

# 大河潮涌处 中原崛起时

以“成本”之精  
牧原股份锻造穿越周期韧性

●本报记者 杨梓岩

11月下旬,牧原股份赴港上市迎来关键进展,中国证监会已对其出具境外发行上市备案通知书,标志着其国际化战略迈出了实质性一步。

在行业周期波动趋缓,竞争步入成本决胜的新阶段,牧原股份凭借持续下降的养殖成本与稳健增长的业绩,展现出穿越周期的强劲韧性。牧原股份董事会秘书秦军日前在接受中国证券报记者专访时表示,公司正通过持续研发投入与降本增效,推动可持续发展,期待通过自身业务发展以及对行业技术、产业链的贡献,助力行业高质量发展。

全球价值重塑

对于牧原股份而言,此次赴港上市是公司面向长远全球化发展的重要战略落子。秦军明确表示,发行H股主要是为未来五到十年的国际拓展铺路。

根据备案通知书,牧原股份拟发行不超过5.46亿股境外上市普通股,于香港联交所主板上市。募集资金将主要用于拓展全球商业版图及研发投入。

港股上市被视为牧原全球化的关键助推器。秦军指出,上市过程本身有助于公司开拓海外市场,两者相辅相成。

近年来,牧原的出海步伐明显加快:2024年在越南设立子公司,并与当地农业企业BAF达成战略合作;今年8月,与正大集团签署全球战略合作协议;9月末,进一步与BAF计划合作建设年产160万头商品猪的高科技楼房养殖项目。

这一系列动作勾勒出牧原国际化路径的轮廓——并非以猪肉贸易为主,而是聚焦于技术、管理、设备等整体解决方案的输出。秦军解释,公司以肉内消费为主,国际市场份额有限,因此公司仍将依托在非洲猪瘟周期中积累的生产技术、智能化装备、数字化系统及疫病防控经验,向东南亚等市场进行技术服务与系统输出。在他看来,这些地区人口结构年轻,猪肉消费需求大,但养殖技术水平与疫病防控能力相对薄弱,正是牧原优势得以发挥的广阔天地。

赴港上市也将助力公司资本市场形象的升级与股东结构的优化。秦军坦言,发行H股有助于重新梳理公司的投资价值,吸引更多国际长期投资者,进一步提升公司治理水平与市场透明度。向“10元时代”迈进

如果说国际化布局着眼于未来增长空间,那么持续深化的成本控制能力则是牧原应对行业波动、稳固市场地位的基石。2025年以来,公司养殖成本逐月下降,至10月份已降至11.3元/公斤左右,全年公司已有超过三分之一养殖单位的成本低于12元/公斤,部分优秀场线成本甚至低至11元/公斤。

成本持续下探的背后,是各项核心生产指标的稳步提升与管理系统的高效运转。秦军将成本下降归因于技术标准的严格执行与一线组织的有效激励。他特别强调,尽管硬件设备、地域气候原料价格存在差异,但真正的成本优化来源于管理落地程度。公司通过识别并选拔优秀管理者,将其置于合适岗位,并以健康管理为核心,持续优化生产管理体系。

在行业层面,秦军对“猪周期”的演变提出了新的观察。他指出,自去年下半年以来,生猪价格波动幅度已显著收窄,行业产能趋于稳定,格局逐步固化。这背后既有利润回归常态后产能波动缩小的市场因素,也有政策调控引导的积极作用。他认为,传统的“猪周期”经验已难以简单套用当前市场,行业正进入一个波动趋缓、竟相聚力于成本与效率的“新范式阶段”。规模化并非唯一出路,许多中型专业户也能凭借优秀产能立足,因此牧原在国内业务上将保持总体稳定、略有增长的策略,不会盲目扩张产能。

除了养殖环节,公司在饲料成本控制上也持续创新。通过推广低蛋白粮技术、以及合成生物项目(一年产能3万吨氨基酸)的投产,牧原试图构建饲料价格的“稳定器”。秦军介绍,合成氨基酸可替代部分豆粕,对大宗原料价格波动。这种贯穿产业链各环节的成本精细化管理,正构筑起牧原越来越宽的护城河。

现金流改善助力高质量发展

面对未来,牧原股份在战略规划上呈现出克制与聚焦。在屠宰与肉食业务方面,公司明确表示将深耕ToB领域,暂无发展ToC品牌的计划。秦军解释称,当前ToB市场潜力巨大,更符合公司现阶段能力定位。牧原希望通过精细化分,提升每头猪的附加值,把屠宰业务从简单的白条加工变成附加值更高的产品供应平台。公司未来将逐步提升产能利用率,并且将根据市场需求和经营规划,稳步推进已规划但尚未建设的屠宰产能落地,但建设节奏将更趋稳健,预计今年新增1-2个工厂。

财务结构的优化是公司近期另一大亮点。随着大规模资本开支阶段结束,牧原现金流状况显著改善。秦军透露,2025年三季度末,公司资产负债率为65.50%,负债总额较年初下降约90亿元,如果考虑10月份完成的50亿元权益分派,公司今年提出的100亿元降负债目标已超额完成。未来在回到合理负债水平、拥有更充沛现金流后,公司将进一步地回报股东。

秦军表示,“公司希望通过持续研发投入与降本增效,实现企业可持续发展,并期待通过自身业务发展以及对行业技术、产业链的贡献,推动整个行业的高质量发展。”从成本领先到出海探索,从周期应变到战略聚焦,牧原股份正试图在稳固基本盘的同时,打开新的成长曲线。而其赴港上市,无疑将为这条前行之路注入更多国际化的视野与资源,也让市场对其下一步的布局充满期待。

以“连接”之专  
中航光电锚定全球高端制造

●本报记者 李媛媛

从日常的智能手机、新能源汽车,到前沿的深海探测、低空飞行器、量子通信等领域,都离不开一个看似微小却至关重要的部件——连接器,它犹如“血管”,支撑着电子设备系统控制、电能分配、信号传输,堪称数字世界的隐形基石。

位于河南洛阳的中航光电是国内连接器行业的领军企业,专业为航空和高端制造等领域提供互连解决方案,从单一电连接器,到形成电、光、液、集成化等连接产业,不断丰富产品种类。自2007年上市以来,公司营收实现持续稳健增长。

在波动起伏的市场环境中,中航光电如何穿越周期,保持强劲的发展韧性?“这源于公司对‘连接’主业的战略定力,持续深化的改革和技术创新以及面向未来的前瞻布局。”中航光电董事长郭泽义日前在接受中国证券报记者专访时表示。

聚焦连接 穿越周期的利器

中航光电自上市以来,营收持续增长。近十年来,中航光电年营收由47.25亿元增长至206.9亿元。

同时,公司不断丰富产品品类,延伸市场版图,以洛阳为中

心,辐射全国,又将触角延伸至全球市场……

在郭泽义看来,中航光电能够保持稳健发展的原因主要有:

一张蓝图绘到底的战略定力,聚焦“连接”专业化发展;持续不断的改革创新,满足市场需要的新产品、新技术。

“很难想到现在有些高新技术领域,会用不到中航光电的互连产品。”郭泽义兴奋地向记者介绍道,从建厂最初仅有两个航空插孔类起家,到如今累计拥有500多个系列、超过35万种产品的应用,在各行各业,中航光电始终围绕“连接”这一核心,不断做深、做精、做广。

郭泽义表示,中航光电聚焦“连接”并非固步自封,而是在专业领域内不断进行“价值延伸”,拓展新业务。“我们不仅仅提供元器件、组件或成品缆,更要成为一个装备或未来重大工程的集成互连方案提供商。”

中航光电的业务拓展不仅体现在横向向上覆盖更多领域、市

场;还重视纵向延伸,提供“连接”以外的信号传输、信号高效转

换产品。

1998年进入电信通信行业,2008年涉足液冷散热行业、2009年进入新能源汽车行业,2013年进入数据通信领域……中航光电一步一个脚印,每一次前瞻性的布局,都为后来抓住产业发展的风口做好准备。在连接器领域,中航光电正依托领先技术,持续创新,稳步推进高端制造的价值蓝图。

创新驱动打破“内卷” 抢抓未来产业机遇

“用创新点亮梦想”的标语悬挂在公司展厅最显眼的位置。自创立以来,中航光电始终以“创新”为引擎,驱动技术突破。

“自中航光电前身150厂建立之初,就培育了创新精神,创

新的基因牢牢记在每一个中航光电人的心中。”郭泽义说。

郭泽义特别提到了一个标志性新产品——深海湿插拔连接器。“相关领域过去依赖进口。我们的研发团队经过几年的攻

关,成功开发出系列产品,能够在海洋环境下实现可靠的操作,并且性能优于进口产品,价格大幅下降。”

在郭泽义看来,量子科技、具身智能、6G等未来产业的

应用需求将十分强劲,中航光电也在积极布局这些

未来前沿领域,部分产品已经在做前期的设计开发。

“我相信,新兴产业和未来产业的发展,将为互连产品与技术提供更丰富的应用场景,推动整个行业拥有更广阔的发展空间。”郭泽义说。

中国证券报记者了解到,中航光电围绕国家战略新兴产业和未来产业前瞻谋划,着力提升研发和生产能力。“十四五”期间,开展能力建设投资54.6亿元,新增设计产能投资154.3亿元/年。

从行业来看,中国量子连接器产量已占全球份额约三分之一,但在郭泽义看来,行业大而不强、低端内卷、高端缺失的问题依然突出。中航光电如何打破行业“内卷”?郭泽义直言,要打破内卷局面,唯有依靠创新,向价值链高端攀登,抢占未来产业发展制高点。

加快全球化步伐 打造世界一流互连产品制造商

尽管在国内市场已取得领先地位,但郭泽义的眼光早已投向全球市场,他清晰地勾勒出中航光电国际化的进阶路线图。

“从洛阳走向全国,再走向全球,真正成为一家全球一流的互

连产品提供商,是中航光电努力的方向和目标。”郭泽义表示。

“目前我们海外业务的营收占比还不到10%,有着巨大的发

展空间。”郭泽义表示,这不到10%的业务,已覆盖全球30多个国家和地区。

单纯的产品“出海”1.0模式已不能满足全球竞争的需要。中航光电正积极向产能“出海”2.0模式迈进。“我们在德国和越南已经建立了分公司,实现区域本地化运营。”郭泽义介绍,随着业务的拓展,要进一步在全球建设产能,公司也在考察东南亚、东欧、北非等地,打造全球化的生产交付基地。

郭泽义透露,公司也考虑在北美市场建立生产基地。随着海

外生产基地的建设,未来公司国际化发展的战略模式就会从“产

品出海”迈向“产能出海”。

对于未来的“出海”3.0模式,郭泽义展望道:“我们将成为

一个真正的跨国经营企业。它能够在全球各地为客户提供

产品和服务,实现高效的本地化

管理能力。”

以“智能”之跃  
中创智领开启工业破界新生

●本报记者 杨梓岩

今年前三季度,中创智领实现营业收入307.45亿元,同比增长10.44%;归母净利润为36.45亿元,同比增长19.17%。其

中,传统煤机业务稳健增长,而汽车零部件板块净利润同比大

幅增长133.76%,成为强劲的新增引擎。这份稳健上扬的业绩单,

恰恰公司完成一次重要的身份蜕变——股票简称正式由“郑

煤机”变更为“中创智领”。更名背后,是公司历时十年的业务

重构与战略升级。

日前,中创智领总经理贾浩在接受中国证券报记者专访时表

示,“郑煤机这个名字,已经不能表达我们现在的内

涵。”中创智领从“技术跟随”走向“技术引领”,推动

“中国创造”与“智能化引领”,是此次更名的核心要义,

标志着公司战略的全面升维。

更多背后的“战略升维”

贾浩表示,在过去公众的认知里,“郑煤机”等同于煤矿机

械。然而,公司的业务早已实现跨界融合。根据公司战略与业

绩报告,其业务支柱已明确为“煤矿机械+汽车零部件+工业智

能”。更名,首先是业务实质远超传统称谓的必然选择。

这一重构非一日之功,而是一场历时十年的前瞻布局与战

略并购的结果。

在煤矿机械这一传统优势领域,公司已非常简单的设备制造

商。贾浩介绍,公司正全力推动煤矿从自动化向智能化转型,已

为全国超过1000个工作面提供了智能化解决方案。通过应用华

为智能传感技术等,构建全感知与控制体系,这不仅是产品的升

级,更是向智能化系统服务的延伸。

与此同时,十年前开始的跨界布局已结出硕果。2016年通

过对亚新科集团和索恩格(SEG)的并购战,公司成功切入

汽车零部件赛道,并完成向新能源领域的坚决转型。目前,在

新能源汽车的底盘驱动、空气悬架、热管理等核心部件领域,公

司已进入头部阵营。亚新科集团的市场策略从服务全球主流车

企转向深度聚焦中国本土造车新势力,是其快速打开增长局面

的关键。

因此,更名是“破界”,是打破“煤机”一词带来的行业与认

知界。但更深层的含义在于“战略升维”。

贾浩指出,公司的发展路径正从过去的“技术跟随”转向

“技术引领”。“中创”寓意“中国创造”,强调自主创新;“智

领”则紧扣时代脉搏,明智以智能化驱动未来。这一转变源于公司管理层始终抱有的危机感与长远视野。

“我们习惯以十年甚至二十年为周期思考未来,这种超前的

布局节奏,使得公司在行业变革的关键节点总能提前卡位。”贾

浩表示,从更名到近期提升对恒达智控、亚新科等核心子公司的

控股权,一系列动作均指向一个目标:强化集团战略协同,为未

来的智能化引领铺平道路。

双主业协同共进

中创智领“双主业”战略带来扎实的业绩兑现。作为“压舱石”的煤机板块,在行业结构性调整中展现出强大韧性。财报显示,该板块今年前三季度营业收入总收人较去年同期增加15.49亿元,增幅为10.66%;净利润较去年同期增加1.50亿元,增幅为4.77%。

贾浩解释道,这得益于液压支架业务的稳健增长以及成套化、智能化战略的推进。公司抓住煤机智能化浪潮,打造健全矿井智能系统,在提升开采效率与安全的同时,也开拓了智能化服务的新价值空间。

更强劲的增长动力来自汽车零部件板块。财报显示,公司该

板块今年前三季度净利润同比增速高达133.76%。其中,子公司SEG通过降本增效,前三季度实现净利润2.18亿元,较上年同期扭亏为盈;亚新科的减振与商用车业务收入同比增长19.9%,新能源汽车业务新增收入3.24亿元。

贾浩将这一成绩归因于成功的并购整合与精准的战略转

型。这两块大块并举独立发展,近期公司提升对恒达智控、亚新科等核心子公司的控股权,正是为了加强战略协同,确保资源聚

焦,共同驱动业绩增长。

输出工业智能范式

展望未来,中创智领的蓝图远不止于双主业的并进。贾浩表

示,公司的愿景是成为“全球领先的可持续发展的智能工业解决

方案提供商”。这意味着公司将迈向第三次升维——从产品和部

件的提供者,转变为智能工业解决方案的方案输出者。

这一转型的基石,源于其在煤矿智能化领域的深厚积淀。贾

浩将煤机视为一个理想的“封闭场景实验室”,在这里,5G、物联