

证券代码：002548

证券简称：金新农

公告编号：2025-025



深圳市金新农科技股份有限公司

2024 年年度报告摘要

2025 年 04 月

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

☐适用 ☒不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☐适用 ☒不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐适用 ☒不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	金新农	股票代码	002548
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	刘灿星	唐丽娜	
办公地址	深圳市光明区光明街道光电北路 18 号金新农大厦	深圳市光明区光明街道光电北路 18 号金新农大厦	
传真	0755-27166396	0755-27166396	
电话	0755-29420820	0755-27166108	
电子信箱	jxntech@kingsino.cn	jxntech@kingsino.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及产品

公司以饲料生产及生猪养殖为核心业务，在饲料营养、种猪繁育、生猪供给等方面为客户提供优质的产品与服务。

公司饲料业务的主要产品系猪用饲料，按照类别可划分为全价料、浓缩料和预混料，按照生长阶段可划分为教槽料、保育料、小猪料、中猪料、大猪料和种猪料，公司产品覆盖了猪的各个不同生长阶段，其中：教槽料、保育料和种猪料为公司的核心饲料产品。公司已建立起全系列饲料产品，充分满足广大用户对猪不同生长阶段、不同层次和不同需求的营养需要。



公司生猪养殖业务的主要产品为种猪（纯种猪、二元母猪、种公猪）、仔猪及商品猪。



（二）主要经营模式

公司主要业务采取 “母公司统一管理，子公司分散生产经营” 的经营模式。

（1）饲料业务

采购方式：公司饲料业务设立“股份公司采购中心”与“分子公司采购部”两个层级，分为“集中采购”及“授权采购”两种方式，股份公司集中采购、分子公司根据授权采购。为保证采购质量、价格，由股份公司统一审定原料目录和供应商目录，在目录指定产品、供应商范围内实施采购，同时定期对目录进行评审优化，对于未列入目录而必须使用的产品在符合产品试验管理条件下按照《试验管理制度》管理，重大采购报采购委员会集体决策。

生产方式：饲料产品由子公司当地生产。在股份公司的统一指导下，子公司在贴近下游市场的区域根据市场实际需求自行组织生产，股份公司在品质控制、技术工艺等方面给予技术支持。现阶段公司饲料生产基地主要分布在华南（广东）、华东（安徽、福建、浙江）、华中（河南、湖北、湖南）、东北（黑龙江、吉林和辽宁）及西南（四川）等区域。

销售方式：饲料产品由子公司当地销售。饲料销售主要分为直接向下游养殖户销售和通过经销商销售两种模式，以直销模式为主，但在下游养殖户较为分散、销售渠道相对不成熟的区域，则主要通过经销商进行销售。在销售饲料的同时，公司为客户提供专业化、多样化的技术服务。

（2）生猪养殖业务

采购方式：公司生猪养殖业务的采购主要分为饲料采购和生猪养殖过程中所需疫苗、兽药等的采购。饲料采购由公司统一规划，主要从公司饲料子公司进行采购；生猪养殖过程中所需的疫苗、兽药等主要由公司采购中心集中采购。通过统一采购的模式，节约饲料原料成本及兽药、疫苗等成本，并可以通过统一监测保证采购质量。

生产方式：报告期内，公司生猪养殖模式以“自繁自养”为主、合作养殖为辅。“自繁自养”模式下，公司建立了核心群、扩繁群、生产群三级金字塔式较为完善的自繁自养良种猪繁育体系，实现自建猪场、引种、配种、分娩、哺乳、育肥和出栏的全阶段生猪饲养，并对各个阶段建立了标准化的生产管理模式。合作养殖模式下，公司为养殖户提供饲料、猪苗、药物和疫苗等，养殖户提供饲养场地、设施设备和劳动力，公司负责对猪只定向回收及销售，最终根据双方合同约定向养殖户支付结算款。现阶段公司养殖场主要分布在华南（广东）、华东（福建、江西）、华中（湖北）及东北（黑龙江）等区域。

销售方式：公司的生猪销售依托总部销售部门并配合各区域种猪、仔猪及商品猪销售人员进行，主要是将种猪销售给规模化种猪场，将仔猪销售给散养户及部分规模化猪场，将商品猪直接销售给屠宰企业及当地经销商。通过公司市场部的统一协调销售，可以统一销售价格、统一销售质量标准以及加强销售的稳定性。

（三）主要业绩驱动因素

报告期内，公司实现营业收入 456,209.91 万元，同比增长 12.91%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,015.77 万元，扭亏为盈。公司营业收入主要来源于饲料及生猪养殖销售，两者占营业收入的比重分别为 60.67%和 36.12%，报告期内公司主要业绩驱动因素分析如下：

- 1、公司饲料业务保持盈利，饲料外销销量为 88.08 万吨，同比增长 29.51%，实现盈利 6,509.26 万元；
- 2、公司生猪养殖成本进一步降低，生猪业务出栏量为 120.10 万头，同比增长 14.73%，实现盈利 19,905.42 万元；
- 3、公司总部管理及研发费用 8,099.24 万元；
- 4、公司及控股子公司财务费用 16,208.74 万元。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐是 ☒否

单位：元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	5,410,486,028.67	5,983,408,511.88	-9.58%	6,978,490,952.84
归属于上市公司股东的净资产	1,514,457,476.43	1,480,744,605.77	2.28%	2,130,576,460.79
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	4,562,099,127.28	4,040,387,757.83	12.91%	3,973,936,151.86
归属于上市公司股东的净利润	30,157,705.92	-659,867,676.25	104.57%	19,871,475.41
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-4,577,697.39	-570,897,759.66	99.20%	-78,242,704.47
经营活动产生的现金流量净额	423,438,908.76	124,962,731.98	238.85%	132,594,392.17
基本每股收益（元/股）	0.04	-0.84	104.76%	0.03
稀释每股收益（元/股）	0.04	-0.84	104.76%	0.04
加权平均净资产收益率	2.01%	-36.51%	38.52%	1.03%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,050,632,449.52	1,101,936,297.45	1,284,077,277.05	1,125,453,103.26
归属于上市公司股东	-52,055,103.26	10,274,847.26	69,650,868.67	2,287,093.25

的净利润				
归属于上市公司股东 的扣除非经常性损益 的净利润	-45,658,668.62	5,999,045.03	61,106,719.15	-26,024,792.95
经营活动产生的现金 流量净额	-141,637,995.57	83,276,453.55	148,170,418.78	333,630,032.00

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐是 ☒否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	46,267	年度报告披露日前一个月末普通股 股东总数	47,520	报告期 末表决 权恢复 的优先 股股东 总数	0	年度报告 披露日前 一个月末 表决权恢 复的优先 股股东总 数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
广州金农产业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	32.32%	260,231,572.00	0	质押	38,000,000.00	
中国银行股份有限公司－华夏行业景气混合型证券投资基金	其他	2.33%	18,760,019.00	0	不适用		0
浙商银行股份有限公司－国泰中证畜牧养殖交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.96%	7,711,215.00	0	不适用		0
关海果	境内自然人	0.94%	7,547,300.00	0	不适用		0
华夏基金管理有限公司－社保基金四二二组合	其他	0.85%	6,816,533.00	0	不适用		0
陈诚	境内自然人	0.56%	4,500,080.00	0	不适用		0
UBS AG	境外法人	0.48%	3,850,476.00	0	不适用		0
BARCLAYS BANK PLC	境外法人	0.39%	3,152,809.00	0	不适用		0
赖贤妆	境内自然人	0.32%	2,576,900.00	0	不适用		0
中国银行股份有限公司－招商量化精选股票型发起式证券投资基金	其他	0.29%	2,371,500.00	0	不适用		0

上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东关海果通过普通证券账户持有 0 股，通过投资者信用证券账户持有 7,547,300 股，实际合计持有 7,547,300 股。

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☒适用 ☐不适用

单位：股

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
股东名称 （全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
浙商银行股份有限公司－国泰中证畜牧养殖交易型开放式指数证券投资基金	7,642,532	0.95%	1,209,700	0.15%	7,711,215	0.96%	0	0.00%

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

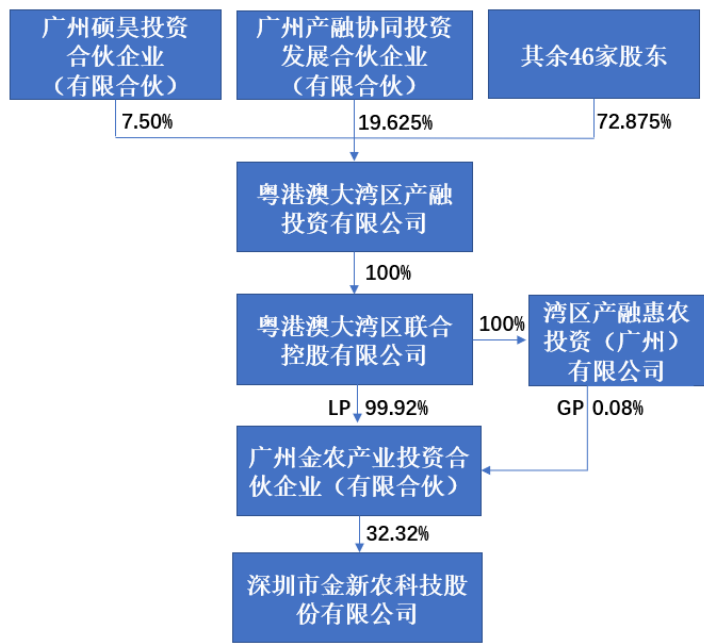
☐适用 ☒不适用

（2） 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

☐适用 ☒不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3） 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

三、重要事项

2024 年是生猪养殖行业充满挑战与机遇的一年，受益于饲料原材料价格下行带来的成本优化窗口期，公司紧抓行业机遇，以系统性经营策略实现高质量发展。公司秉持“稳盘子、谋发展、可持续”的发展理念，全面推进组织效能提升、管理机制创新、生产运营优化和市场策略升级，在饲料产销规模扩大、生猪养殖效率提升和经营业绩改善等方面取得成效。

报告期内，公司实现营业收入 456,209.91 万元，同比增长 12.91%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,015.77 万元，扭亏为盈；经营活动产生的现金流量净额 42,343.89 万元。其中，公司饲料业务实现销售收入 276,783.75 万元，同比增长 6.54%；销量 88.08 万吨（不含内销 26.28 万吨），同比增长 29.51%；公司生猪养殖业务实现销售收入 164,775.36 万元，同比增长 44.12%；出栏量 120.10 万头（商品猪销量 67.15 万头，仔猪销量 48.90 万头，种猪销量 4.05 万头），同比增长 14.73%。

（1）组织效能提升，筑牢发展根基

公司持续深化组织能力建设，构建敏捷高效的管理体系。重点推进以下举措：一是实施最小经营单元精细化管理，建立覆盖基层员工的正品量考核和关键岗位成本考核机制；二是优化干部管理体系，推行领导干部年度选聘和机构精简，实施任期动态调整；三是强化人才梯队建设，通过日清日结观察、胜任力测评、述职评估等机制实现核心岗位人才动态管理；四是建立高管驻点机制，深入一线解决经营痛点难点；五是构建分层分类培训体系，将系统性培训、常规培训、能岗轮训与文化塑造有机结合，持续提升组织战斗力；六是完善过程管控机制，通过经营巡视和整改闭环确保执行落地。

（2）管理机制创新，激发运营活力

公司全面推进管理数字化转型，取得显著成效。一是标准化建设方面，建立统一的体系化文件，完成各业务单元的本地化适配，创新推出视频版与岗位版标准操作规程（SOP）；二是信息化建设方面，建成智能预警分析平台，实现业务数据实时可视化和分级预警推送，管理效率有所提升；三是生产管理方面，突破传统批次管理模式，建立以栏舍为基准的全流程计划管理体系；四是业务流程方面，推行“一申三决”快速决策机制，决策效率大幅提升。

（3）生产运营优化，实现质效双升

养殖业务通过精细化管理实现突破，断奶正品率、育肥正品率有所提升，商品猪销售成本下降 2.5 元/kg 以上。具体措施包括：一是实施产能优化工程，关停低效场区，调整核心育种体系，实现产能利用率提升；二是创新推行膘情管理体系，实现饲喂精准度提升；三是固化批次化生产流程，实现从生产计划到销售出栏的全链条管控；四是强化运营调度管理，实现栏舍周转效率提升；五是开展育种攻关，实现核心群母猪 PSY 提升；六是构建“精准营养+抗病营养+微生态营养”三维体系，饲料转化率改善；七是推行集中采购和招议标制度，添加剂及动保等物资采购成本有所降低。

（4）市场策略升级，驱动业绩增长

在饲料销售方面，采取双轮驱动策略：对外联合行业优秀资源，共建产销协同平台，扩大市场份额；对内强化营销团队建设，重点开发家庭农场及渠道客户，在战略区域实现突破。在行业价格下行压力下，公司实现饲料外销量与收入逆势双增长。

在生猪销售方面，构建多元化销售体系：一是优化客户结构，完善竞价平台机制；二是引入专业第三方物流，完善销售流程，交付效率大幅提升；三是强化销售团队专业化建设，客户满意度 95 分以上。在行业竞争激烈的情况下，公司实现生猪销量和营业收入双增长。