



证券代码：002477

证券简称：雏鹰农牧

公告编号：2016-065

## 雏鹰农牧集团股份有限公司 2016 年半年度报告摘要

### 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

#### 公司简介

|          |                   |                     |        |
|----------|-------------------|---------------------|--------|
| 股票简称     | 雏鹰农牧              | 股票代码                | 002477 |
| 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       | 吴易得               | 贡妍妍                 |        |
| 电话       | 0371-62583588     | 0371-62583825       |        |
| 传真       | 0371-62583825     | 0371-62583825       |        |
| 电子信箱     | wuyd@chu-ying.com | gongyy@chu-ying.com |        |

### 二、主要财务数据及股东变化

#### 1、主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 ☒ 否

|                           | 本报告期              | 上年同期              | 本报告期比上年同期增减  |
|---------------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 营业收入（元）                   | 2,829,107,342.47  | 1,250,075,029.31  | 126.32%      |
| 归属于上市公司股东的净利润（元）          | 454,231,999.32    | 5,165,188.87      | 8,694.10%    |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 421,996,608.61    | -139,959,853.50   | 401.51%      |
| 经营活动产生的现金流量净额（元）          | 548,726,261.47    | -144,250,219.74   | 480.40%      |
| 基本每股收益（元/股）               | 0.1449            | 0.0017            | 8,423.53%    |
| 稀释每股收益（元/股）               | 0.1449            | 0.0017            | 8,423.53%    |
| 加权平均净资产收益率                | 9.83%             | 0.19%             | 9.64%        |
|                           | 本报告期末             | 上年度末              | 本报告期末比上年度末增减 |
| 总资产（元）                    | 13,187,812,540.05 | 10,181,381,936.60 | 29.53%       |
| 归属于上市公司股东的净资产（元）          | 4,720,189,166.69  | 4,393,883,507.63  | 7.43%        |



## 2、前 10 名普通股股东持股情况表

| 报告期末普通股股东总数                  |         | 101,988                                                                       |               |               |         |               |
|------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------|---------------|
| 前 10 名普通股股东持股情况              |         |                                                                               |               |               |         |               |
| 股东名称                         | 股东性质    | 持股比例                                                                          | 持普通股数量        | 持有有限售条件的普通股数量 | 质押或冻结情况 |               |
|                              |         |                                                                               |               |               | 股份状态    | 数量            |
| 侯建芳                          | 境内自然人   | 39.84%                                                                        | 1,249,165,200 | 1,002,768,000 | 质押      | 1,177,800,000 |
| 华安未来资产－工商银行－雏鹰农牧定增 2 号资产管理计划 | 境内非国有法人 | 3.00%                                                                         | 94,142,259    | 0             |         |               |
| 侯五群                          | 境内自然人   | 2.83%                                                                         | 88,823,370    | 66,617,526    | 质押      | 88,320,000    |
| 候斌                           | 境内自然人   | 2.76%                                                                         | 86,400,000    | 86,400,000    | 质押      | 86,400,000    |
| 侯杰                           | 境内自然人   | 1.50%                                                                         | 47,160,960    | 35,370,720    | 质押      | 47,160,960    |
| 侯建业                          | 境内自然人   | 1.50%                                                                         | 47,160,960    | 35,370,720    | 质押      | 42,444,510    |
| 中信建投证券股份有限公司                 | 国有法人    | 1.50%                                                                         | 46,951,551    | 0             |         |               |
| 交通银行股份有限公司－易方达科讯混合型证券投资基金    | 境内非国有法人 | 1.49%                                                                         | 46,586,781    | 0             |         |               |
| 招商财富－招商银行－汇垠天粤 1 号专项资产管理计划   | 境内非国有法人 | 1.42%                                                                         | 44,416,506    | 0             |         |               |
| 中欧盛世资产－工商银行－雏鹰众享 1 号资产管理计划   | 境内非国有法人 | 1.35%                                                                         | 42,480,720    | 0             |         |               |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明             |         | 侯五群先生为侯建芳先生之叔叔，候斌女士为侯建芳先生之堂妹，侯杰先生和侯建业先生为侯建芳先生之弟弟。其他股东未知是否存在关联关系，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                                                                             |               |               |         |               |

## 3、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。

## 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。



### 三、管理层讨论与分析

#### （一）概述

##### 1、行情分析

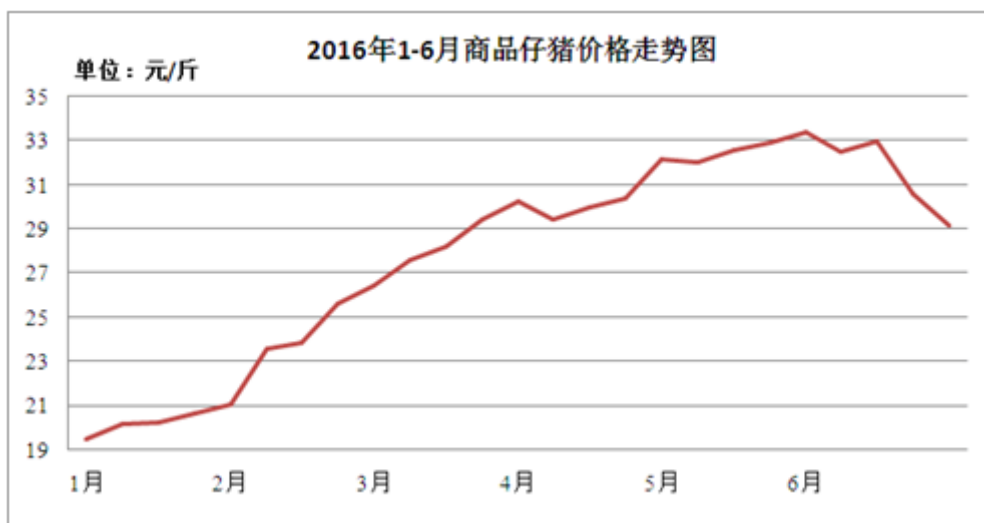
##### （1）生猪养殖行业

生猪市场行情自2012年以来进入下行通道，并在2014年及2015年第一季度出现深度亏损后于2015年第二季度开始逐步恢复上涨。进入2016年生猪市场价格保持快速上涨的态势，成为继2011年以来出现的又一次市场高峰。

报告期内生猪市场出现高行情，主要源于前期深度亏损和长期低位运行带来能繁母猪存栏量持续下跌，市场供给不足。据农业部数据推算，2016年上半年全国能繁母猪存栏持续在3,760万头的历史最低水平徘徊。

##### ①商品仔猪行情

报告期内商品仔猪价格一路攀升，随着商品肉猪价格的持续上涨，广大养殖户对于后期市场相对较为看好，春节过后农户补栏积极性较高，商品仔猪呈现供不应求的态势，预计下半年随着肉猪价格和周期性补栏因素的影响，商品仔猪价格会在三季度、四季度出现波动。

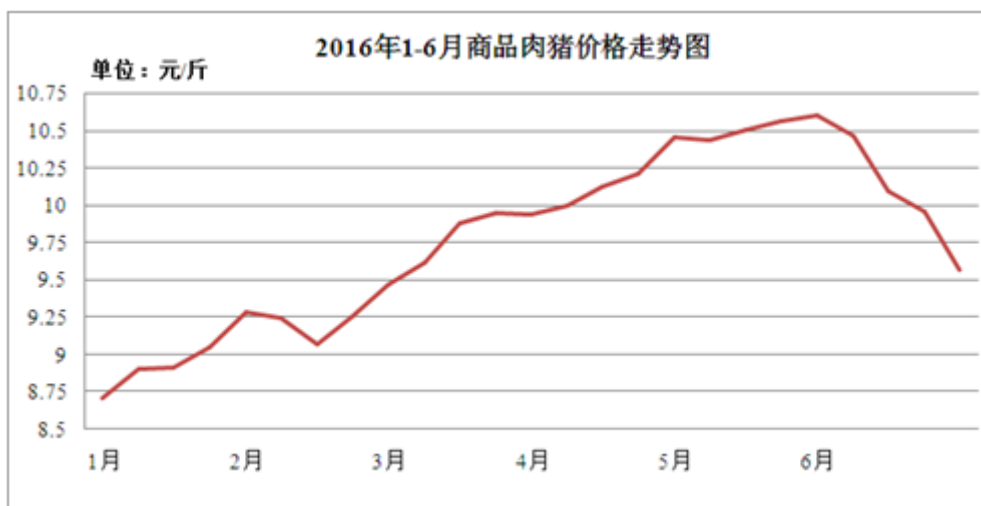


数据来源：中国种猪信息网

##### ②商品肉猪及二元种猪行情

报告期内商品肉猪价格持续上涨，尤其是二季度商品肉猪价格长期保持在20元/公斤，个别地区达到了22元/公斤的历史高位。随着国内生猪及能繁母猪存栏量小幅回暖，屠宰场收购价格调整，6月下旬出现小幅回落。

随着生猪存栏量的逐步回升，供需关系得到部分缓解，生猪价格会逐步走向理性，出现部分回落，但下半年是传统的消费旺季，在一定程度上会推动商品肉猪价格维持在高位。

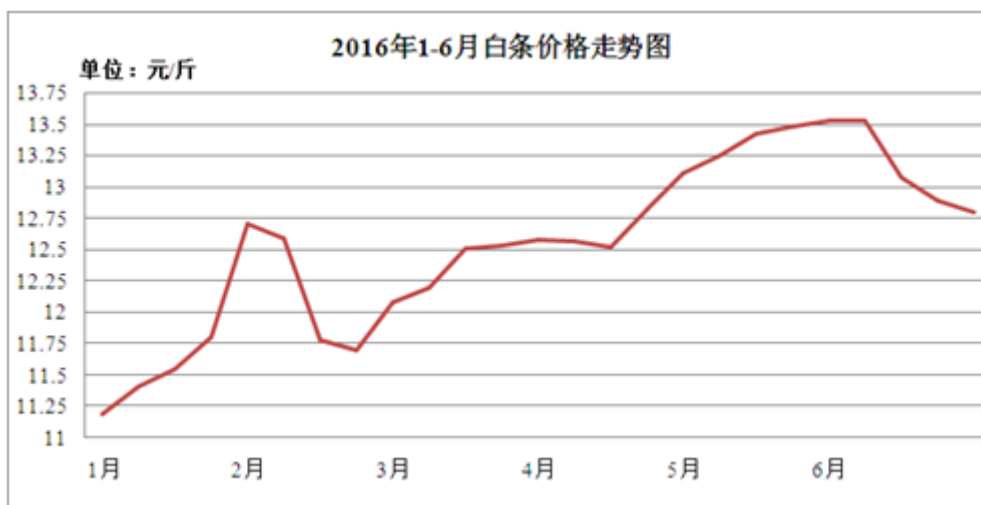


数据来源：中国种猪信息网

种猪市场方面，随着商品肉猪价格的上涨而出现波动，但波动范围较小。

## （2）屠宰行业

2016年年初，受春节消费习惯影响，白条价格大幅攀升，春节过后出现震荡下跌，需求逐步恢复稳定。随着生猪价格上涨，3月白条价格再次开启上升通道，最高价格一度超过13.5元/斤。总体来说，2016年上半年市场白条价格整体呈现震荡上行态势。



## （3）粮食贸易行业

报告期内，玉米市场整体呈现下跌态势，6月出现小幅反弹，但整体表现弱于去年同期。受临储政策的影响，1-3月价格保持坚挺，3月下旬以后开始持续下行，5月下旬，市场玉米供应趋于紧张，同时国内生猪存栏量逐步回升，需求增加，价格逐步上升。

报告期内小麦行情先跌后涨，但整体上来看，国内小麦市场与去年同期相比出现下跌，跌幅不大，但质量不及往年。豆粕价格整体上涨，虽然一季度因需求低迷出现下跌，但在二季度随着市场供应偏紧，开始出现震荡上行，一直持续至6月底，涨幅高达40%左右。



#### （4）互联网板块发展

自电子竞技项目被国家体育总局正式确立为体育项目后，近年来发展迅速，据艾瑞咨询统计，2016年国内电竞用户预计达1.7亿人，2018年电竞用户预计将达到2.8亿人。随着用户数量的激增，电竞市场的预期收入也将实现快速增长，据普华永道统计，2016年电竞市场预期收入达4.63亿美元，较2015年增长43%。2016年，文化部更是将全面启动文化娱乐行业转型升级工作，并将推动电子竞技纳入转型升级的重要内容。

作为公司电竞及互联网业务平台的微客得科技，通过游戏、电子竞技产业与电子商务平台相结合，并利用电竞产业巨大明星效应和粉丝经济，联动提升公司产品销售。此外其旗下拥有的OMG电竞俱乐部正在逐步推进赛事、平台直播等，增加粉丝数量，提升公司的盈利水平。

2016年中央一号文件指出，“大力推进‘互联网+’现代农业，应用物联网、云计算、大数据、移动互联等现代信息技术，推动农业全产业链改造升级。”早在2015年“互联网+农业”已经迈出了第一步，以农资电商、农村互联网金融为代表的互联网农业服务产业正逐步兴起。2016年上半年互联网+农业发展如火如荼，已有多家上市公司布局互联网+农业。

作为公司的互联网时代养猪服务平台——新融农牧平台，其致力于打造以“猪博士”为入口，涵盖金融、交易、数据、服务为一体的互联网养猪生态系统，迎合市场发展需求，提升公司的综合竞争力。

## 2、公司经营情况

随着公司产业链的逐步延伸，公司产品逐渐丰富，但目前收入及利润仍主要来自于生猪产品，生猪价格的波动对公司的利润会产生一定的影响。2016年上半年，公司实现营业收入282,910.73万元，同比上升126.32%，实现归属于上市公司股东的净利润45,423.20万元，同比上涨8,694.10%，主要是因为2016年尤其是二季度，生猪销售价格持续高位运行，公司养殖业务盈利水平与上年同期相比上升幅度较大，公司综合利润水平高于预期。

### （二）公司回顾总结前期披露的经营计划在报告期内的进展情况

报告期内生猪养殖行情持续高位运行，公司在董事会和管理层的努力下，充分利用资源，升级雏鹰模式，降低生产经营成本；强化养殖、粮贸、互联网三大战略核心；设立产业基金，充分利用资源优势，实现资本增值。

#### 1、生猪养殖及屠宰加工板块



### （1）概述

2016年上半年，生猪养殖行情持续上涨，特别是2016年二季度以来，生猪销售价格持续高位运行，公司养殖业务盈利水平与上年同期相比上升幅度较大，公司综合利润水平高于预期。

随着公司销售渠道的逐步拓展和产品线的丰富，鲜冻品及肉制品销量有较大幅度提升，业务有了较明显的改善，对公司的盈利能力产生了一定积极的影响。但由于报告期内生猪价格持续高位，屠宰、加工板块增速放缓。

报告期内实现营业收入223,897.69万元，占本期营业收入79.14%，实现毛利6.54亿元，其中生猪产品占营业收入的53.16%，与去年同期相比增长143.35%，鲜冻品及肉制品占营业收入的25.98%，与去年同期相比增长257.09%，实现了对下游产业链的有效拓展。

### （2）养殖模式升级

2015年5月公司开始对原有养殖模式进行升级，逐步在公司养殖环节推广“雏鹰模式3.0”。养殖模式升级改造后，将大幅减少公司固定资产投入，相应减少公司财务费用，同时自动化水平的提高将有效提高养殖效率，提升各方收益，有助于提升公司管理水平，增强公司的综合竞争力。但由于养殖模式升级的推进，各养殖项目建设进度放缓，使公司报告期内整体生猪存栏、出栏规模增速放缓。

截止2016年6月30日，转让的资产金额约为17.20亿元。

### （3）屠宰加工业务情况

报告期内，公司一方面继续推行经销商模式，由商贸公司、经销商负责线下渠道开发、营销推广及产品销售等工作，另一方面继续开发自营销售板块，加大批零中心、商超及大客户的开发及运营，拓宽销售渠道。此外，公司通过线上和线下相结合、发展粉丝经济相结合的模式，提高公司品牌知名度及综合竞争力。

报告期内，公司销售生鲜冻品24,387.43吨，实现营业收入为63,099.44万元，占本期营业收入的22.30%，与去年同期相比增长219.33%。

#### ①销售渠道拓展情况

商贸公司及经销商主要以批发兼零售为主，通过现有网点支持“一卡通”销售。同时与大型的餐饮连锁集团签订原料供应合作协议，开展大客户定制业务等，拓宽销售渠道。

公司自营销售板块一方面通过设立批零中心、商超专柜吸引终端消费者，拓展销售网点，快速提升销量，稳固市场；另一方面与多家大型商超合作，进入全国性及省域性商超渠道，





拓宽销售渠道，并与多家大型知名食品加工企业开展合作业务，大力发展肉制品，树立并提升品牌形象。

公司通过多种方式不断整合线下资源优势，组建运营线上平台，聚焦高端肉类产品，不断拓宽公司的销售渠道，同时提高公司的品牌知名度和综合竞争力。

## ②产品结构差异化发展

目前公司已形成鲜冻品、肉制品、高端发酵火腿三大产品系列，并根据自养生猪原料——绿色猪肉、生态黑猪肉、藏香猪肉的不同，进行了产品差异化研发，鲜冻品保留猪肉天然肉香，肉制品以成为中国人餐桌需求的整体供应商为发展目标，高端发酵火腿采用意大利帕尔玛工艺，满足不同客户的需求。

报告期内，公司逐步推进生猪产品深加工业务，秉承“安全、健康、营养、美味”的理念，选用公司自繁自养、健康安全的猪肉为原料，不断创新、开发新产品，满足终端销售市场需求，已升级完成产品50多个。同时根据大型企事业单位、餐饮企业等大客户的业务需求，进行单独的定制化产品研发与生产。

## 2、粮食贸易

粮食贸易已成为公司三大战略布局之一，面对粮食贸易行情变化，公司子公司一方面建立健全市场监测机制，根据市场行情及时调整经营政策，提高应对市场风险的能力；另一方面拓宽经营渠道，增加经营品种，降低成本，综合采用多种措施应对市场行情波动对公司粮食贸易的影响。

报告期内，一方面子公司吉林雏鹰实现与国家粮食局深度合作，获得了国储粮竞拍资格，有利于降低成本，提高盈利水平。另一方面进出口贸易根据国内外粮食价格走势，依托国内外市场资源优势，采用内贸与外贸，线上与线下相结合的方式适时开展粮食贸易，增加公司新的业务增长点。

报告期内，粮食贸易实现营业收入为47,842.23万元，占本期营业收入总额的16.91%，同比增长40.42%。

## 3、互联网板块

(1) 作为公司电竞及互联网业务平台的微客得科技，现已成为依托电竞及互联网业务为平台，专注于大数据服务平台以及粉丝增值体验的数据运营服务，集投资及整合游戏设计、电子竞技产业、线上商城、粉丝人群等相关资源为一体，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产业发展模式。



其旗下的淘豆食品以自运营电商为主，上半年实现新增粉丝数200万人，品牌知名度得到一定的提升，并健全完善了成熟的自媒体运营体系，加快研发、升级推广新产品；其旗下的噢麦嘎以游戏、社交、电子竞技为主，有效的培养一大批忠实粉丝，同时从广告冠名、直播平台签约等获得收入，有效转化经济效益；其旗下的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，报告期内代运营项目取得良好的效益，未来将会优化盈利模式。

报告期内微客得实现营业收入1.13亿元，实现较大幅度的增长。

## （2）新融农牧平台

作为公司的互联网+时代的养猪服务平台，新融农牧通过整合生猪养殖上中下游企业资源，搭建新融电商、养猪生产云、人才技术服务、新融大数据、CRM等五个核心资源平台，致力于打造以“猪博士”为入口，涵盖金融、交易、数据和服务为一体的互联网养猪生态系统。

2016年上半年新融农牧重点推进信息平台建设，拓宽融资渠道。截止报告期末已入住平台猪场170多家，加盟饲料、兽药、疫苗、屠宰等上下游企业130多家，加盟金融机构10家，月平均交易金额超亿元。

## 4、其他重大事项

为更好地利用资本市场蓬勃发展的趋势，借助专业的战略合作伙伴的经验和资源，实现较高的资本增值收益，报告期内，公司参与设立了深圳泽赋农业产业投资基金有限合伙企业（有限合伙）、平潭泮石1号投资管理合伙企业（有限合伙）、平潭竞远投资管理合伙企业（有限合伙）和中信现代农业产业投资基金（有限合伙）（暂定名），公司作为有限合伙人共以自有资金分期认缴出资额17.17亿元。产业基金的投向主要为农业及其相关领域的投资、公司相关业务产业链的上下游企业、电竞产业链上下游等，充分利用合作方的资源与经验优势，为公司寻找优质并购标的，更好的发挥产业资本和金融资本相结合的模式，提高公司的行业整合能力，提升公司的综合竞争力和盈利水平。截止2016年6月30日，公司收到投资收益6,300万元。

## （三）核心竞争力分析

公司已实现了从粮食贸易、饲料生产、良种繁育、生猪养殖、屠宰加工、冷链物流、终端销售、线上业务等为一体的完整产业链的贯通，构建从农田到餐桌的生态闭环，在保证食品安全的同时，有效控制成本及风险，提升公司综合竞争力。此外，公司发力互联网板块，通过电商及电竞的有效结合、构建生猪综合服务平台，实现三大战略板块的优势互补，助推公司健康可持续发展。





### 1、独特的商业模式

公司将“雏鹰模式”广泛应用于养殖、加工、销售、物流运输等各环节，以“风险互担、成果共享、优势互补、合作共赢”为理念，在统一管理的基础上，充分发挥各方积极性和优势。公司通过提供技术服务、科学管理、金融支持等方式，将合作社、农户、经销商及各合作方纳入公司产业化、规模化综合体系，改变其传统经营的不利地位，保证其稳定的收入，实现合作共赢。

### 2、完整产业链，真正实现食品安全，提高抗风险能力

目前公司已实现了从农田到餐桌的全产业链布局，公司可以根据市场行情调节生猪、鲜冻品、肉制品等产品结构，以应对生猪市场价格波动带来的风险。随着各业务板块逐步达产，公司综合盈利能力及抗风险能力将会大幅提升。同时通过全程可控和统一管理，从根本上保障了公司向社会公众提供产品的安全健康，并通过食品安全追溯管理系统，让消费者了解生产和流通过程，提高消费者对产品的放心程度。在食品安全日益被重视的背景下，公司全产业链保证食品安全的优势更加突出。

### 3、质量管控优势

公司十分重视质量安全工作，在行业内率先引入首席质量官制度。公司各中心、各分(子)公司设立食品安全总监、质量官、食品安全师。公司定期召开质量安全专题会议，增强全员质量安全意识，实施质量绩效考核和质量安全“一票否决”制度，确保质量安全体系有效落地。

### 4、成本控制优势

报告期内公司按照规划，逐步对养殖模式进行了升级，提高了猪舍的自动化水平，公司、合作社、农户三方在养殖环节进行了深度合作。未来随着养殖模式升级完成，将大幅减少公司固定资产投入，相应减少公司财务费用，使公司回归轻资产运营模式。同时，自动化水平的提高将有效提高养殖效率，提升各方收益，有助于提升公司管理水平，降低生产运营成本，降低公司综合成本。

通过全产业链的布局，将各环节有效结合起来，减少中间环节，随着各业务产能的逐步释放，将有效控制综合成本。

### 5、三门峡雏鹰黑猪荣获国家生态原产地产品保护认证及有机转换认证

生态原产地产品保护认证是我国现阶段对生态原产品最高规格的认定保护，三门峡雏鹰黑猪是我国生猪养殖领域首个获得国家生态原产地保护的产品。受保护的生态原产地产品将



在政府采购、出口等方面享有优先地位。

此外，三门峡雏鹰黑猪还连续两届荣获由世界农场动物福利协会颁发的“福利养殖金猪奖”。20116年三门峡雏鹰黑猪获得由中国质量认证中心颁发的我国生猪养殖领域首个“有机转换认证证书”，这是三门峡雏鹰黑猪继“生态原产地产品保护认证”、“福利养殖金猪奖”之后获得的又一权威认证，对进一步提高雏牧香产品知名度，进入中高端市场奠定了坚实的基础。

#### 6、产品差异化优势

目前公司已形成鲜冻品、肉制品、高端发酵火腿三大产品系列，并根据自养生猪原料——绿色猪肉、生态黑猪肉、藏香猪肉的不同，进行了产品差异化研发，鲜冻品保留猪肉天然肉香，肉制品以成为中国人餐桌需求的整体供应商为发展目标，高端发酵火腿采用意大利帕尔玛工艺，满足不同客户的需求。同时，通过全产业链追溯系统，对公司全部产品实现全程可控，也为终端产品的安全提供了有效的保障。

公司引自意大利的年产15万只高端发酵火腿生产线正式投产启用，生产的火腿将与西班牙伊比利亚高端火腿形成中西两极辉映的高端竞争与互动格局，是公司进军高端产业的重要布局。这标志着我国肉制品产业结构得到进一步优化，也意味着公司在我省肉类产业布局上开启了高端化战略。

### 四、涉及财务报告的相关事项

#### 1、与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

#### 2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。



### 3、与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

本期新设子公司：雏鹰农牧集团（滑县）有限公司

根据公司 2015 年第三届董事会第三次（临时）会议决议，公司在河南省安阳市滑县设立全资子公司---雏鹰农牧集团（滑县）有限公司，注册资本 5,000 万元，并于 2016 年 2 月 26 日取得由滑县工商行政管理局颁发的统一社会信用代码为 91410526MA3X7CFP3M 的企业法人营业执照，法定代表人：侯建芳，经营范围：生猪养殖销售；生产销售；饲料、冷鲜肉、熟食。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

### 4、董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

☐ 适用 ☒ 不适用

雏鹰农牧集团股份有限公司

法定代表人：侯建芳

二〇一六年八月十日