

广东广弘控股股份有限公司

2024年度董事会工作报告

一、报告期内整体经营情况

2024年度，广弘控股面对复杂多变的内外部环境影响，全力以赴推动企业发展。报告期内，公司实现营业收入23.36亿元，实现归母净利润1.22亿元。截至2024年12月31日，公司总资产为62.55亿元，归属于上市公司股东的净资产为31.72亿元。

二、报告期内主要工作情况

（一）在经营效能上突破，取得发展实效

一是稳主业、促转型，激发食品冷链新动能。从“新服务”聚客流。面对复杂多变的市场环境，主动研判市场，及时调整客户结构，加大引入经营调理食品（含预制菜）客户，形成以调理食品为主体的客户结构。摸清客户需求，密切关注和掌握实业经营客户的主要诉求和经营动态，提升服务质量，营造安全舒心的实业经营环境，稳定客户群体。**从“新业务”获增量。**为增强风险抵御能力，提高食品板块终端市场控制力，加大招投标工作力度，配备专业冷链车辆及配送队伍，推动传统大宗冻品销售业务逐步向终端配送业务转型，服务近20余家大型机关团体客户。高效推动政企合作模式，承接信宜市10所院校5万多名师生2024学年的全品类食材供应配送业务，守护当地食品安全。**从“新渠**

道”强实力。进一步整合行业优势资源，提高行业议价能力，在上下游产销区拓宽购销渠道，夯实食品冷链行业龙头地位，为广州市场肉食供应提供有力保障。

二是强产业、拓销售，集聚家禽种业新势能。重点开拓全国大市场。**夯实产业根基。**河源中国国鸡种业基地顺利完成南海种禽狮山基地的产能转移，作为现代化、标准化、高起点的国家级国鸡种业基地，达产后将实现年产能 5000 万羽。**开拓国内大市场。**结合种禽市场需求，努力克服不利局面，开拓父母代合作新模式，与河南、山东等家禽养殖大省的优势企业建立深度合作关系，全年实现父母代种苗销售 70 多万套。结合地方饮食习惯，积极推动行业协作，优化涵盖售前、售中、售后的全流程技术服务，将弱势品种转为优势品种，加大力度推广南海黄品牌公鸡，凭借优异的生长速度等，受到了市场客户青睐，黄麻 4 号公鸡回购率达 100%。**助力“百千万工程”。**河源中国国鸡种业基地作为河源市贯彻落实“百千万工程”的重点项目，探索实施“3+3”产业发展模式，即“国有企业+镇村集体+行业企业”融入“种业上游、种养中游、终端下游”的产业发展模式。

三是扩产能、调结构，挖掘生猪养殖新潜能。生猪养殖产业需要实现一定规模才能有效控制成本，因此，在自建基地基础上，采用多种方式持续扩大产能规模，不断调整产品结构。**以轻资产实现产能快速扩张。**以租赁、合作经营等模式，以较少的投入、

较快的速度实现规模扩张，初步构建了立足珠三角，覆盖粤北、粤东的生产基地布局。以新基地带动产品结构优化。经过前期市场调研，兴宁生猪养殖基地打造成为蓝耳双阴场。根据市场需求及趋势，丰富生猪产品结构，构建涵盖猪苗、种猪、肉猪等多元产品矩阵，增强风险抵御能力。

（二）在科技运用上创新，锻造核心实力

一是深耕核心育种优势，发展新质生产力。践行“科技兴企”，推动种业新质生产力创新发展，推动种业技术创新。南海种禽顺应市场需求，加大育种工作力度，主动出击，引进“高精尖”博士人才，组建育种团队，充分运用新建的高标准实验室，加大检验检测力度，提升种苗性能，广弘3号小白鸡培育技术获得国家发明创造专利，国家畜禽新品种审定已上报国家农业农村部，并按专家反馈意见完善相关材料。2024年，完成省级项目1项、市级项目2项，申报省级项目2项。广弘农牧惠州基地顺利通过国家核心育种场性能测定验收，持续开展丹系种猪选育研发工作，进一步优化种群结构与种猪性能，2024年广东好种猪评选活动中，获评“卓越基因优秀长白猪奖”。

二是实施标准化生产，提高生产效率。南海种禽全面规范生产管理，构建严格的生物安全防治体系，编制《生产管理规范手册》，全面系统梳理了种禽养殖的操作规程及生产管理要求，为家禽生产提供科学、规范指导。结合对现代化孵化设备的运用，

温湿度控制更加精准，孵化率达 88.86%。广弘农牧推进批次化生产、标准化管理、5S 管理等融入一线生产，推动养殖模式模块化、标准化、数据化建设，大幅提升生产质量，产房仔猪存活率、肉猪存活率均同比增加。在兴宁基地探索三周批生产和背膘管理，后备母猪利用率达 95%，窝均活仔约为 12.9 头。

三是提升检验检测水平，守护食品安全。南海种禽在河源国鸡基地打造现代化、标准化的生物防控中心，实验室标准达行业水平，能够独立完成上百种检测项目，为公司的种禽饲养和种蛋孵化提供坚实的生物安全防控屏障。广弘农牧全面启用综合检测中心，将疫病检测时间从 2-3 天缩短至 1 天，提升了疫病快速反应能力。广弘食品升级改造食品安全检测中心，新增食品安全检测项目 10 项，打造食品安全基地，确保食品安全零事故。与华南农业大学食品学院对接，围绕食品研发、食品安全等领域探索建立“产学研”融合的长效机制，促成共研成果转化。

（三）在管理能力上提升，筑牢发展基石

一是以信息化为手段，提升管理效能。进一步深化广弘控股业务财务一体化平台，强化数据运用分析。广弘农牧搭建“总部+基地”的 1+N 运营监管平台。通过远程视频监管以及生产经营监管，实现生产运营全过程可见、可管、可控的目标；开发上线“弘智采”平台，规范采购流程，发挥集中采购优势，药物、疫苗单位采购成本同比均有所下降。广弘食品 12 月上线试运行“省

冷通”智慧管理系统，实现“立体导航+立体营销+立体服务”，赋能企业数字化转型发展。

二是以平台化为目标，提升品牌效应。改善经营环境，推动广弘食品西村五号大院改造升级项目，进一步优化经营环境和功能布局，满足客户需求；举办省冷食材美食嘉年华活动、荔湾区中小餐饮企业 2024 年度秋季私享会，推动产品展示和行业交流；与第三方公司共建岭南特色“时空隧道”，赋能“文化+市场”，打造现代化食品冷链产业综合园区优质交易平台，挖掘园区潜力，培育新型业态。广弘食品连续 15 年被认定为广东省农业龙头企业，连续 4 年被评为全国文明诚信经营示范市场的企业。

三是以规范化为基础，提供坚实保障。以党纪学习教育为契机，重新汇编上市公司内控制度，共梳理全部 126 份内控制度，其中完善修订 43 份内控制度，强化了公司内控制度宣贯与执行。严格落实“三重一大”制度，借助人资制度专项检查、合同管理检查、联合检查、安全生产检查等，将风险关口前移，不断规范所属企业人事、财务、法务、安全生产等管理体系，推进企业有序良好发展。

三、公司未来发展的展望

（一）未来发展战略

公司将贯彻落实关于“1213”战略目标和大食品产业发展布局，以畜禽养殖、食品冷链为核心，立足集采配供应链、服务助

农产业链、创造集采配价值链，积极布局食品工业，加强资本运作，实现大食品产业高质量发展。

（二）2025 年经营计划

一是加大“贸易+配送”力度，推动食品冷链向外出击。

加大板块资源整合力度，逐步扩大“贸易+配送”业务占比，调整业务发展定位，加强专业性人才队伍建设，充分利用供应链公司资质，在粤港澳大湾区拓展新的食品供应配送业务，提高企业竞争力和创收创利能力。复盘政企合作模式的成功经验，建立全品类食材配送项目的标准化服务体系，逐步扩大信宜市业务规模，并将信宜模式推广至其他地区。

二是夯实“总部+基地”管理，推动生猪板块向好发展。

不断强化总部管控职能，统筹优化内部资源配置，严格执行防疫计划，筑牢生物安全防线，不断提高生产质量与水平，结合市场需求，合理调整生猪产品结构及生产节奏。深化精细化管理，聚焦“算账经营”，不断降低生产成本，优化绩效考核模式，激发一线员工降本积极性和主动性。优化养殖结构和销售策略，推动销售重心转移，稳定客户资源，加大双阴种猪的推广力度，持续扩大广弘种猪品牌效应。大力拓展新兴渠道，与屠宰场、食品公司等建立直接对接关系，增加销售多元化发展途径，拓宽销售覆盖面。积极推进新圩育肥场项目进度，为现代化规模化养殖筑牢基石。

三是延伸“育种+屠宰”链条，推动家禽产业向阳而生。

稳抓市场行情，有序推进拳头产品市场占有率和新品种布局。持续开展广弘3号小白鸡改良工作，跟踪客户生产数据和市场反馈，增加市场认知度和接受度。继续加强黄麻鸡品牌建设，加强黄麻鸡4号的推广工作。积极推进信宜怀乡鸡产业园项目，切入家禽屠宰领域，开展冰鲜鸡的销售业务，开拓区域企事业、学校等大型机关团体客户，拓展钱大妈、盒马生鲜等终端销售渠道，将产业链向终端延伸。

广东广弘控股股份有限公司董事会
二〇二五年四月二十八日