看</p> <p>(1) 中央经济会议提出要着力扩大国内需求，把恢复和扩大消费摆在优先位置，国内需求的增长必将带动鸡肉消费的增长。</p> <p>(2) 随着疫情的放开，航空机场、旅游和餐饮业的恢复，会带来鸡肉消费的增加。</p> <p>(3) 鸡肉具有“一高三低”的特点，随着健康的消费理念日渐深入人心，无论是年轻一代还是老年人都开始注重饮食健康，促进了鸡肉消费的增长。</p> <p>(4) 外卖产业发展和预制菜品的兴起和普及，也将进一步带动鸡肉消费增长，从而会进一步带动鸡苗需求的增加。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</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>