# 雏鹰农牧

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2024-06-05

*第一篇：雏鹰农牧雏鹰农牧：全产业链布局分享规模化养殖盛宴2024-12-31 08:06 原文链接1、生猪养殖行业步入规模化扩张的黄金时期。过去十年我国猪肉消费年均增速仅为1.95%，未来猪肉消费量的增长也将趋于缓慢，行业整体增长空间有限...*

**第一篇：雏鹰农牧**

雏鹰农牧：全产业链布局分享规模化养殖盛宴

2024-12-31 08:06 原文链接

1、生猪养殖行业步入规模化扩张的黄金时期。过去十年我国猪肉消费年均增速仅为1.95%，未来猪肉消费量的增长也将趋于缓慢，行业整体增长空间有限。但是生猪养殖的规模化趋势越来越明显，机会成本的提高和生猪散养的天然劣势将使散养户加速退出。目前，出栏5万头以上的养殖户的出栏量占出栏总量的比例仅为0.83%，未来规模化养殖企业将分享散养户退出让出的巨大市场空间。

2、雏鹰模式有利于快速扩张，并能应用于全产业链。雏鹰模式结合了“公司+农户”和工厂化养殖的优势并加以改良，在生产安排上实现了分散和统一相结合，在生产实施上是一种共赢的农户合作模式。雏鹰模式充分发挥了农户的生产积极性和养殖能力，保证养好猪，同时合作建场有利于公司低成本快速扩张。此外雏鹰模式不仅能应用在养殖阶段，而且能够实现全产业链的复制，雏牧香专卖店的合作模式就是另一个成功应用。我们认为雏鹰模式建立在公司与合作者长期信任的基础上，是难以有效模仿的。

3、公司未来增长来源于产能扩张和产品结构升级。公司规划2024-2024年生猪销售量分别达到160万头、240万头、360万头，年均增长率超过50%。藏香猪和生态猪的加大投入有利于未来公司产品结构的升级。高端猪肉市场目前还没有领导品牌，随着居民收入的提高和对食品安全的重视，未来市场空间很大。公司高端猪肉的投放能够提升盈利能力，加强对生猪价格波动的规避。

4、加速向全产业链布局，规避猪周期。上游：公司加强了对原材料的控制，在吉林投资建设原料生产基地；下游：公司依附养殖基地加大了屠宰加工、冷链运输、肉制品加工的投入；终端：公司加大雏牧香专卖店的开设力度，目前已经在河南招商300家，并将很快进入北京、上海等一线城市。产业链的完善将使公司的成本优势更加明显，能够更大程度抵御猪价下跌的风险。

5、给予“短期\_强烈推荐，长期\_A”的投资评级，目标价25元。我们预计2024-2024年公司营业收入分别为19.85亿元、34.76亿元、55.89亿元，增速分别为52.67%、75.14%、60.77%；归属母公司净利润分别为4.25亿元、7.44亿元、11.90亿元，增速分别为-0.82%、74.92%、59.98%；实现每股收益分别为0.80元、1.39元、2.23元。我们认为给予公司13年18倍的估值较为合理，目标价25元。

风险提示：生态猪投放效果不达预期，生猪价格波动风险。

**第二篇：雏鹰农牧审计报告**

雏鹰农牧集团股份有限公司

chuying agro-pastoral group co.，ltd（新郑市薛店镇）2024 年报告

股票代码：002477 股票简称：雏鹰农牧

披露时间：二○一二年三月十五日

雏鹰农牧集团股份有限公司 2024 年报告

重 要 提 示

本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报

告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其

内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

没有董事、监事、高级管理人员对本报告内容的真实性、准确性、完整性无法保证或存在异议。

本报告经公司第一届董事会第二十二次会议审议通过。因工

作原因，董事王晓武先生书面委托董事候斌女士出席本次会议。公司

其他 10 名董事均亲自出席了本次会议。

公司财务报告已经京都天华会计师事务所有限公司审计并

出具了标准无保留意见的审计报告。

公司负责人侯建芳、主管会计工作负责人杨桂红及会计机构负责

人(会计主管人员)豆小玲声明：保证报告中财务报告的真实、准

确、完整。1 雏鹰农牧集团股份有限公司 2024 年报告

目录

第一节 公司基本情况简

介....................................................................1 第二节 会计数据和业务数据摘要........................................................4 第三节 股本变动及股东情

况................................................................6 第四节 董事、监事、高级管理人员和员工情况..............................12 第五节 公司治理结

构..........................................................................19 第六节 股东大会情况简

介..................................................................39 第七节 董事会报

告..............................................................................42 第八节 监事会报

告..............................................................................74 第九节 重要事

项...................................................................................78 第十节 财务报

告...................................................................................83 第十一节 备查文件目

录....................................................................186 1 雏鹰农牧集团股份有限公司 2024 年报告

第一节公司基本情况简介

一、中文名称：雏鹰农牧集团股份有限公司

英文名称: chuying agro-pastoral group co.，ltd 中文简称：雏鹰农牧

二、公司法定代表人：侯建芳

三、联系人和联系方式

董事会秘书

姓名吴易得

联系地址河南省新郑市薛店镇世纪大道

电话0371—62583588 传真0371—62583825

四、公司注册地址：新郑市薛店镇

公司办公地址：河南省新郑市薛店镇世纪大道公司办公区

邮政编码：451162

五、公司选定的信息披露报纸：《证券时报》、《中国证券报》

登载报告的网站网址：.cn（巨潮资讯网）

公司报告备置地点：公司董事会秘书办公室

六、公司股票上市交易所：深圳证券交易所

股票简称：雏鹰农牧

股票代码：002477

七、其他有关资料

公司首次注册登记日期：2024年5月14日

公司首次注册登记地点：新郑市工商行政管理局 1 雏鹰农牧集团股份有限公司 2024 年报告

公司最新注册登记日期：2024 年 12 月 21 日 公司最新注册登记地点：郑州市工商行政管理局

企业法人营业执照注册号：410\*\*\*0 税务登记号码：410\*\*\*1 组织机构代码：74923777-1 公司聘请的会计师事务所名称：京都天华会计师事务所有限公司

办公地址：北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层

签字会计师姓名：韩瑞红、柏玉英

聘请的正履行持续督导职责的保荐机构名称：东吴证券股份有限公司

办公地址：苏州工业园区翠园路 181 号

签字的保荐代表人姓名：申隆、余焕

八、公司历史沿革

（一）公司自上市以来的历次注册变更情况 1、2024 年 9 月 15 日，公司首次公开发行 3350 万股 a 股股票在深圳证券交 易所中小企业板挂牌上市。公司注册资本由壹亿元变更为壹亿叁仟叁佰伍拾万元 整，公司类型由“股份有限公司”变更为“股份有限公司（上市）”，并于 2024 年 11 月 29 日完成了变更手续。2、2024 年 4 月 8 日，公司召开 2024 年股东大会，审议通过了《2024 利润分配预案》，以 2024 年末公司总股本 133，500，000 股为基数，向全体股 东每 10 股派发现金 4.5 元（含税）；同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股，公司注册资本变更为贰亿陆仟柒佰万元整，于 2024 年 5 月 16 日完成了 变更手续。3、2024 年 10 月 11 日，公司召开 2024 年第二次临时股东大会，审议并通 过公司名称变更的议案，公司由“河南雏鹰农牧股份有限公司”变更为“雏鹰农 牧股份有限公司”，2024 年 11 月 4 日完成了变更手续。4、2024 年 12 月 15 日，公司召开 2024 年第三次临时股东大会，审议并通 过公司名称变更的议案，公司变更为“雏鹰农牧集团股份有限公司”，并于 2024 年 12 月 21 日完成了变更手续。

以上变更事项中，公司营业执照注册号、法定代表人、税务登记号、组织机篇二：雏鹰农牧分析研究详细版

雏鹰农牧 002477.sz 1，公司概况

业绩：预计2024-01-01到2024-12-31业绩：净利润20000万元至25000万元，上年同期业绩:净利润-189459900元，营业收入同比翻倍，今年业绩亮眼。

雏鹰农牧的公司全称是雏鹰农牧集团股份有限公司，创立于1988年，2024年登陆深圳证券交易所中小板，股票代码002477，被行内称为“中国养猪第一股”，雏鹰农牧集团是农业产业化国家重点龙头企业、中国质量诚信企业，并承载着中央储备肉活畜储备基地的重任。公司是养猪的，但现在已经不能把雏鹰农牧当做一个纯粹的养猪股对待。由于传统养猪产业具有明显的周期性，造成公司的盈利波动比较大，公司在2024年提出“生猪养殖+深加工、粮食贸易和互联网”三大战略布局。下面我们一一分析我们这三大战略。第一箭：生猪养殖+深加工

根据公司战略规划，公司将进一步推进“雏鹰模式”的深度转型，具体来说主要是减少固定资产投入，在养殖环节通过农户缴纳一定的转让费和保证金，将猪舍所有权转让给农户。转让完成后，猪舍的日常维护、设备更新、养殖业务等工作由农户在公司统一管理下完成。这样不仅可以大幅提高养殖户的收益，养猪农户从工人变成所有者，有效提高农户的积极性，同时可以降低公司在猪舍维护方面的费用，实现轻资产运营。第二箭：粮食贸易

随着公司养殖规模的扩大，饲料用量大幅增加，为避免公司饲料价格波动对公司业绩造成影响，同时为公司创造新的利润增长点。基于以上考虑，公司在吉林设立子公司开展饲料原料的购销、贮运、贸易等业务，并根据玉米、豆粕等原材料市场行情，调节粮食的库存量。在行业内出现预期管理偏差时，有利于公司进行生猪养殖及粮食贸易的灵活调节，调整饲料生产及贸易业务的比例，适度规避生猪及原料价格波动对公司的影响。

第三箭： “互联网+养殖”业内最强 2024 年公司涉足互联网，尝试将传统农业与新型的电子商务相结合，逐步探索出适合自己发展的一条互联网道路，围绕农业开展互联网+农业或互联网+粉丝经济+农业的模式，从互联网经济的角度植入粉丝经济，发展传统农业。

公司运营互联网的主体是微客得科技，2024年7月成立，截止目前，注册资本2024万元，公司持股51%。微客得科技自成立以来，已成为公司的电竞及互联网业务平台，专注于大数据服务平台以及粉丝增值体验的数据运营，集投资及整合游戏设计、竞技产业、线上商城、粉丝人群等相关产业资源为一体，旨在打造以游戏、社交平台为主，融合粉丝经济、大数据应用、电子商务平台的新型营销模式。

微客得科技下属 5 家控股子公司，分别为杰夫电商、淘豆食品、omg、上海电竞、和微客得（北京）投资，同时，微客得科技还参股 4 家商贸公司。其中杰夫电商是中国中部地区领先的综合型第三方电商服务公司，具有庞大的粉丝群体；淘豆食品（天猫店销量巨大，如下图所示）主要经营范围是休闲食品等，与逾百名电竞明星合作，拥有广泛的网络销售渠道，并在线下开设了体验店铺，实现了线上和线下全面结合，拥有超 300 万会员和 500 万粉丝；omg服务于粉丝和电竞玩家，是一支拥有高素质人才团队、一流队员的专业竞技俱乐部，在国内电竞行业具有重要影响，拥有 3000万粉丝，以滚雪球的方式通过游戏、影视 等平台吸引未来消费主体80、90后，并逐步将公司“雏牧香”产品植入成熟的电商平台淘豆食品，最终实现流量变现；微客得（北京）投资管理有限公司成立于 2024 年 11 月，主要围绕农产品加工企业经营过程中的原材料、技术、资金、市场等要素提供原材料采购与产品网络销售服务、产品研发与技术升级服务、企业融资服务等。

图1 淘豆食品天猫店铺部分商品的销量巨大 2，员工持股计划 2024年6月23日公司董事会公告称，截至2024年6月23日，公司第一期员工持股计划通过二级市场及大宗交易方式购买公司股票，购买均价22.82元/股，购买数量14,160,240股，占公司总股本的比例为1.3550%。截至本公告披露日，公司第一期员工持股计划已购买完毕，购买的股票按照规定予以锁定，股票锁定期为自本公告之日起12个月。

第二次增发募集资金主要用于养殖加工一体化产能的扩大，目前公司养猪年出栏量 150-200万头与牧原共处第二梯队，次于第一梯队的温氏股份，新整体上市的温氏股份2024年上市肉猪1218万头，目前市值1770亿左右，牧原股份市值247亿，而雏鹰农牧只有154亿。以轻资产运营为核心的“雏鹰模式”是我国实现规模化养殖的最佳发展路径，公司通过不断复制“雏鹰模式”实现了出栏量的快速增长。我们预测，2024-2024 年公司生猪出栏量分别为 170、300、500、1000万头，值得期待。4，控股股东及实际控制人增持 2024年7月16日-7月21日，公司控股股东、实际控制人侯建芳先生通过定向资产管理计划增持公司股票5,387,689股，占公司总股本的0.52%，增持金额约为10,048.90万元。增持均价为18.65元/股。

本次增持公司控股股东及实际控制人侯建芳先生承诺通过上述方式购买的公司股票六个月内不减持。2024年11月13日，公司控股股东、实际控制人侯建芳先生通过定向资产管理计划增持公司股票4,000,967股，占公司总股本的0.38%，增持均价为16.59元/股，增持金额约为6,636.60万元。

本次增持公司控股股东及实际控制人侯建芳先生承诺通过上述方式购买的公司股票六个月内不减持。5，专业化生猪养殖龙头，产业链完整

公司是一家大型养殖企业，已建立包括饲料生产，种猪繁育，生猪养殖，种蛋生产，鸡苗孵化，技术研发，疫病防治等在内的一体化经营模式，产业链完整。公司主要生产生猪和家禽两类产品。其中生猪业务成为公司的核心业务，公司拥有完整的生猪繁育体系，通过外购纯种猪和自繁种猪相结合，实现生猪的自主繁育和生产。6，猪肉价格等农产品企稳回升

猪价季节性调整或结束，有望回归上涨通道。畜禽产品、橡胶、糖等农产品有望迎来价格拐点。随着气温下降，猪肉消费旺季将来临，而能繁母猪存栏见底，2024年生猪供应难以大幅增加，叠加成本端下行，预计养殖企业利润仍将维持高位。受前期引种过量、疫情、需求大幅下滑等因素影响，禽价持续异常低迷，行业产能淘汰加速、15年引种大幅下滑，禽价极具弹性。橡胶、糖等农产品有望迎来拐点，关注厄尔尼诺、石油价格等催化剂。7，电子商务进农村 2024年上半年，国务院常务会议就针对加快发展农村电商进行过专门部署。而进入11月份以来，政策红包更是接踵而来。11月9日，国务院办公厅发布《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》；17日，财政部印发《农业综合开发扶持农业优势特色产业促进农业产业化发展的指导意见》，鼓励发展“互联网+农业”，积极支持优势特色农产品电子商务平台建设；23日，国务院公布《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》，表示支持各类社会资本参与涉农电商平台建设，促进线下产业发展平台和线上电商交易平台结合。

8，发力餐饮特通渠道，以点带面布局全国 2024年11月17日，《证券时报网》称，日前雏鹰农牧集团与北方某部队签订合作协议，从11月起，为其供应“雏牧香”系列生态肉产品，同时，雏鹰农牧集团还与众多知名餐饮 企业签订猪肉供应的长期协议，典型代表有裕达国贸、中州国际酒店、肘子刘等。

雏鹰农牧集团营销分公司特通部根据全国各省市不同的风俗和消费习惯，稳步推进，取得显著成效。篇三：雏鹰农牧

雏鹰农牧：全产业链布局分享规模化养殖盛宴 2024-12-31 08:06 原文链接

1、生猪养殖行业步入规模化扩张的黄金时期。过去十年我国猪肉消费年均增速仅为1.95%，未来猪肉消费量的增长也将趋于缓慢，行业整体增长空间有限。但是生猪养殖的规模化趋势越来越明显，机会成本的提高和生猪散养的天然劣势将使散养户加速退出。目前，出栏5万头以上的养殖户的出栏量占出栏总量的比例仅为0.83%，未来规模化养殖企业将分享散养户退出让出的巨大市场空间。

2、雏鹰模式有利于快速扩张，并能应用于全产业链。雏鹰模式结合了“公司+农户”和工厂化养殖的优势并加以改良，在生产安排上实现了分散和统一相结合，在生产实施上是一种共赢的农户合作模式。雏鹰模式充分发挥了农户的生产积极性和养殖能力，保证养好猪，同时合作建场有利于公司低成本快速扩张。此外雏鹰模式不仅能应用在养殖阶段，而且能够实现全产业链的复制，雏牧香专卖店的合作模式就是另一个成功应用。我们认为雏鹰模式建立在公司与合作者长期信任的基础上，是难以有效模仿的。

3、公司未来增长来源于产能扩张和产品结构升级。公司规划2024-2024年生猪销售量分别达到160万头、240万头、360万头，年均增长率超过50%。藏香猪和生态猪的加大投入有利于未来公司产品结构的升级。高端猪肉市场目前还没有领导品牌，随着居民收入的提高和对食品安全的重视，未来市场空间很大。公司高端猪肉的投放能够提升盈利能力，加强对生猪价格波动的规避。

4、加速向全产业链布局，规避猪周期。上游：公司加强了对原材料的控制，在吉林投资建设原料生产基地；下游：公司依附养殖基地加大了屠宰加工、冷链运输、肉制品加工的投入；终端：公司加大雏牧香专卖店的开设力度，目前已经在河南招商300家，并将很快进入北京、上海等一线城市。产业链的完善将使公司的成本优势更加明显，能够更大程度抵御猪价下跌的风险。

5、给予“短期\_强烈推荐，长期\_a”的投资评级，目标价25元。我们预计2024-2024年公司营业收入分别为19.85亿元、34.76亿元、55.89亿元，增速分别为52.67%、75.14%、60.77%；归属母公司净利润分别为4.25亿元、7.44亿元、11.90亿元，增速分别为-0.82%、74.92%、59.98%；实现每股收益分别为0.80元、1.39元、2.23元。我们认为给予公司13年18倍的估值较为合理，目标价25元。

风险提示：生态猪投放效果不达预期，生猪价格波动风险。篇四：雏鹰农牧集团股份有限公司 投资者调研记录

雏鹰农牧集团股份有限公司

投资者调研记录

（编号：20120824）

时间：2024年8月24日

公司接待人员：证券事务代表贡妍妍、证券部专员苏丹 调研人员：中国中投证券有限责任公司 贺文哲、胡逸群、朱广睿 地点：董事会秘书办公室

记录人：苏丹

1、问：公司和养殖农户是如何合作的？

答：公司将种猪的养殖分为“配种——妊娠——分娩——保育——育成”五个阶段并由不同农户饲养；农户进入养殖场前需先与公司签订合同，并向公司缴纳一定的保证金。农户在养殖场内按公司养殖流程接受饲料供应、防疫、技术指导和封闭管理。合作农户与养殖畜禽“同进同出”，直到畜禽转栏移交，才可以离开养殖场，养殖周期结束，公司按照养殖成果支付农户养殖利润，在发生严重疫情等极端情况下，公司将保障农户2万元/年的最低利润。

2、问：专卖店的产品结构和价格定位？

答：公司专卖店销售的是公司自己生产的产品，包括从饲料源头生产到生猪养殖、冷鲜肉加工、全程可追溯的绿色安全猪肉、生态猪肉，以后还会有藏香猪肉，同时今后也会考虑销售公司种植的绿色蔬菜。公司有专门的市场部会根据市场的变化来调节猪肉的价格。

3、问：三门峡生态猪项目的规模、建设情况？

答：三门峡生态猪的养殖规模是年出栏100万头，分布在三门峡陕县、渑池、卢氏三个县，分别是年出栏50万头、30万头、20万头，总投资为40亿元左右。其中主要包括土地平整、修路、土建等投入。目前三个项目均已开工建设，将陆续投产。

4、问：关于西藏藏香猪养殖规模？

答：藏香猪项目将在西藏米林县分期实施，预计投资规模不超过 3亿元人民币，年出栏藏香猪10万头。一期项目计划建设年出栏3万头的藏香猪养殖场，并配套建设饲料厂和屠宰厂。二期项目计划于一期项目投产后开始建设。目前一期项目已奠基，将逐步开工建设。

5、问：对下半年猪价如何预计？

答：下半年由于受到节假日和国家新一轮收储政策的影响，将会对稳定生猪市场行情、农户补栏积极性产生积极作用，预计下半年猪价在一定程度上会进入上升通道。

6、问：请问公司使用的饲料是外购的吗？ 答：公司使用的饲料是公司饲料厂生产的，同时公司在吉林设立全资子公司-吉林雏鹰农贸有限公司，开展玉米、大豆等饲料原料农产品的采购等业务，为公司提供稳定的饲料原料。

7、问：公司养殖场是公司自建的吗？

答：公司养殖场一部分是自建养殖场；一部分是租赁养殖场，租赁养殖场是农户按公司要求自行办理土地租赁手续，自行建设养殖场后租赁给公司使用；公司自建养殖场与租赁养殖场相结合的方式，缓解了资金压力，实现了轻资产快速发展。

8、问：公司建设屠宰场后，会不会减少仔猪的销售量？

答：公司产品的销售有一定的顺序性，会根据市场行情来调节种猪、仔猪和肉猪的销售数量。

9、问：公司股权激励情况？ 答：为了更好的建立和完善公司高级管理人员激励约束机制，调动管理团队和骨干员工的积极性，公司推出了股权激励计划。公司股票期权总数为463万股，首次向307名激励对象授予417.4万份股票期权，行权价格为每股12.11元。同时，确定公司股票期权的首次授予日为2024年5月8日。首次股票期权激励计划分三期行权，目前公司正处于发展期，需要大量的人才，做股权激励有利于吸引和留住人才。篇五：雏鹰农牧与牧原股份竞争力比较简析

雏鹰农牧与牧原股份竞争力比较简析

陈来华

（一）扩张之路及现有产业布局 1.企业概况

雏鹰农牧：雏鹰农牧集团股份有限公司发端于1988年，经过20多年发展，已拥有十余家分子公司，员工数超过3000人。该公司于2024年9月在深圳证券交易所成功挂牌上市，被誉为“中国养猪第一股”。上市以前，雏鹰农牧的养猪区域仅限于河南省的局部地区，但上市后利用资本市场雄厚的资本优势，不断扩张养猪版图，先后在吉林、内蒙古和西藏等地区投资大型养猪项目。

牧原股份：牧原股份始建于1992年，历经22年的发展，现拥有10个全资子公司和1个参股公司（河南龙大牧原肉食品有限公司），建立了集科研、饲料加工、生猪育种、种猪扩繁、商品猪饲养为一体的完整封闭式生猪产业链。2.扩张之路

雏鹰农牧：2024年11月29日，雏鹰农牧公告，公司与郑州盛源生态农业科技有限公司签订股权转让协议，拟将郑州雏鹰蔬菜种植有限公司100%的股权以1200万元的价格转让给盛源农业。而就在此公告发布前3天，雏鹰农牧对吉林子公司增资1.5亿元。据了解，雏鹰农牧吉林子公司投产之后，雏鹰农牧的生猪产能将由目前的360万头提高到760万头。雏鹰农牧近年来投资的养猪项目见表

1、图1。

表1 雏鹰农牧近年来投资的养猪项目

数据来源：青麦田收集整理

牧原股份：2024年4月份，牧原股份在河南唐河、扶沟和山东曹县设立子公司，而这三家子公司的注册金额均为5000万元。11月29日，牧原股份公告，牧原股份杞县、通许、正阳3家子公司成立，注册资金均为2024万元，经营范围为饲料加工等。在前一周，牧原股份与滑县达成合作协议。根据协议，牧原股份投资3.9亿元，将建年出栏规模为40万头的生猪项目。另外，牧原股份在邓州、卧龙、唐河、扶沟分别建设了年出栏规模为200万头、150万头、30万头、35万头的生猪养殖基地；在湖北钟祥、山东曹县建设年出栏规模为140万头和45万头的生猪养殖基地。如果扩张项目全部达产，牧原股份的产能将超过600万头。至此，牧原股份也开始利用资本优势，走上养猪扩张的道路。牧原股份近年来投资的养猪项目见表

2、图2。表2 牧原股份近年来投资的养猪项目 单位：万头

数据来源：青麦田收集整理

图1 雏鹰农牧集团股份有限公司下属企业分布图 数据来源：青麦田收集整理

图2 牧原食品股份有限公司下属企业分布图 数据来源：青麦田收集整理

（二）企业基本信息 见表3。表3 雏鹰农牧与牧原股份企业基本信息

单位：万元、万股

数据来源：青麦田收集整理

（三）财务信息 1.雏鹰农牧：2024年第三季度，公司实现营业收入4.54亿元，比上年同期增长9.17%；归属上市公司股东的净利润7,358万元，比上年同期增加175.55%。2024年1-9月，公司实现营业收入11.05亿元，同比减少12.79%，归属上市公司股东净利润-7418万元，同比下降208.17% 雏鹰农牧因成本控制得当，第三季度利润增幅较大。2.牧原股份：2024年第三季度，公司实现营业收入6.66亿元，比上年同期增长56.21%；归属上市公司股东的净利润8,316万元，比上年同期增加15.82%。2024年1-9月，公司实现营业收入17.44亿元，比上年同期增长48.41%；归属上市公司股东净利润270万元，同比减少98.17%。

牧原股份前三季度生猪出栏量累计达到130万头，头均盈利约2元；其中，第三季度生猪出栏量45万头，头均盈利约180元。由于猪价回升以及出栏量增长，牧原股份第三季度实现归属母公司净利润0.83亿元，弥补了上半年的亏损。

表4 2024年前三季度雏鹰农牧与牧原股份财务信息状况

数据来源：青麦田收集整理

（四）生产销售状况 1.雏鹰农牧：公司营业收入主要来自生猪产品，2024年全年生猪产品销售收入145431.10万元，同比增长6.83%，占本期营业收入的77.85%，其中商品仔猪、商品肉猪、二元种猪收入分别占营业收入总额的43.01%、28.69%、6.15%；销售家禽产品的营业收入为7,445.84万元，占本期营业收入总额的3.99%；销售生鲜冻品的营业收入为17138.93万元，占本期营业收入总额的9.17%。2024年，公司生猪总出栏量169.5万头，同比增长10.96%，其中，销售总量156.06万头，同比增长5.13%。全年商品仔猪销售量为117.01万头，同比减少0.11%；商品肉猪销售量为32.36万头，同比增加20.21%；二元种猪销售量为7.23万头，同比增加47.55%；猪肉产品生产量为12657.56吨，同比增加241.59%；生鲜冻品销售量为11194.77吨，同比增加290.89%。生猪产品的营业总成本为10.41亿元，占公司营业成本的74.36%。预计2024年生猪出栏量在190~200万头之间。

公司净利润下降的原因：（1）报告期内，生猪行情持续低迷，公司主要产品商品仔猪和商品肉猪的年均售价均下降，对公司整体盈利水平有较大影响。（2）报告期内，公司实施了养殖场 改造升级项目，对当期公司生猪出栏量有一定影响。（3）受养殖场改造升级项目的影响，在仔猪行情低迷时育肥舍产能未能匹配，使公司全年仔猪销量保持在70%以上水平；商品肉猪方面，11月左右公司改造后的育肥舍产能逐步释放，但商品猪价格已回落，使公司商品猪的利润低于上年同期水平。猪舍改造对公司产能的影响，处于猪周期的底部，符合公司战略发展规划。（4）随着公司规模的扩大及向产业链下游的发展，规模扩大相关各项费用的增加，使公司盈利水平下降。2.牧原股份：2024，公司生猪销售130.68万头，同比增长42.41%；实现营业收入204440.28万元，同比增长37.13%，其中商品猪、种猪、仔猪收入分别占营业总额的97.03%、1.94%、1.01%；销售猪粪的营业收入为32.16万元，占本期营业收入总额的0.02%；在生猪价格低迷，饲料、人工等成本上涨的情况下，全年实现净利润30382.94万元，比2024年下降7.99%。预计2024年公司生猪出栏量在200万头左右。

表5 2024年雏鹰农牧与牧原股份财务信息状况

单位：亿元，% 数据来源：青麦田收集整理

表6，2024年雏鹰农牧与牧原股份生猪销售状况

单位：万头、亿元

数据来源：青麦田收集整理

（五）生产经营方式 1.生产组织方式 雏鹰农牧：“分阶段、流程化”养殖和“分散养殖、统一管理”方式。

“分阶段、流程化”指将生猪的养殖按生长过程，分为“配种—妊娠—分娩—保育—育成”五个阶段并配备不同猪舍。

“分散养殖”指各养殖场或内部养殖区平均占地规模较小，且相互之间保持合理距离；同时，防止疫情传播，对各养殖场施行“封闭管理”，进入人员和车辆必须严格消毒。

“统一管理”指通过统一采购、供种、供料、防疫、流程、销售的管理方式实现规模经营。

牧原股份：“统一组织，多点饲养”方式。采用早期隔离断奶（sew）、分胎次饲养、多点式饲养、一对一转栏与不混群、自动化饲喂、人工授精等饲养组织方式。2.生产实施方式 雏鹰农牧：“合作养殖”和“合作建场”方式。“合作养殖”是将自有畜禽交予农户在公司养殖场进行养殖；农户按照公司养殖流程接受饲料供应、防疫、技术指导和“封闭管理”，但具体养殖方式由养殖户自行决定；养殖周期结束，公司按照农户养殖成果支付农户养殖利润。

“合作建场”是部分养殖场由农户按照公司要求自行建设后，租赁给公司使用。牧原股份：“自育自繁自养的一体化产业链”模式。

“自育自繁自养的一体化产业链”是指公司将饲料加工、生猪育种、种猪扩繁、商品猪饲养等多个环节于一体的完整生猪产业链全部自己投资建设完成。

（六）竞争优劣势分析与观点 1.融资资本方面：雏鹰农牧暂时先胜一筹。2024年以来雏鹰农牧，在资本市场上的累计融资近35亿元。其中，2024年6月份雏鹰农牧募资8.2亿元。2024年11月份，发行了3.5亿元的短融债。

**第三篇：杰出企业案例申报-雏鹰农牧**

杰出企业案例申报——雏鹰农牧

雏鹰农牧集团股份有限公司(以下简称“雏鹰农牧集团”)始创于1988年，2024年9月15日在深圳证券交易所挂牌上市(股票代码：002477)，被业界誉为“中国养猪第一股”。雏鹰农牧集团是农业产业化国家重点龙头企业、中国质量诚信企业，并承载着中央储备肉活畜储备基地的重任!

雏鹰农牧集团以让国人吃上安全肉为己任，致力于开展以生猪养殖全产业链为主导的战略布局，目前确立了包括生猪养殖、粮食贸易、互联网三大板块的核心战略，已发展成为拥有粮食贸易、饲料生产、良种繁育、生猪养殖、屠宰加工、冷链物流、终端销售、线上业务等完整产业链体系的现代化大型企业集团。

秉承“优势互补、合作共赢、风险共担、成果共享”的合作理念，雏鹰农牧集团在长期发展过程中，凭借多赢机制和完整产业链体系，开创了一条企业、农户、代理商、经销商共同发展、共享成果的特色发展之路。为国家农业产业结构调整、社会主义新农村建设、破解“三农问题”提供了有益的探索，得到了行业的普遍认可。雏鹰本着“责任、成长、价值”的理念基石和“创新为魂、诚信为本”的经营理念，不断创新经营模式，推进新兴特色农业、升级优化组织形式，科技兴农、坚持富民工程发展战略，以“发展生态产业引领时尚生活”为己任，致力于将绿色、健康、安全的食品送上国人的餐桌，成为卓越的中国安全食品供应商。

乘着资本东风，雏鹰农牧建设生态养猪项目，布局冷链仓储物流，扩充生猪建设基地，向上向下延伸产业链，形成生猪养殖、粮食贸易、互联网三大板块核心战略;同时，涉足金融领域，设立农业产业投资基金，完善企业发展生态链。

面对“互联网+”的到来，雏鹰农牧积极变革，在优化升级“雏鹰模式”，推进“轻资产模式”的同时，还积极触网。

在终端销售上，雏鹰农牧通过自建线上商城和微商城，控股微客得科技公司，开设第三方电商平台专营店，收购淘豆食品、杰夫电商等公司，构建线上运营体系;同时，打造电竞及互联网业务平台，以游戏、社交平台为主，融合粉丝经济、大数据应用、电子商务平台的新型营销模式，推动雏鹰农牧互联网综合业务发展。

2024年，雏鹰农牧控股的新融农牧平台上线。新融农牧通过整合生猪养殖上中下游企业资源，搭建互联网+养猪生态系统，围绕金融、电商、数据三大核心战略，搭建猪博士生产云、新融电商、猪博士大数据、新融CRM、养猪物联网、空中医院等八大信息平台，降低养殖链条上买卖双方的成本。

2024年，雏鹰农牧借助“互联网+”的战略平台，实现突破性的产业升级，将种养植、生产加工、仓储物流、批发零售等企业追溯体系建设与电子商务、智慧物流等信息化建设相结合，以生鲜农业领域为重点，成立云合资讯，构建从源头采购到生产、从仓储物流到销售的全程质量安全管理体系，严把从农田到餐桌的每一道产品质量关，以此确保百姓舌尖安全。雏鹰农牧的互联网战略，也受到了资本市场的认可，多家分析机构认为，有理由因互联网板块的发展对雏鹰农牧重新估值。2024年以来，雏鹰农牧不断布局产业基金，项目涉及电竞、农业、扶贫开发等。2024年，雏鹰农牧更是参与主投了中证中扶产业扶贫基金。

目前雏鹰农牧投资的产业基金的投向主要为农业及其相关领域的投资、雏鹰农牧相关业务产业链的上下游企业、电竞产业链上下游等。雏鹰农牧所从事的农业主导产业最核心的特征就是周期性强，对资金的需求远高于其他传统企业，布局金融板块能保障现金流，以使雏鹰农牧成功穿越逆周期，雏鹰农牧设立农业产业基金是为产业链上下游服务。当这些企业处在弱周期、融资困难时，基金可适时介入提供资金支持，实现产融结合。同时，在供给侧改革大背景下，布局产业基金可以促进产业结构调整和升级，以投资基金入股的形式同相关行业内优质的创业者合作，加快对相关产业板块的拓展进度。

二、公司社会责任履责措施及行动成效

(一)股东和债权人权益保护

1、不断完善公司治理，建立健全内部控制制度

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所股票上市规则》及中国证监会、深圳证券交易所发布的有关上市公司治理的规范性文件要求，不断完善公司法人治理结构，建立健全内部控制制度，自觉地持续深入开展治理活动，及时发现公司治理过程中存在的问题，分析原因积极整改，不断完善法人治理结构，提升公司治理水平，切实保障全体股东和债权人的合法权益。

2、严格规范股东大会，保障股东权益

公司能够按照有关法律法规和《公司章程》的规定公平对待所有股东，确保股东尤其是中小股东充分享有法律、法规、规章所规定的各项合法权益。公司2024共召开了七次股东大会，分别就股东大会权限范围里的相关事项进行了表决，并均采用了现场投票和网络投票相结合的方式，拓宽了股东参与股东大会的的方式，保护股东尤其是中小股东的权益。公司股东大会会议的召集程序、召开程序、出席会议人员资格及表决程序均符合《公司法》、《上市公司股东大会规则》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定。

3、加强信息披露管理，构建良好的投资者关系

公司认真按照《上市公司信息披露管理办法》以及《信息披露管理制度》的规定执行，主动、及时、准确、完整、公平地披露了公司经营活动信息以及重大进展情况。公司非常注重与投资者的沟通交流，将投资者关系管理作为日常工作的重点之一。通过深交所互动易、投资者热线、公司邮箱、公司网站等，加强与投资者沟通;严格按照内部的制度规范，热情、耐心地接听及回答投资者的电话询问;积极接待机构投资者的现场调研，并及时披露调研相关信息。同时公司加强与深圳证券交易所、河南证监局等监管部门的联系，及时汇报涉及公司规范运作相关事项，特别是重大事项的相关情况，积极听取监管部门的意见和建议。

4、定时披露经营信息，积极回报股东

公司始终重视对股东的合理投资回报，一直坚持连续、稳定的利润分配政策，以自己的实际行动积极回馈股东的信任。综合考虑公司发展所处阶段、经营状况、盈利规模、项目投资资金需求，2024年6月24日，公司实施权益分派方案：以公司2024年4月20日的总股本1,045,053,210股为基数，向全体股东每10股派1.2元人民币(含税)现金，合计派发股利1.25亿元(含税);同时以资本公积金向全体股东每10股转增20股。

5、遵守合同协议约定，切实保护好债权人的权益

公司在注重对股东权益保护的同时，高度重视对债权人合法权益的保护，严格按照公司与债权人签订的合同，全面履行相关责任和义务。并在日常工作中保证与债权人的顺畅沟通，及时通报与其相关的重大信息，保障债权人的合法权益。

(二)职工权益保护

2024年，公司坚持“以人为本”的理念，通过对各项制度的完善，把实现和维护全体员工的利益提升至战略高度;通过各项具体工作的开展，把对职工权益的保护落到实处;通过举办多种形式的内部活动，提升员工综合素质的同时促进员工的身心健康，提升企业的凝聚力，实现员工与企业共同成长。

建立人才战略体系,推行绩效改革

公司严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的要求，依法保护员工的合法权益。并按照相关规定和标准制定了包括社保、医保等在内的薪酬福利制度，与所有员工在平等自愿、协商一致的基础上签订《劳动合同》，办理医疗、养老、失业、工伤、生育等社会保险和住房公积金。秉承“以人为本”的经营理念，提出人才建设战略体系，结合公司各部门实际情况，严格推行绩效考核方案，完善绩效管理制度。

2、培训、内控双管齐下，提升企业竞争力

公司根据自身发展特点和团队建设现状，不断推进内控建设和员工培训工作，积极健全以知识、技能管理为基础，以企业发展为导向的培训学习体系。2024年，集团除了抓好常态化的新员工入模、大学生入职培训外，还为在职人员按类别安排了“基础类”、“素质类”、“管理类”等通用课程，及相关专业课程如“养殖生产管理培训”、“安全生产培训”、“质量体系管理培训”“精益6S管理培训”等。同时，经过一年的运行，内部培训师制度不断改进和完善，公司培训工作更加规范化、高效化和专业化，也对公司内部各部门之间的沟通和对接起着至关重要的作用。

内控对于提高各部门之间的工作配合度，把控企业的风险关键点，保障上市公司健康、顺畅运转有着积极的意义。加强员工培训和内控管理，对于提升公司治理水平，打造稳健、健康、顺畅的公司治理团队具有重要积极意义。

3、建设公司内部交流通道，增强员工文化归属感

通过建设公司内部交流通道，增强员工对企业的信任，增进员工与领导、员工与员工之间感情，使员工在公司找到归属感。

2024年全年，公司内部交流刊物《雏鹰人》持续发刊，并伴随着企业一路成长。《雏鹰人》所打造的企业内部交流平台，传达了公司人文关怀，增进了员工间的文化互动。

4、加强党的思想教育，提升员工思想道德觉悟

公司保持内部交流渠道畅通的同时，注重加强员工思想教育。集团党委以服务集团、服务党员职工为工作重心，创新工作载体，团结凝聚职工，积极发挥作用，引领职工为企业的发展发挥“正能量”，为助推集团和谐发展提供了强有力的支撑。2024年集团党委在加强思想建设、组织建设和作风建设的同时，切实把党建工作融入到生产经营工作中，融入到职工工作生活中，融入到企业文化建设中。2024年6月，集团党委被郑州市委授予“郑州市先进基层党组织”荣誉牌匾;11月，被郑州市委组织部授予“郑州市非公企业党建示范基地”荣誉牌匾。

2024年年底，由公司高管组成的慰问组，走访慰问了集团总部、开封尉氏屠宰加工厂、肉制品加工厂、安全检测部、三门峡雏鹰农牧有限公司、渑池特种养殖有限公司等地的47名困难职工，把公司的关爱送到他们手中，传递到他们心中，不仅拉近了公司领导与各部门、各分/子公司员工之间的距离，也让职工及其家属深切感受到雏鹰农牧这个大家庭的温暖。

5、举办员工活动，提高员工满意度

公司每月为内部员工发放生日礼物，不定期举办员工生日聚会，由公司高层管理人员亲自到场为员工庆生。公司工会不定期组织篮球比赛、羽毛球比赛、员工才艺大赛等文体活动，丰富员工的业余生活。逢元宵节、三八妇女节、五四青年节、重阳节等重要节日，公司还会举办猜灯谜、员工家庭亲子秀、知识竞赛、登山等主题活动。

在绩效管理的基础上，公司不断改善员工福利，为员工提供季度福利、节假日福利、带薪年假等。除此之外，公司工会还不定期组织相亲联谊会等“后勤保障性”活动，让员工能够全身心地投入工作，解除员工的后顾之忧。

6、妇委会充分发挥女职工“半边天”作用

妇女事业已经成为中国特色社会主义事业的有机组成部分，成为党的群众工作的重要内容。雏鹰农牧的发展，离不开全体职工的团结敬业和创新开拓，更离不开全体女职工在工作岗位上充分发挥“半边天”的重要作用。

2024年，公司妇委会在集团党委的领导下，在新郑市妇联的指导下，坚持以“党建带妇建”的原则，全面贯彻落实科学发展观，围绕企业发展这个中心，建立健全妇委会工作运行机制;创新活动载体，充分展现女职工的巾帼风采;加强女性保障，切实维护女性合法权益，团结和引领企业全体女性立足本职岗位，建功立业，为公司各项事业发展发挥“半边天”作用。

(三)消费者权益保护

1、加强食品安全建设，保障消费者权益

公司一直秉承“发展生态产业，引领时尚生活”的核心价值理念，通过全产业链保证食品安全，保障消费者权益。公司通过完整产业链条、全程安全追溯系统、企业首席质量官制度等质量管控措施，严保食品安全。

2024年，公司被中国国家认证认可监督管理委员会纳入“同线同标同质”公共信息服务平台。2024年2月，雏牧香被亚洲品牌协会等单位评为“中国生态原产地知名品牌”。2024年3月，公司荣获由中国质量检验协会颁发的“全国质量诚信标杆典型企业”、“全国质量信得过产品”两项殊荣，雏牧香被评为“全国肉制品行业质量领先品牌”。2024年5月，公司全资子公司三门峡雏鹰农牧有限公司被中国质量认证中心授予“有机转换认证证书”。2024年12月，雏鹰鲜冻猪肉被中国绿色食品发展中心认定为河南省猪肉领域唯一“绿色食品A级产品”。

2、抵制商业贿赂，保护供应商、客户权益

公司不断完善各项内控制度，以构筑防范体系，严格监控和防范公司与客户、供应商进行各类商业贿赂活动。公司把供应商、客户视为合作伙伴，致力于与重要客户、供应商等建立顺畅的沟通机制和销售渠道，以实现长期稳定的合作。

(四)环境保护和可持续发展

公司发展全产业链模式，从产业链源头做起，涵盖饲料原料、铁路运输、规模养殖、屠宰加工、冷链物流、品牌推广、终端销售等各环节，不但实现食品安全可追溯，而且实现了绿色、循环发展。

(五)公共关系和社会公益事业

公司一直致力于公益事业的发展，通过各种有效方式开展了一系列的社会公益实践活动。

1、开展“慈善暖冬行”活动

2024年1月21日，侯氏家族与河南省慈善总会一起开展“慈善暖冬行”活动，慰问雏鹰农牧集团困难职工53人，困难复员退伍军人家庭10户，侯氏家族居住村低保家庭、五保家庭、困难独居老人、困境儿童17户，共发放慰问金、生活用品15.5万元。

2、慈善援助“儿童之家”

2024年5月，公司从侯氏家族捐献的爱心善款中拿出12万元基金，对叶县已建成的12所“儿童之家”进行慈善援助，用于支持儿童福利保障工作。并将对叶县后续建成的200多所“儿童之家”每所继续扶持资金1万元，共计200多万元。

3、精准扶贫、助学

2024年7月8日，为响应国家精准扶贫战略，在河南省畜牧局的组织下，雏鹰农牧集团在河南省畜牧龙头企业东大村扶贫捐助仪式上向新乡市封丘县应举镇东大村捐助30万元，助力其“脱贫摘帽”。

2024年8月，为了贯彻落实省委、省政府扶贫攻坚的相关要求，在省慈善总会的精心协调和安排下，从侯氏家族捐赠的善款中拿出350万，共同开展扶贫、助学、慈善项目。对河南省兰考县、濮阳县等七个国家级贫困县每县50万元，用于100名今年考入高等院校且家庭贫困的学生给予一次性集中资助。

2024年8月底,由平安银行现代农业金融事业部主办的金橙·平安农业俱乐部2024年峰会暨现代农业生态金融高峰论坛在内蒙古库布其沙漠举办,侯建芳先生代表雏鹰农牧集团联合平安银行，与河南省滑县、内蒙古乌兰察布察右后旗、吉林省洮南市开展了扶贫合作战略签约。根据协议规定，双方共同倡议农业生产回归服务农民、富裕农民的本质，发展农业生产与扶贫相结合，服务农业现代化与地区扶贫工作，真正实现经济效益和社会效益的最大化。

2024年10月18日，在河南省扶贫基金会第一届第一次理事会上，雏鹰农牧捐款500万元。

四、发展现状

1、雏鹰模式

雏鹰农牧集团的发展思路非常清晰，不仅具有前瞻性，同时对不利的市场环境也能够应对自如，这些成果得意于雏鹰农牧集团自创的“雏鹰模式”。

“雏鹰模式”由创始人侯建芳亲自设计，2024年开始尝试，在运行中不断完善，到2024年基本定型。通过“雏鹰模式”，雏鹰农牧打造了一套“人人做老板”的机制，在充分调动积极性、提高工作效率的同时，有效保障了雏鹰农牧产品的安全，实现雏鹰农牧稳步发展，为国人献上了一把解决三农问题的金钥匙。“雏鹰模式”主要包括两个方面，四个内容，具体如下：

(1)生产安排方面包括两个内容，“分阶段、流程化养殖”和“分散养殖、统一管理”。“分阶段、流程化养殖”：将整个养殖过程分为若干阶段，如种猪养殖分为“配种—妊娠—分娩—保育—育成”五个阶段，每个阶段分别在不同的畜禽舍进行。不同阶段猪舍配备相应的专业设施，功能明确;同时，不同阶段猪舍与不同农户进行合作，在每一阶段培养专业合作农户。这种方式的好处在于：①易于防疫，杜绝不同阶段和批次的畜禽交叉感染;②易于实施与农户的合作，实施更细致的分工，从而降低养殖成本;③易于精细化管理，保证产品质量。

“分散养殖、统一管理”：“分散养殖”有两方面含义，即单个养殖场之间保持合理距离，大养殖场内部采取绿化隔离带的方式分割为各个小的养殖场;每个养殖场施行封闭管理，技术员和合作农户与养殖畜禽同进同出，直到转栏移交才可以离开养殖场。“分散养殖”从根本上解决了养殖企业防疫难的问题。由于采用了物理隔离和技术防疫相结合的方式，最大限度地降低了防疫风险。一旦出现疫情，能够在最短的时间以最快的速度将病原体控制在最小的范围内，不至于因疫情风险造成整体毁损的风险。

“统一管理”包括统一采购、统一供料、统一供种、统一防疫、统一流程、统一销售。“统一管理”在分散养殖的基础上，还可以发挥规模企业的管理优势，由于整个养殖过程是在雏鹰农牧的养殖场区内完成，所有的原材料供应及产品销售没有中间环节，极大地降低养殖成本，亦可以杜绝抗生素、瘦肉精等违禁药品。

(2)生产操作实施方面，主要通过与农户合作完成，具体包括两个内容，“与农户合作养殖”和“与农户合作建设养殖场”。通过科学的机制设计，雏鹰农牧与农户各担其责、优势互补、成果共享，在统一管理的基础上，以调动农户的积极性和责任心。

“合作养殖”方面：雏鹰农牧按照“六统一”服务措施对合作农户实行统一封闭式管理，并定期组织专业化培训。合作农户负责从配种到育成五个阶段的分阶段、标准化、流程化饲养，遵循“全进全出”原则。雏鹰农牧在不同阶段通过不同的核算方式与农户合作，农户在养殖过程中所消耗的各种原材料与其收入挂钩，可以有效提高养殖效率。这种方式的好处在于：①每个周期“全进全出”，既有利于场舍消毒和统一转群，又使农户在封闭式饲养管理中得到了间歇性休息。②以特有的核算方式进行利润核算，可以有效发挥农户在饲养过程的主人翁意识。③有效控制食品质量安全，确保畜禽产品生产过程无害化。

“合作建场”方面：在畜禽养殖场的建设中，雏鹰农牧有部分养殖场由农户负责承建，雏鹰农牧与农户签订养殖场租赁协议，由合作农户按照雏鹰农牧提供的标准化养殖场设计图纸要求自行投资建场。建成后，雏鹰农牧根据合同约定定期支付租金。也就是说，农户负责建设、维修、协调周边关系，雏鹰农牧只负责内部管理，这样就充分发挥了农村的“能人效应”，对资源进行了有效整合，降低了雏鹰农牧扩张规模的资金压力，同时也降低了外部管理成本。

2024年，雏鹰农牧再次对该模式进行完善升级，大力推广“雏鹰模式3.0”，全面实现轻资产。“雏鹰模式3.0”，由合作方负责养殖场建设、设备投资、外部协调及日常维护、维修、粪污处理等，公司负责养殖场的土地租赁、合规性手续办理，农户主要负责单个猪舍的精细化管理。“雏鹰模式3.0”，一方面能够调动参与者的责任心和积极性，保障食品安全，增加相关方的收益;另一方面减少了公司固定资产的投入，提高养殖机械化程度，提升养殖效率，减少了固定资产折旧。提高了合作方与公司合作的深度与广度，让更多的人参与到公司的业务中。

2、产业布局

经过近30年的发展，雏鹰农牧已逐步形成了包括粮食贸易、生猪养殖、互联网在内的三大板块核心战略，业务主要涉及粮食贸易、饲料生产、良种繁育、生猪养殖、屠宰加工、冷链物流、终端销售等，并布局供应链金融，互联网平台、电竞板块等，形成了多格局、较完善的产业链体系。

粮食贸易方面，雏鹰农牧在国家优质粮仓——东北地区建设原料基地，同时，通过购买成为中原地区第一家拥有自主铁路专用线的企业，增强了核心竞争力。

饲料生产方面，雏鹰农牧建设大型饲料加工企业，设立专门的研发检测机构，不仅根据生猪生产生长情况调配出各种科学的动物营养饲料配方，同时也对饲料生产各环节进行监控，使终端产品的投入品从源头上具备了可追溯性。

生猪养殖方面，雏鹰农牧从国外引进诸多优良品原种猪，并与国内许多科研机构的著名育种专家深入交流合作，培育出一大批核心种猪群和优质商品肉猪。此外，雏鹰农牧不断探索生态养殖新模式，在三门峡投建全国大型标准化生态养殖基地，在西藏林芝地区投建藏香猪生态养殖基地，形成高端藏香猪——生态猪——普通商品猪的产品体系。

屠宰加工方面，雏鹰农牧引进荷兰施托克和德国屠宰设备，采用二氧化碳致晕技术，同时，采用电脑控制、同步检疫、两段式预冷排酸、同步安全追溯等新技术，率先在生猪养殖业完成HACCP体系认证，将危害分析与关键控制点应用于从农场到屠宰到餐桌的任何环节，使雏鹰农牧的食品安全控制能力达到了欧美国家水平。

冷链物流方面，雏鹰农牧斥巨资建设冷链物流园，货物堆垛、导引、输送实现了全程自动化控制，全程进行信息化控制，确保产品质量在运输环节不受影响。

终端销售方面，雏牧香专卖店已经成为更好服务当地消费者的有力据点;此外，雏鹰农牧还积极布局线上，通过打通线上销售渠道，与线下销售合力运营，发挥了1+1﹥2的整合效应。

2024年，公司抢抓供给侧结构改革的历史机遇，入股“中国著名三大小吃”之一沙县小吃，实施资本合作，共同组建团队参与运营。

雏鹰农牧将以雏牧香猪肉原料供应沙县小吃门店，投资建设中央厨房系统，保障沙县小吃食品安全，同时利用其庞大的渠道和网点，开拓大量的便捷提货点，为线上线下业务的资源整合提供强有力的支撑，此外，通过沙县小吃店传媒系统的传播，以低成本优势获得较高的品牌影响力。

目前，北京、上海、深圳、广州、南京等地，已完成改造沙县小吃店300余家。公司将借力沙县小吃6.3万家门店，力争3~5年内将沙县小吃打造成中国的“麦当劳”，成为国人的厨房、世界的餐桌。

互联网方面，2024年，雏鹰农牧成立微客得(北京)信息科技有限公司，开始布局互联网版块，打造互联网生态链。在较短时间内，该公司成功控股OMG电竞俱乐部、淘豆商城、杰夫电商等公司。

2024年8月，雏鹰农牧向生猪养殖全产业链各经营主体打造的“天猫”式综合服务平台——新融农牧正式上线启动。新融农牧整合产业链资源，搭建互联网+养猪生态系统，围绕金融、电商、数据三大核心战略，搭建猪博士生产云、新融电商、猪博士大数据、新融CRM、养猪物联网、空中医院等八大信息平台，为养猪企业提供金融、交易、生产技术指导、人才交流、咨询管理、大数据等全方位服务，引导养猪企业有序生产，解决养猪企业融资难问题，帮助养猪企业降低养殖成本，提高信息化管理水平，增强养猪企业的抗风险能力，运用信息化建设的手段，实现全产业链共赢。

如今，雏鹰农牧互联网版块以发展粉丝经济为核心理念，正逐步构筑成为集投资及整合竞技产业、商城平台、零食品牌运营、产品创意研发等相关产业资源为一体，融合大数据应用和电子商务平台的新型营销模式。

3、旗下产品

目前，雏牧香为雏鹰农牧旗下全系列品牌，其中，子品牌—“东元”为高端发酵火腿品牌。

l“雏牧香”

作为雏鹰农牧全系列品牌，“雏牧香”品牌于2024年面世。如今，“雏牧香”品牌围绕健康、安全、生态理念，采用全产业链自繁自养自宰的原料，为消费者打造了三大类、七个系列的产品。其中，三大类分别为：鲜冻品、肉制品、发酵火腿;七个系列分别为：精品猪肉系列、低温酱卤系列、便捷后厨系列、百味调和系列、速冻调理系列、休闲零食系列、发酵火腿系列，可以满足不同层次消费群体需求。

东元高端发酵火腿

全套引进意大利德拉瓦伊自动化发酵火腿生产线，只使用优质海盐进行腌制和发酵，借助自动设备对温度和湿度进行精准控制，确保腌制、发酵、清洗、风干、酵藏等过程恰到好处，更加贴合中国人挑剔敏感的味蕾，打造具世界品质声誉的发酵火腿。

五、未来展望

公司历来把企业的发展战略和企业的社会责任相结合，将社会责任的发展规划和实践同公司自身的发展目标相结合。深入贯彻科学发展观，积极带动当地经济和社会的发展，继续倡导节能减排、绿色环保，致力于维护公司全体员工的利益，加强与利益相关方进行沟通合作，奋力推进公司可持续发展，大力发展循环经济，为建设环境友好型和资源节约型社会做出应有的贡献，努力实现企业的社会价值和自身价值的有机统一。

2024年，公司按照《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关规定，积极维护公司股东、供应商、客户、员工权益保护;积极落实安全生产、节能减排、环境保护工作，同时积极参与社会公益活动，公司在报告期内基本完成了承诺的社会责任。

历经近30年的发展，公司取得的每一份成果都离不开社会各界的支持。公司致力于技术革新与创新，推动行业整体技术进步，在推动行业发展的同时，还要做社会的良心企业，为推动社会的进步贡献自己的力量。2024年，公司将进一步贯彻落实国家政策方针，把履行企业社会责任贯穿于企业经营和管理的各个环节，为社会事业的发展和民生改善作出更大的贡献。

**第四篇：雏鹰农牧集团开展“庆七一”主题活动范文**

雏鹰农牧集团开展“庆七一”主题活动

为庆祝中国共产党建党96周年，扎实推进“两学一做”学习教育常态化制度化，把党组织的战斗力转化为推动雏鹰持续发展的源动力，把党员的智慧和力量凝聚到推进雏鹰战略发展上来，在集团党委的统一部署下，各基层党组织开展了形式多样、丰富多彩的“庆七一”主题活动。

雏鹰农牧集团第五党支部开展“踏寻先辈足迹，弘扬革命精神”主题活动，组织全体党员和入党积极分子赴许世友将军故居、鄂豫皖苏区首府革命博物馆进行红色教育，激励大家继承先辈优良传统，充分发扬革命精神，以严谨务实的工作作风和一丝不苟的工作态度，全力以赴做好本职工作，为本单位的生产经营有序运转作出自己的贡献，力求在平凡的岗位做出不平凡的成绩。

重温入党誓词，缅怀革命先烈

三门峡雏鹰农牧党支部召开庆祝中国共产党建党96周年大会，开展“重温入党誓词、红歌大家唱、演讲比赛、学习先进典型事迹”等形式多样的主题活动，尤其是卢氏分公司统计朱江玲同志、第五工作站王君凯同志、发展中心刘义江同志的典型事迹，他们在各自平凡的岗位上，发扬 “工匠精神”，默默无闻、无怨无悔，实现美好雏鹰梦的感人事迹，激励广大党员在工作岗位上继续发挥先锋模范作用，为公司持续健康发展和完成全年目标任务再立新功。

演讲比赛合影

吉林雏鹰农牧党委召开党员大会，庆祝中国共产党建党96周年。开展重温入党誓词，举行“弘扬时代精神，做党旗下雏鹰人”主题演讲比赛，14名选手结合自身实际，从不同角度、不同层次，以饱满的热情、生动的语言，讲述自己的切身感悟，讴歌身边普通党员的感人故事，从不同侧面讲述了奋战在各条战线上的雏鹰人的先进事迹。随后，党委书记、总经理刘建甫为全体党员上党课。他指出，一方面对党章要做到真学真懂，要深刻领会党章的科学内涵、精神实质和根本要求，坚持解放思想、不断创新，坚定不移地服务发展;另一方面，对党章要做到真信真用，要紧扣大局、服务大局，统筹协调、科学推进年出栏400万头生猪一体化项目建设，让党章在生产生活中发挥新生命力。

领导为获奖选手颁发荣誉证书

雏鹰农牧新乡有限公司党支部开展结对帮扶活动，对西柳位村生活困难群众进行慰问。每到一户农家，慰问组都关切询问他们的身体健康状况，鼓励他们保养好身体，坚定脱贫致富信心，并为他们送去米、面、食用油、豆奶等慰问品。作为西柳位村的富民工程，雏鹰农牧新乡有限公司深深扎根这片创业热土，正是有了乡亲们的关心和支持，公司才得以健康发展，“回馈社会、关爱社会是企业应尽的职责，建党节之际，尽点微薄之力，希望能对贫困家庭有所帮助，祝福他们能有美满、幸福的生活”，公司负责人张东平表示。

为困难群众送去慰问品

雏鹰农牧集团第二党支部开展党员志愿者服务活动，党员志愿服务队带着“雏牧香”生态安全食品和爱心物品到达位于郑州西流湖办事处的郑州儿童福利院开展爱心捐赠和志愿服务活动，积极践行“服务人民，热心公益”的社会责任，以献爱心的方式庆祝党的生日。

党员志愿服务队

雏鹰农牧集团第一党支部组织党员和入党积极分子赴南街村学习红色文化，接受毛泽东思想再教育，通过追寻伟人足迹，感受战火纷飞的战争年代，让大家的心灵得到陶冶，思想得到净化，更加坚定了理想和信念，大家纷纷表示将以更强的责任意识和担当精神投入到实际工作中，为雏鹰的美好明天而不懈努力奋斗。

接受毛泽东思想再教育

郑州东元食品有限公司党支部、开封雏鹰肉类加工有限公司党支部及食品分公司党支部组织党员赴兰考学习焦裕禄精神，缅怀先烈、珍视革命传统，唤醒共产党员的奋斗意识，进一步增强对党组织的认同感，身体力行传承焦裕禄“心中装着人民”的公仆情怀，工作中严把食品安全关，牢固树立食品安全意识，将绿色、健康、安全的食品送上国人的餐桌。

弘扬焦裕禄精神，恪守奉献情怀

雏鹰农牧集团第四党支部、襄城分公司党支部、渑池雏鹰特种养殖党支部召开庆祝建党96周年座谈会，全体党员在鲜红的党旗下进行重温入党誓词，座谈会上大家结合“两学一做”学习教育常态化制度化的工作要求，开展了批评和自我批评，牢固树立“四个意识”，时刻铭记党员身份，在日常工作中处处发挥党员的先锋模范作用。

庆祝建党96周年座谈会

雏鹰渑池特种养殖公司庆“七一”活动

雏鹰农牧集团各基层党组织通过开展形式多样的主题活动，表达雏鹰人的爱国情怀，展示了雏鹰人奋发向上的精神风貌，激发了各基层党组织和广大党员的生机活力，推进集团党建工作进一步融入企业中心工作，更好地推动集团和谐、稳定、持续发展。

**第五篇：雏鹰（定稿）**

创新“雏鹰争章”活动评价体系 推进“立德树人”育人实效

一、雏鹰争章活动概述

“雏鹰争章”活动是一个多元化评价体系，它从少年儿童的年龄特征出发，以《小学生守则》、《小学生日常行为规范》的相关内容为准则，把对少年儿童的思想道德素质、科学文化素质和健康素质、践行社会主义核心价值观等方面的要求，具体内化为若干枚“雏鹰奖章”，鼓励少年儿童从日常生活及学习的具体环节入手，通过定章、争章、考章、颁章、护章，不断为自己确立新的目标，发现自己的潜能，看到自己的进步，证明自己的成功。为培养学生的健康成长铺就一条阳光大道。

二、雏鹰奖章评价激励的基本界定

雏鹰奖章评价激励：特指在少先队教育活动中，通过开展系列“雏鹰争章”活动，颁授“雏鹰奖章”的形式，培养队员综合素质，促进队员德智体美全面发展的一种综合评价方法。

雏鹰争章活动的教育内容：

1、自护、自理、自立教育

2、组织观念教育、爱国主义教育和民族情怀的培养

3、习惯养成教育

4、培养公德意识及社会责任感

5、培养积极地道德品质，践行社会主义核心价值观

6、培养良好的心理素质、身体素质

7、培养实践能力，获取积极的成长体验

三、章目分类

自护类【安全章、自护章、保健章、平安章、青春知识章】 队活动类【五星红旗章、接力章、智多星章、爱家乡章】习惯类【在校好习惯章、家庭好习惯章、学习习惯章】

自理类【爱牙章、整理章、家务章、勤劳章、小能手章、小主人章】 学习类【阅读章、积累章、进取章、勤学章、探索章、博学章】 道德品质类【文明章、礼仪章、守纪章、诚信章、孝亲章、手拉手章】 环保类【节约章、清洁章、回收章、科普章、环保章、公益章】 心理类【健康章、合作章、团结章、责任章、自省章】 主题活动类【远足章、兴趣章、主题活动章】

四、雏鹰争章活动的教育目标：

1、通过开展自护、自理、自立教育，使少年儿童掌握安全自护的方法，增强安全意识和自护自救能力；树立自主意识，做到自己的事情自己做。

2、通过组织观念教育、爱国主义教育和民族情怀的培养，增强少年儿童的组织意识，做到积极参与组织生活，遵守组织纪律，履行组织义务，增强爱国主义情感和民族自豪感。

3、通过开展习惯养成教育，促使少年儿童养成良好的生活、学习习惯。

4、通过培养公德意识及社会责任感，引导少年儿童争做合格小公民、小业主，从小懂得为建设家乡、服务社会出力。

5、通过培养积极地道德品质，践行社会主义核心价值观，使少年儿童从小树立正确的人生观、价值观，在实践中学会感恩，学会沟通，学会为人处事。

6、通过培养良好的心理素质、身体素质，使少年儿童形成积极性上的心理品格和健康的身体素质。

7、通过培养实践能力，获取积极的成长体验。

根据少年儿童年龄特点及实际需求，不同年龄段的儿童、不同时期，同一章目内容目标也不同。

五、雏鹰争章活动的教育过程及评价： 定章——争章——考章——颁章——护章

1、雏鹰争章活动的教育过程：  定章【学期初】：选定章目，激发动机。

（1）学期初，学校制定出各年级争章细则，明确教育内容和教育目标；（2）各中队对照相应年级段的争章细则，充分利用晨（班）会广泛宣传学期章目的内容、目标和要求，理顺自己的争章计划。 争章【学期中】：落实践行，求真务实。

（1）争章过程以少年儿童为主体，充分发挥他们的主动性。（2）教师有意识地指导学生开展相关活动；

（3）与家庭教育、社区教育相结合，学校与家庭、社区建立联合活动平台。（4）家庭和社区实践活动项目，家长应参与到活动中，指导孩子完成争章

目标，做好拍照、评价及电子资料上传等工作。

（5）班级建有班级群，用于反馈学生活动信息，收集、整理学生活动电子资料，便于成果展示。

“争章”的过程是雏鹰争章活动的核心环节，需要少年儿童全情投入、全身心参与，才能获得技能上的提高、情感上的触动、素质的提升和能力的养成，让争章的过程真正成为实践教育的过程。

六、雏鹰争章活动的教育过程： 争章四“有”

（1）有载体：争章活动与学校各类活动有机结合，如把争章活动与学校的艺术节、体育节、读书节结合。

（2）有时间：每枚奖章的获得都需要一段时间的积累，而不是将争章过程简单化，避免“参加一次活动就得到一枚奖章”。

（3）有训练：争章过程有严格的训练和培训，特别对于技能性、专业性较强的奖章，需要聘请专业技术人员作为争章辅导员，对队员进行训练和辅导。整合多方资源，建立由大队辅导员、中队辅导员、校外辅导员、家长辅导员组成的辅导队伍。让队员在争章中有收获、有提升。

（4）有体验：通过鼓励队员写争章日记、收集争章资料等多种形式，记录争章足迹，引导队员在争章过程中感悟、体验、展示、交流、分享，充分发掘争章过程的教育价值。

七、雏鹰争章活动的教育评价：

1、考章【学期末或新学期初】：交流分享，多元评价。

2、各中队成立若干小队，由小队长组织开展雏鹰争章小队考评工作。

3、小队成员展示自己的争章资料，分享争章过程中的故事、收获和感受，小队成员集体讨论各队员考评结果，并推荐1-2名小队成员为班级雏鹰争章之星，小队长填写《小队雏鹰争章评定表》和《班级雏鹰争章之星推荐表》。

4、小队推荐的班级雏鹰争章之星，面向全体同学分享自己的争章资料历程、成果和感受，接受全体队员的考评，并由集体推荐3-5名校级雏鹰争章之星。

5、中队辅导员对队员争章活动中的表现进行评价。

6、颁章【学期末或新学期初】：颁发奖章，表彰激励。

7、召开雏鹰争章表彰大会，由校领导为校级雏鹰争章之星颁发奖章。

8、中队召开班级雏鹰争章活动总结表彰会，由中队辅导员为班级雏鹰争章之星颁发奖章，由班队干部为获奖队员颁发奖章。

9、队员将获得的奖章粘贴在雏鹰争章卡上，存入成长档案袋。

10、护章【新学期】：珍惜成果，再接再厉。

11、获得奖章的队员的照片贴在教室的“雏鹰展翅”一栏内。要求队员维护好班级内每位队员的照片，珍惜活动成果，按活动要求持续下去，准备迎接更高层次的锻炼和学习。

12、校级和班级雏鹰争章之星事迹在校园橱窗、大屏幕、广播站、微信平台、QQ平台等进行宣传、展示，激励队员珍惜成果，再接再厉。

八、雏鹰奖章样式 1.国际通行的机绣章 2.传统工艺的滴塑章和塑料章 3.简便易行的不干胶粘贴章 4.简易价廉的彩色印章

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找