

Nông nghiệp Hòa Phát nửa đầu năm 2026: Lợi thế từ chuỗi cung ứng khép kín

16:22 11/07/2026

Khép lại sáu tháng đầu năm 2026, Nông nghiệp Hòa Phát ghi nhận kết quả ấn tượng khi xuất bán hơn 212.000 con heo và tiêu thụ gần 177.000 tấn thức ăn chăn nuôi. Việc kiên định với mô hình chuỗi khép kín không chỉ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chi phí mà còn củng cố vững chắc vị thế trên bản đồ nông nghiệp quốc gia.

Lũy kế nửa đầu năm, tổng lượng thức ăn chăn nuôi Nông nghiệp Hòa Phát (HPA) cung cấp ra thị trường và sử dụng nội bộ đạt gần 177.000 tấn. Tính riêng quý II/2026, lượng tiêu thụ ghi nhận hơn 90.500 tấn, đưa tổng tiêu thụ trong quý tăng gần 5% so với quý trước đó. Cơ cấu phân bổ cho thấy sự cân bằng chiến lược khi lượng phân phối ra thị trường thương mại tự do đạt gần 92.000 tấn, tăng 9% so với cùng kỳ năm 2025, phần còn lại hơn 85.000 tấn được cung ứng trực tiếp để phục vụ hệ thống trang trại nội bộ của công ty.

Thông qua mạng lưới hơn 600 đại lý phân phối trên toàn quốc, HPA đang từng bước khẳng định chất lượng sản phẩm chuẩn mực. Đặc biệt, nhằm đáp ứng các quy định mới chính thức có hiệu lực từ ngày 01/01/2026, toàn bộ thức ăn chăn nuôi của hãng đều cam kết không sử dụng kháng sinh phòng bệnh và chất kích thích sinh trưởng. Các khẩu phần dinh dưỡng tối ưu này đều trải qua quá trình kiểm chứng khắt khe trên đàn heo DanBred và gà Hy Line quy mô lớn tại các trang trại nội bộ trước khi được thương mại hóa ra thị trường.



Sản lượng thức ăn chăn nuôi phân phối ra thị trường đạt gần 92.000 tấn, tăng 9% so với cùng kỳ 2025, hơn 85.000 tấn còn lại cung cấp cho các trang trại nội bộ. Ảnh: HPG

Ở mảng chăn nuôi, sản lượng heo xuất bán trong nửa đầu năm ghi nhận con số tích cực với hơn 212.000 con. Khối lượng này bao gồm hơn 140.000 heo thịt thương phẩm, hơn 72.000 heo cai sữa và gần 1.200 heo giống hậu bị. Đáng chú ý, trong quý II, lượng heo thịt thương phẩm đạt gần 76.000 con, tăng mạnh 17% so với quý đầu năm. Dù lượng heo cai sữa bán ra có sự sụt giảm nhẹ xuống mức hơn 26.300 con, nguyên nhân chủ yếu đến từ việc công ty chủ động điều tiết, giữ lại con giống để đẩy mạnh quy mô đàn nuôi tại trại Minh Đức. Trong khi đó, lượng heo hậu bị cung ứng ra thị trường tăng gấp hơn hai lần so với quý trước.

Thành quả này xuất phát từ việc HPA đang vận hành hiệu quả 8 trang trại quy mô lớn với tổng cộng 25.000 heo nái. Công ty hiện làm chủ 100% nguồn gen từ cấp Cự ky, Bố mẹ đến thương phẩm theo tiêu chuẩn DanBred của Đan Mạch. Nhờ đó, năng suất sinh sản tại các trang trại đạt mức vượt trội từ 33 đến 34 con cai sữa trên mỗi nái trong một năm, cao gấp rưỡi mức trung bình của toàn ngành chăn nuôi Việt Nam hiện nay.



Với chăn nuôi heo, sản lượng xuất bán nửa đầu năm gồm hơn 140.000 con heo thịt thương phẩm, hơn 72.000 con heo cai sữa và gần 1.200 con heo hậu bị. Ảnh: HPG

Lĩnh vực chăn nuôi gia cầm tiếp tục duy trì phong độ ổn định với 170,7 triệu quả trứng gà được thu hoạch và xuất bán trong sáu tháng đầu năm, tăng gần 2% so với cùng kỳ. Trung bình mỗi ngày, HPA cung cấp cho thị trường gần 1 triệu quả trứng thông qua các hệ thống siêu thị, chợ truyền thống, trường học, nhà máy thực phẩm, đồng thời đẩy mạnh xuất khẩu sang Lào và Campuchia. Kênh phân phối đa dạng và sản lượng dồi dào giúp doanh nghiệp vững vàng ở vị trí số một về thị phần trứng gà sạch tại miền Bắc.



Mảng trứng gà duy trì ổn định với sản lượng 6 tháng đạt 170,7 triệu quả, tăng gần 2% so với cùng kỳ. Ảnh: HPG

Trong khi đó, mảng chăn nuôi bò thịt ghi nhận hơn 10.000 con xuất chuồng lũy kế nửa đầu năm. Trước những khó khăn chung về nguồn cung trên thị trường quốc tế, công ty đã chủ động giảm nhịp xuất bán trong quý II xuống còn hơn 2.600 con, đồng thời tìm kiếm mở rộng các nguồn cung mới ngoài bò Úc để duy trì hiệu quả vận hành và sản lượng dài hạn.

Với đà tăng trưởng khả quan, Nông nghiệp Hòa Phát đặt mục tiêu doanh thu 7.200 tỷ đồng và kỳ vọng mức lợi nhuận sau thuế đạt 1.005 tỷ đồng cho năm tài chính 2026. Định hướng trọng tâm của doanh nghiệp trong giai đoạn tới là tiếp tục mở rộng hoạt động chăn nuôi heo và gia tăng công suất tiêu thụ mảng thức ăn chăn nuôi.

HPA kiên định theo đuổi mô hình kinh doanh khép kín từ khâu sản xuất thức ăn, tự chủ nguồn con giống chất lượng cao đến chăn nuôi thương phẩm. Đây được xem là chiến lược cốt lõi sống còn giúp công ty quản trị tốt rủi ro dịch bệnh, kiểm soát chặt chẽ chi phí đầu vào và duy trì mức biên lợi nhuận ổn định. Trải qua hơn một thập kỷ kiến tạo, Nông nghiệp Hòa Phát đã xác lập vị thế vững chắc khi lọt top 10 về quy mô đàn nái và top 13 doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi lớn nhất Việt Nam, đồng thời giữ vững vị thế đầu tàu trong việc cung cấp bò Úc và trứng gà sạch tại khu vực phía Bắc.

Tuấn Ngọc