证券代码:002299　证券简称:圣农发展　公告编号:2025-015

福建圣农发展股份有限公司

2024年度报告摘要

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

是否以公积金转增股本

□是 √否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的股份为基数,向全体股东每10股派发现金红利2元(含税),送红股0股(含税),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	圣农发展	股票代码	002299
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	无		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	廖俊杰	曾丽梅
办公地址	福建省光泽县十里铺圣农总部办公大楼	福建省光泽县十里铺圣农总部办公大楼
传真	0599-7951250	0599-7951250
电话	0599-7951250	0599-7951250
电子信箱	zhj@sunnercn.com	szzlm@sunnercn.com

2、报告期主要业务或产品简介

一、报告期内公司所处行业情况

公司属于白羽肉鸡生产及肉类食品深加工行业,公司是目前中国唯一拥有白羽鸡自研种鸡并实现对外批量销售的企业,是中国最大的集祖代、父母代种鸡和商品代肉鸡养殖于一体的白羽肉鸡生产企业,是中国最大的鸡肉食品深加工企业。

1. 行业概况

(1)白羽肉鸡生产行业

白羽肉鸡是对白羽肉鸡品种的统称,中国白羽肉鸡产业始于上世纪七十年代,是目前我国农业产业中现代化、标准化、产业规模化程度最高的新型产业。

近年来,随着人们生活水平的不断提高和生活节奏的加快,消费者的食品消费观念已经从最初的满足于温饱发展成为追求高品质、方便快捷的消费,因此对营养价值高、食用便利、安全卫生的肉制品的需求越来越大,但我国的肉制品人均消费总量与发达国家相比仍相差甚远,发展空间巨大。在肉类产品中,鸡肉以其一高三低(高蛋白质、低脂肪、低胆固醇和低热量)及生产周期短、饲料转化率高、经济效益显著、环境友好等优势,已成为我国第二大消费肉类,且在我国肉类消费结构占比逐年迅速提升,具有非常广阔的发展前景。

(2)肉类食品深加工行业

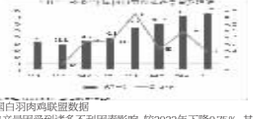
国内目前肉类饮食消费习惯受传统饮食习惯影响以鲜肉为主,肉类深加工食品消费量占肉类整体消费比例不高,相较之下,肉类深加工食品在欧洲、美国、日本和其他发达国家更受欢迎,发达国家的肉制品约占肉类产量的50%。随着消费者对食品安全、健康、方便的需求不断增强,肉类深加工食品品质鲜度、安全、易加工、易保存、风味多样等特性越来越受消费者的青睐,未来随着肉制品加工工艺的不断提升,产品种类将更加丰富,市场前景广阔。

2. 行业发展情况

(1)我国是全球第二大鸡肉生产国和消费国

根据国家统计局数据显示,2024年全国家禽出栏173.4亿只,同比增加5.1亿只,增长3.1%,禽肉产量2660万吨,增加97万吨,增长3.8%,在主流肉类消费中占比提升至27.53%,较2023年提升0.94%。

在中国禽类消费结构中,白羽肉鸡占据绝对主导地位,根据2023年中国禽业发展报告显示,白羽肉鸡产量占禽肉总产量接近50%。中国禽业发展报告及中国白羽肉鸡联盟数据显示,2024年我国白羽肉鸡屠宰量达到85.47亿羽,较2023年同比增长36%,较2017年翻一番有余。



数据来源:历年中国禽业发展报告、中国白羽肉鸡联盟数据

根据美国农业部数据,2024年全球鸡肉产量因受到诸多不利因素影响,较2023年下降0.75%,其中鸡肉主产区美国、巴西、中国、欧盟合计产量仍保持1.46%的增长,占据全球总产量的60.91%,其中美国占比20.75%、巴西占比14.56%、中国占比14.56%、欧盟占比11.05%,中国与巴西并列第二。

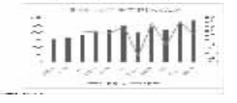
数据来源:USDA、IFind

3. 行业发展趋势

(1)消费者更加注重质价比,餐饮连锁化率提升

1)整体情况

根据国家统计局数据,2024年全国餐饮市场收入55,718亿元,同比增长5.3%,限额以上单位餐饮收入15,298亿元,增长3%。



数据来源:国家统计局

2)2024年餐饮消费的特点

①餐饮稳定恢复,节假日期间掀起了餐饮消费的小高峰:根据中国烹饪协会开展的假期餐饮市场调研数据,2024年元旦、春节、国庆期间受访餐饮企业营业收入与去年同期相比分别上涨24.1%、12%、2.0%。

②餐饮行业竞争加剧:今年以来餐饮消费整体趋于理性,客单价下滑,消费者更加注重质价比,为了迎合消费者对质价比的追求,餐饮企业纷纷选择降价以招揽顾客,行业竞争加剧,甚至出现“增收不增利”现象。

③餐饮连锁化率进一步提升:在行业竞争加剧、利润下滑的背景下,品牌化和连锁化成为餐饮企业发展的重要支撑。消费者对于方便快捷、质量稳定且有一定品牌知名度的餐饮需求增加,连锁餐饮店因其便利性、标准化服务以及食品安全保障等方面的优势,满足了这一市场需求。

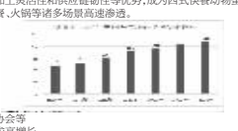
④连锁品牌加速下沉:随着居民收入增加和基础设施改善,下沉市场居民消费能力不断提升,消费需求日益多样化,为连锁品牌提供了广阔的市场空间。2024年,品牌餐饮企业纷纷将下沉市场作为拓展的重点,实现有效增长。

⑤积极拥抱数字化转型:餐饮企业积极推进人工智能、大数据、AR/VR等科技在餐饮行业的应用。数字化服务让顾客享受到更加便捷、高效的用餐体验,从在线预订、移动支付自助点餐、智能配送等,增强了顾客对品牌的好感和忠诚度。

⑥中餐出海发展加速:越来越多的中餐品牌开始主动出海,将国际化作为重要发展战略,拓展海外布局,积极寻找海外合作伙伴。

3)白羽肉鸡完美适配餐饮业消费趋势,消费场景多元化

白羽肉鸡凭借其高效生产、低成本、加工灵活性和供应链韧性等优势,成为西式快餐动物蛋白的核心来源,并在消费者质价比追求、餐连锁化率提升的催化下,向中式正餐、快餐、火锅等诸多场景高速渗透。



数据来源:国家统计局、中国连锁经营协会等

(2)消费者饮食习惯转变带动鸡肉需求持续增长

随着“健康中国”战略的深入推进,国民饮食结构正经历从“量”到“质”的全面升级,消费者对营养均衡、便捷高效、高性价比的食品需求持续攀升。在此背景下,鸡肉(尤其是白羽肉鸡)凭借其健康属性、多元加工形态和供应链优势,成为这一趋势下的核心受益品类。

1)鸡肉成为“营养餐段”的优选蛋白

在健康意识不断觉醒的大背景下,鸡肉正逐渐成为“营养餐段”的优选蛋白。其低脂高蛋白的营养特点(鸡胸肉脂肪含量仅2%-5%、蛋白质含量约20%-25%)与消费者对“低热量、高营养”的追求高度契合,并在“减脂控糖、三高预防”等健康理念的推动下,对红肉形成明显替代趋势。据中国畜牧业协会数据显示,2024年白羽肉鸡消费量在禽肉中占比约50%,远高于其他主流动物蛋白消费增速。同时,白羽肉鸡凭借更高的饲料转化效率与更低的碳排放(仅为牛肉的1/10),满足之世代对“低碳饮食”与“环保责任”的关注,进一步增强了鸡肉在年轻消费群体中的黏性。

2)产品多元化创新,从基础食材到场景化解决方案

从消费端来看,鸡肉制品呈现出多元化的发展态势。相较于过去主要停留在鲜/冻分割肉层面,目前市场上已涌现出种类丰富、形式多样的鸡肉制品,包括广式消费者喜爱的腌制鸡肉、即食或半成品鸡排、鸡翅、以及适宜空气炸锅烹调的各式便利食品等。此类多元化产品不仅满足了不同人群在口味、用餐场景和烹饪方式方面的多样化需求,也顺应了人们对健康与便利的双重追求。

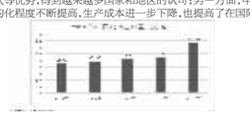
3)渠道渗透深化,全场景覆盖构建消费生态

与此同时,鸡肉因其相对适中的价格与突出的营养价值,在当前正逐渐成为消费者日常餐桌上的重视与支持。无论是便利店、会员制商店,还是传统商超,皆不断丰富和升级鸡肉制品的陈列与供应,通过生鲜、冷冻腌制、即食料理、休闲零食等多种形式,为消费者打造全方位、立体化的购物与消费体验。

(3)出口及宠物食品行业的增长,打开鸡肉增长空间

1)鸡肉出海成为行业需求的新动力

鸡肉出海正在成为行业需求的显著增长点,中国禽肉在品质与价格上的竞争优势愈发凸显,中国鸡肉出口正保持强劲增长势头,根据海关数据,2024年我国鸡肉出口量达到7.03万吨,同比增速超过30%,这得益于以下因素:一方面,全球消费者对于健康、低脂肉类需求不断扩大,鸡肉以其营养丰富、胆固醇含量较低等优势,得到越来越多国家和地区的认可;另一方面,中国白羽肉鸡在养殖技术、屠宰加工及熟食加工方面积累了丰富经验,规模化、集约化程度不断提高,生产成本进一步下降,也提高了在国际市场的竞争力。

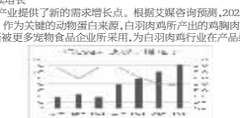


数据来源:中国海关数据

2024年我鸡肉肉出口共涉及96个国家或地区,占比10%的国家或地区有日本(18.54万吨)、中国香港(18.23万吨),占比分别是24.07%和23.67%,出口俄罗斯(7.41万吨)总量第三,占比9.62%。出口品类占比方面,2024年出口鸡肉品类共计16类,占比10%以上的依次为其他冻鸡块(29.22万吨);其他制作或保藏的鸡胸肉(14.56万吨);其他制作或保藏的鸡腿肉(12.18万吨),分别占比37.93%、18.91%和15.82%。

2)宠物食品行业发展拉动白鸡需求持续增长

宠物食品行业的蓬勃发展,为白羽肉鸡产业提供了新的需求增长点。根据艾媒咨询预测,2024年中国宠物经济产业规模预计突破7,013亿元,其中肉类原料需求占据重要比重。作为关键的动物蛋白来源,白羽肉鸡所产出的鸡胸肉(高蛋白)、鸡肝(适口性增强剂)、鸡骨架(钙质来源)等富余原料及副产品,正逐渐被更多宠物食品企业所采用,为白羽肉鸡行业在产品端上有着良好的互补作用。



数据来源:艾媒咨询

(4)食品安全问题加速行业规范、健康发展

2025年3月19日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》,针对当前从农田到餐桌食品安全全链条监管中存在的衔接不畅等问题,提出了多项有针对性的监管举措,覆盖食用农产品、食品生产经营许可、贮存、运输、寄递和配送、网络食品销售新业态、餐饮服务以及进口食品等多个关键环节,要求有关部门有效协同,确保食品安全全链条、各环节监管有机衔接,责任全面落实。3月18日,农业农村部部召开部常务会议,会议指出,我国农产品量大品种多,农产品质量安全问题仍不容忽视。要落实国务院食安委部署,突出抓好源头治理和全链条监管,要持续集中整治农产品质量安全突出问题,压紧压实各级责任,要健全从田头到餐桌的监管机制,制定产地准出分类监管办法,推进质量安全风险监测部省统筹,提高监测覆盖面。

随着公众健康意识的提高和监管力度的不断加强,食品安全已成为衡量食品企业综合实力与社会责任的重要指标。在此背景下,白羽肉鸡行业依靠规模化、集约化的生产方式,具备了天然的食品安全管控优势,尤其在一体化全产业链模式下,更能从源头到终端实现全过程的严格管控,为消费者提供放心、可靠的动物蛋白。

(注:本节图表数据来源于国家统计局、USDA、Wind等)

二、报告期内公司从事的主要业务

公司需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第3号——行业信息披露》中畜禽水产养殖业的披露要求

1、公司基地布局

公司生产基地主要分部在福建、江西和甘肃,并在浙江及上海设立了创新营销中心和产品研发中心,目前公司白羽鸡养殖产能超7亿羽,已建及在建食品深加工产能合计超过50万吨,产品辐射范围广,并远销海外。

2、一体化的全产业链布局

公司建立了集饲料加工、原种育种、祖代与父母代种鸡养殖、种蛋孵化、肉鸡饲养、屠宰加工与销售、熟食加工及销售为一体的肉鸡饲养加工全业,主要生产鸡肉及熟食,供应给餐饮、食品工业、流通、零售、副品市场等市场领域,公司在白羽肉鸡全产业链全业排名中名列亚洲第一、世界第六。

3、公司主要产品

公司主要产品包括冻、鲜鸡肉产品及肉类深加工产品,公司深入分析白羽肉鸡终端消费场景,从终端消费需求出发,在全渠道匹配相应产品,让所有消费者在任意渠道都能获得圣农产品。

(1)冻、鲜鸡肉产品

公司冻、鲜鸡肉产品在全渠道均有销售,以不同加工程度、不同包装规格,满足各渠道客户的需求:

(2)深加工产品

①B端产品

公司致力于让消费者在各类型餐厅可以吃到我们的产品,产品上从公司深耕的西式餐饮渠道逐步向中式餐饮渠道渗透,以丰富的餐饮服务经验、强大的食品研发能力及规模化供应能力,重新定义白羽鸡在中餐行业运用的大单品标准。

②C端

公司深入分析各类零售场景下的用户画像,围绕消费者多元化、个性化需求,打造契合场景特征的产品组合,实现产品对多消费场景的全面覆盖。

三、核心竞争力分析

1、全产业链优势

公司建立了集饲料加工、种源培育、祖代与父母代种鸡养殖、种蛋孵化、肉鸡饲养、肉鸡屠宰加工、食品深加工等环节于一体的肉鸡产业链。

自繁自养全配套全产业链有以下四个优势:

(1)全产业链能有效熨平行业周期波动,降低盈利的波动性:全产业布局相较于比较单一的运作环节,能减少各板块间外部交易成本,优化各环节利润水平。同时有效抵御各方市场价格波动导致的各环节经营压力及风险,进一步增强公司抵抗周期性风险的能力,从而确保与同行业其他公司相比,公司整体盈利水平更加稳定。

(2)全产业链实现产品“优质、可控、可靠、可追溯”,给公司带来品质红利:公司依靠自繁自养全配套全产业链建立了可靠的全程食品安全追溯体系,优异的鸡肉品质与有保障的食品安全,为公司与百胜、麦当劳等高要求、高标准的优质客户开展长期合作提供可靠基础。

(3)全产业链保障了生产的稳定性:依靠自繁自养全配套全产业链,公司内部的各生产环节环环相扣、均衡生产、计划性强,确保供应链和生产稳定。

(4)全产业链闭环管理有效实现疫病防控:公司在饲料加工、种源培育、祖代与父母代种鸡养殖、种蛋孵化、肉鸡饲养、肉鸡屠宰加工、食品深加工等环节均采取了闭环管理,能有效阻绝外部因素的影响,确保公司防控体系安全有效。

2、自研种源优势

公司潜心十余年开展白羽肉鸡育种工作,成功锻造出“圣泽901”白羽肉鸡配套系,于2021年末获得农业农村部批准,取得对外销售资格,并于2022年6月正式对外出售父母代种鸡。公司是国内首个打破国外企业在种源上的垄断,批量供应国产父母代种鸡等的企业,相较于进口品种,公司育种改关取得新突破,利用基因组测定和表型数据相结合的模式,进行精准选育,推进遗传改良,进一步优化“圣泽901”配套系综合性能,成功研发并推出了“圣泽901plus”,在保持父母代种鸡、商品代肉鸡性能和原种鸡疾病净化水平不变的情况下,降低料肉比,提升养殖综合效益。

种源的突破使得公司具备三方面优势:

(1)自研种源有效保障上游稳定供应,近几年,国际形势多变、禽流感频发,国外种源供应不确定性加大,自研种源不受国外种源供应限制,公司可以准确制定未来生产计划,降低经营风险。

(2)自研种源的本土适应性强。国外引进的种鸡常携带多种疾病,带来了极大的生物安全隐患,“圣泽901”完成了多种垂直性传播疾病的净化,鸡群干净、本土适应性强。

(3)自研种源性能优异,塑造成本优势。“圣泽901”繁衍的父母代种鸡及商品代肉鸡在产蛋率、料蛋比、出栏日龄、增重等众多效益指标和抗病能力均体现出明显且稳定的优势,一系列优异性能共同塑造了公司养殖环节的成本优势。

3、供应链优势

公司凭借着全产业链以及多年餐饮客户的服务经验,构建了稳定的柔性供应能力、领先行业的产品研发能力、可防可控可追溯的食品安全能力、市场趋势分析能力、ESG可持续发展能力等供应链护城河优势,奠定公司在餐饮行业的强大优势及市场地位。

4、产能规模化优势

公司白羽鸡养殖产能超7亿羽,已建及在建食品深加工产能合计超过50万吨,位列全国第一。

公司产能规模持续领跑行业,一方面,规模化有助于公司提升采购议价能力、分摊固定成本,通过标准化养殖模式,提高生产效率和产能利用率,降低生产成本,从而提高经济效益;另一方面,领先的产能规模,确保公司既能满足大客户的批量订单,又能依托生产的协同,及时消化大客户旺季临时新增的订单需求,全方位保障下游客户供应链的稳定,在开发和服务优质大客户方面具有绝对优势。

5、大客户优势

圣农在白羽鸡行业40多年的沉淀和积累以及在食品深加工行业20多年的精耕细作,已与百胜中国、麦当劳、德克士、沃尔玛、永辉等国内外知名客户建立了长期的战略合作关系。

公司始终致力于深化与大客户的战略合作,在产品研发、质量把控、市场开拓和信息共享等方面全方位携手共进,充分融入全球先进的食品供应链体系,适应多元企业文化,开创了从产品供应到价值共创的多赢模式,巩固了公司在食品加工领域的领先地位,为进一步携手全球顶尖食品、餐饮企业奠定坚实基础。

6、资金成本优势

公司始终注重财务健康与资金安全,兼顾流动性充裕与资金成本的优化。多年来,公司账面资金充裕,经营性现金流稳健,本报告期经营性现金净流同比增加了7.59亿元,增幅33.07%,在同业企业中保持领先水平;此外,凭借40年来在业界积累的优质信用,使公司拥有大量尚未使用的授信额度,资金成本水平也在同行业中处于较低的水平。

充裕的流动性、较低的融资成本结合多年来的稳健经营,使公司能有效抵御系统性经济风险、应对行业周期性所带来的经营和财务压力,为公司在复杂、多变的经济环境下整合行业优势资源提供了有力的支持。

四、主营业务分析

1、概述

(1)回顾报告期情况

报告期内,公司管理层持续推进精细化管理、推动数字化转型,着力提质增效,微活高质量发展新动能,并且致力于围绕“种源优势领先战略”、“成本领先战略”、“B端业务行业领先战略”、“C端与品牌战略”,构建全产业生态能力。2024年度,公司业绩稳步提升,并从第一季度到第四季度实现了逐季的环比增长,尤其是在第四季度,公司取得了全年最优的业绩表现。这一成绩的取得充分展现了公司在面对产品价格压力与市场挑战时的出色应对能力及经营韧性,进一步夯实了公司在行业中的竞争优势。

报告期内,公司产量、销量均实现增长。鸡肉生食销售量140.27万吨,深加工肉制品产品销售量31.69万吨,分别较2023年同期增长14.72%、6.32%。报告期内,公司实现营业收入185.86亿元,同比增加0.53%,实现归母净利润7.24亿元,同比增幅0.03%。

(2)报告期内重大事项

1)多措并举,保障推进成本领先

报告期内,公司管理层积极探索成本管理新模式,持续推动各板块、各环节的精细化管理,坚决落实“降本增效”主基调,不断提升市场占位和整体竞争力。

种源不断优化,夯实产业链基础

公司自有种源“圣泽901”于2021年12月正式通过国家畜禽遗传资源委员会审定、鉴定,并于2022年6月成功实现国产种源首次批量供应。2023年底,在原有“圣泽901”基础上,公司成功迭代研发了种源新组合“圣泽901plus”,性能方面获得大幅提升,料肉比指标较原组合得到显著改善,此外在产蛋率、生长速度、抗病性等指标上均达到国际领先水平。

报告期内,公司持续围绕研发投入、疫病净化、原种及祖代生产性能提升等方面展开工作,种鸡生产性能全面提升,料肉比指标较原组合降低,种蛋达标率、产蛋数、标蛋率、出雏率等指标均较新高,种鸡生产性能的不断优化将助推养殖端综合成本的持续下探。

2024年,“圣泽901plus”外销近500万余万套,较上年同期增长了超30%,市场认可度不断提升,使父母代种鸡在自主国产种源中市场份额的持续占据第一并逐渐领先。上半年,第一批“圣泽901”父母代种鸡靠顺利落地非洲坦桑尼亚,标志着圣农种源成功打开国际市场,目前生产成绩稳定,达到领先水平。此外,公司正与多个国家进行接洽,进一步实现种鸡出口国别突破。

未来,圣农将继续扩大育种研发投入,持续提升圣泽901生产性能,料肉比持续优化,为白羽肉鸡行业提供更多优质种鸡来源;同时,坚持以占据国内40%市场份额为目标,保障中国白羽鸡种鸡的供应安全,推动整个行业健康稳定发展。

充分挖潜,持续管控成本

报告期内,公司持续深化成本领先战略,挖掘内部管理潜能,充分发挥全产业链优势,在成本管控体系上紧抓“原料采购价格管控”与“内部成本管控”两个关键点,进一步巩固成本领先优势。

依托数十年经验沉淀和科学管理体系,公司创新性构建了全产业链闭环养殖系统。通过数字化平台建设,有效消除各养殖环节的信息孤岛,将饲料配给、投病防控、物流运输等模块纳入统一管理体系,实现全流程动态监测与精准管控,切实提升养殖业务的可控性与生产效率。

种源性能的持续提升,为公司长期降本提供坚实的支撑,管理水平迭代与技术沉淀则为降本增效积蓄量变动能。自2018年以来,公司综合选肉成本保持下行态势,由此形成的成本领先优势已成为保障公司盈利能力的核心竞争壁垒。

中后台部门融合,优化营运效率

营运管理方面,通过产销一体化进一步提升了订单、仓储及物流的分配和优化,同时,做到以客户管理为中心,提升了整体供应链服务质量。报告期内,公司存货周转天数同比下降4天。

2)全渠道协同发力,驱动全场景增长

报告期内,公司坚持“以终为始”的战略思维,深入分析白羽肉鸡终端消费场景,从终端消费需求出发,反推渠道布局与产品策略,构建了覆盖B端、C端、F端(工业客户)的全渠道业务体系,公司基于不同消费场景下的用户需求,制定有针对性的渠道策略、品类策略、产品组合策略,实现各渠道业务的全面增长。

在B端方面,公司持续深化“产品+研发+市场”三位一体的服务模式,凭借完善的餐饮供应链能力以及优秀的产品组合策略,与核心客户保持紧密合作,实现协同发展,稳固B端核心客户基本盘的同时,间隙部及长尾客户渗透进一步扩大市场份额,并在“中式餐饮西式化”的背景下,将西式餐饮的成功模式,打开了白羽肉鸡在国内中餐行业的广阔市场。出口方面,公司取得日本鸡肉出口份额第一的成绩,成功开拓多个海外新市场,实现出口业务同比增长17.29%。

在C端方面,公司紧抓零售行业结构性变化机遇,全面覆盖会员店、零食店、内容电商等高增长渠道,加大渠道渗透率。在产品策略上,公司深入分析各类零售场景下的用户画像,围绕消费者多元化、个性化需求,打造契合场景特征的产品组合,实现产品对多消费场景的全面覆盖,提升消费者触达率与转化率。实现零售端线上线下双轮驱动,推动C端业务持续增长。报告期内,C端业务收入同比增长23.40%。

在F端(工业渠道)方面,公司基于客户需求高效匹配及降本诉求,将原料进行高价值转化,形成上下游协同效应,进一步提升公司原料的整体价值。

3)构建数字化蓝图,打造全产业链协同的智慧型企业

公司不断提升巩固全产业链优势,积极推进数字化转型,“SAP+智慧农场”成功上线,标志着我们构建了从种源到食品的全产业链数字化管理体系,实现全产业链核心运营指标管能化、可视化分析分析,提升生产效率、降低成本为决策提供实时的数据支撑。

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	20,890,943,324.46	22,512,731,712.88	-7.20%	18,928,326,975.43
归属于上市公司股东的净资产	10,439,998,355.63	10,308,123,149.43	1.28%	9,932,247,046.47

	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	18,585,565,098.76	18,486,738,694.46	0.53%	16,817,085,804.79
归属于上市公司股东的净利润	724,267,685.28	664,273,529.84	9.03%	410,896,894.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	690,961,646.80	667,096,642.83	3.58%	354,178,381.72
经营活动产生的现金流量净额	3,049,013,016.02	2,291,361,945.27	33.07%	1,347,888,509.40
基本每股收益(元/股)	0.5875	0.5368	9.44%	0.3321
稀释每股收益(元/股)	0.5875	0.5368	9.44%	0.3321
加权平均净资产收益率	6.96%	6.58%	0.38%	4.15%

(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	4,214,982,397.45	4,622,253,251.58	4,924,935,118.31	4,823,394,331.42
归属于上市公司股东的净利润	-61,923,676.75	163,977,939.61	280,660,240.88	341,553,181.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-56,824,069.60	149,467,358.61	275,488,391.08	322,829,966.71
经营活动产生的现金流量净额	346,881,122.96	686,477,398.97	1,208,061,050.10	807,603,443.99

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		38,607	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	36,064	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		
福建圣农控股集团有限公司	境内非国有法人	44.68%	555,554,648	0	不适用	0		
环胜信息技术(上海)有限公司	境内非国有法人	5.00%	62,220,500	0	不适用	0		
傅长玉	境内自然人	2.67%	33,253,520	0	不适用	0		
全国社保基金一零二组合	其他	2.00%	24,839,392	0	不适用	0		
傅芬芳	境内自然人	1.63%	20,283,972	9,464,812	不适用	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	1.49%	18,570,361	0	不适用	0		
傅高芳	境内自然人	1.18%	14,674,300	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	0.82%	10,177,076	0	不适用	0		
平安银行股份有限公司-博时成长领航灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.74%	9,241,600	0	不适用	0		
中国农业银行股份有限公司-中证500交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.70%	8,698,652	0	不适用	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	福建圣农控股集团有限公司系本公司控股股东,公司董事长傅光明先生和公司董事傅芬芳女士分别持有福建圣农控股集团有限公司40.00%和60.00%的股权;傅光明先生与傅长玉女士系配偶关系,傅芬芳女士、傅高芳女士、傅高芳女士系傅光明先生和傅长玉女士之女;傅光明先生、傅长玉女士及傅芬芳女士三人是本公司的实际控制人,傅高芳女士为实际控制人的一致行动人。除以上情况外,本公司未知其他上述股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。							
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无							

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
中国农业银行股份有限公司-中证500交易型开放式指数证券投资基金	4,157,005	0.33%	1,210,700	0.10%	8,698,652	0.70%	0	0.00%
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	11,410,106	0.92%	294,100	0.02%	10,177,076	0.82%	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

(3)公司存在股东关联关系或一致行动人的情况的说明

√是 □否

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
福建圣农控股集团有限公司	境内非国有法人	44.68%	555,554,648	0	不适用	0
环胜信息技术(上海)有限公司	境内非国有法人	5.00%	62,220,500	0	不适用	0
傅长玉	境内自然人	2.67%	33,253,520	0	不适用	0
全国社保基金一零二组合	其他	2.00%	24,839,392	0	不适用	0
傅芬芳	境内自然人	1.63%	20,283,972	9,464,812	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.49%	18,570,361	0	不适用	0
傅高芳	境内自然人	1.18%	14,674,300	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	0.82%	10,177,076	0	不适用	0
平安银行股份有限公司-博时成长领航灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.74%	9,241,600	0	不适用	0
中国农业银行股份有限公司-中证500交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.70%	8,698,652	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	福建圣农控股集团有限公司系本公司控股股东,公司董事长傅光明先生和公司董事傅芬芳女士分别持有福建圣农控股集团有限公司40.00%和60.00%的股权;傅光明先生与傅长玉女士系配偶关系,傅芬芳女士、傅高芳女士、傅高芳女士系傅光明先生和傅长玉女士之女;傅光明先生、傅长玉女士及傅芬芳女士三人是本公司的实际控制人,傅高芳女士为实际控制人的一致行动人。除以上情况外,本公司未知其他上述股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

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

无

证券代码:002299　证券简称:圣农发展　公告编号:2025-013

福建圣农发展股份有限公司第七届董事会第八次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

福建圣农发展股份有限公司(以下简称“公司”或“本公司”)第七届董事会第八次会议于2025年4月11日下午在福建省光泽县十里铺公司办公大楼四层会议室以现场会议方式召开。本次会议通知已于2025年4月1日以专人递送、传真、电子邮件等方式送达给全体监事,本次会议由公司监事会主席张晓涛先生主持。应参加会议监事三人,实际参加会议监事三人。本次会议的召集、召开符合《中华人民共和国公司法》和《福建圣农发展股份有限公司章程》(以下简称“《公司章程》”)的有关规定。经与会监事认真审议,本次会议以记名投票表决方式逐项审议通过了以下议案:

一、审议通过《公司2024年度监事会工作报告》,表决结果为:3票赞成,0票反对,0票弃权。

报告期内,监事会根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等有关法律法规的规定及《公司章程》及《公司监事会议事规则》等公司相关制度的要求,本着对公司和股东负责态度,认真履行监督职责。通过列席公司董事会、股东大会等会议的方式,参与了公司重大经营决策的讨论,通过了解和掌握公司生产、经营、管理等方面的情况,对公司依法运行及公司董事和高管人员履行职责等事项进行了有效监督,有效维护了投资者特别是中小投资者的利益。

具体内容详见公司于2025年4月12日在公司指定信息披露媒体《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》或巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)披露的《福建圣农发展股份有限公司2024年度监事会工作报告》。

本议案尚需提交公司2024年度股东大会审议。

二、审议通过《公司2024年度财务决算报告》,表决结果为:3票赞成,0票反对,0票弃权。

公司2024年度财务报表经大信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,出具了标准无保留意见的审计报告,财务报表编制符合企业会计准则及相关规定,在重大方面公允反映了公司2024年度的财务状况、经营成果及现金流量情况。

具体内容详见公司于2025年4月12日在公司指定信息披露媒体《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》或巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)披露的《福建圣农发展股份有限公司2024年度财务决算报告》。

本议案尚需提交公司2024年度股东大会审议。

三、审议通过《公司2024年度利润分配预案》,表决结果为:3票赞成,0票反对,0票弃权。

经大信会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2024年度实现归属于上市公司股东净利润724,267,685.28元,2024年年末母公司未分配利润1,457,122,221.54元。

基于对公司稳健的盈利能力、良好的财务状况及对公司未来发展前景的考虑,充分考虑广大股东、投资者的利益和综合诉求,为持续地回报股东,公司拟以实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的股份为基数,向全体股东每10股派发现金红利2元人民币(