



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国肉牛产业投资报告

# 一、调研说明

《中国肉牛产业投资报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/132599.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

中文价格：RMB 40000 英文价格：RMB 50000 研究背景

中国是世界第三大肉牛生产国，年产牛肉700万吨以上；但市场主体是小型养殖户和个体屠宰者，大型养殖场和屠宰企业市场份额极低；反映在产品上就是绝大多数产品是室温鲜牛肉，冷鲜牛肉、冻牛肉和牛肉制品极少。同时，受母牛养殖效益差影响，近年来中国能繁母牛存栏持续下降，导致中国牛肉产量将从2008年开始下降，至2012年方能恢复。

2007年国内大中小型屠宰肉牛企业约1000家，屠宰能力1200万头左右，产能占全国肉牛出栏量的20%左右；单个企业最高屠宰量15万头；总产量不到100万吨，只占全国牛肉总产量的13%左右。

受肉牛存栏下降影响，大型肉牛屠宰企业活牛收购困难，上市公司福成五丰2007年屠宰量下降严重；其他大型肉牛屠宰企业也存在类似情况，产能利用率甚至只有20%左右。随着肉牛存栏的继续下降，大型企业活牛收购问题将更加严重，部分企业将开始亏损。肉牛屠宰行业整合潜力巨大，因此尽管产能利用率低，但是大型企业依然投资扩大屠宰能力。如国内最大的肉牛屠宰企业吉林皓月集团计划到2010年将屠宰能力提高到100万头。

与2007年国内猪源紧张导致大型生猪屠宰企业境遇类似，以及考虑到近年来国内私宰牛肉注水问题严重，预计国家将对肉牛个体屠宰和小型屠宰企业进行整治，这样大型企业的牛源问题将得到部分解决；另外，2007年河北省颁布了《牛羊鸡定点屠宰管理暂行办法》并于同年4月1日开始实施，该办法限制了肉牛屠宰企业的资格和数量；在未来牛源更加紧张的背景下，可以预见将会有更多的地方出台肉牛定点屠宰法规，有利于大型肉牛屠宰企业的发展。同时，受当地大型肉牛屠宰企业游说，黑龙江省部分地区已经出台了针对能繁母牛养殖的补贴政策，虽然补贴力度不大导致政策效果差，但预计今后补贴力度将会加大，并且将有更多的地方出台能繁母牛养殖的扶持政策。这将遏制中国能繁母牛存栏持续下降的势头，并促进中国肉牛存栏的恢复。

本报告中分析了2000-2017年中国牛肉消费和供给形势，并结合肉牛屠宰加工行业以及整个产业链的现状，对比美国和巴西肉牛加工业形态，尤其是通过快速国际并购而成为全球最大牛肉加工企业的巴西JBS公司，指出了中国肉牛屠宰加工行业的投资机会，也为中国肉牛屠宰加工行业的投资价值做出了较为科学的判断。

### 目 录

#### 1中国肉牛产业政策环境及展望 1

##### 1.1粮食生产政策 1

##### 1.2养殖业环保政策 2

##### 1.3肉牛养殖及加工产品流通政策 2

1.4畜牧业发展政策	3
1.5肉牛养殖国家扶持政策	3
1.6饲料工业发展政策	4
1.7肉牛屠宰政策	5
1.8牛肉产品的贸易政策	5
1.9肉牛产业政策环境综合评价	6
2中国肉牛产业发展现状	7
2.1肉牛产业现状	7
2.2肉牛品种	7
2.3肉牛存栏	8
2.4牛肉消费	9
2.5牛肉产品	10
2.6肉牛屠宰企业	11
2.7牛肉贸易	11
3中国牛肉消费分析	13
3.1居民肉类消费趋势	13
3.2牛肉消费结构及其发展趋势	14
3.3牛肉的家庭消费前景	16
3.3.1居民家庭食品消费结构及其发展趋势	16
3.3.2收入增长对牛肉家庭消费的影响	18
3.3.3人口刚性增长对牛肉家庭消费的影响	19
3.3.4城市化对牛肉家庭消费的影响	20
3.3.5未来中国牛肉家庭消费增长潜力预测	21
3.4牛肉的户外消费前景	22
3.4.1收入增长对牛肉户外消费的影响	22
3.4.2人口增长对牛肉户外消费的影响	24
3.4.3城市化对牛肉户外消费的影响	24
3.4.4中国牛肉户外消费增长潜力预测	25
3.5牛肉的加工业消费前景	25
3.5.1牛肉加工品在肉制品中的比重	25
3.5.2牛肉加工品的主要形态	27
3.5.3牛肉产品加工能力	27

3.5.4牛肉加工业需求增长潜力预测	28
3.6高档牛肉及其制品消费	30
3.6.1高档牛肉消费分析	30
3.6.2高档牛肉产品消费分析	30
3.6.3高档牛肉进口分析	31
3.7牛肉出口前景	33
3.7.1全球主要牛肉贸易国家	33
3.7.2中国牛肉出口目的地国家和地区	35
3.7.3中国牛肉出口的主要竞争对手及目标市场容量	35
3.7.4国际牛肉生产成本对中国牛肉出口的影响	37
3.7.5中国主要出口市场贸易政策对中国牛肉出口的影响	37
3.7.6中国牛肉出口需求预测	37
3.8替代品和价格对牛肉消费的影响	38
3.9疫情等其他不确定因素对未来中国牛肉消费的影响	39
3.10中国牛肉需求增长潜力综合评价及预测	41
4中国牛肉供给分析	42
4.1肉牛存出栏	42
4.1.1母牛存栏分析	42
4.1.2肉牛存出栏量	43
4.1.3肉牛存出栏结构	45
4.1.4养殖场出栏规模结构	47
4.2农牧区肉牛供给	48
4.2.1农区肉牛供给分析	48
4.2.2牧区肉牛供给分析	50
4.2.3农牧区肉牛供给展望	50
4.3各肉牛带供给分析	51
4.3.1东北肉牛带供给分析	51
4.3.2中原肉牛带供给分析	52
4.3.3西北肉牛带供给分析	53
4.3.4南方肉牛带供给分析	54
4.3.5各肉牛带供给展望	54
4.4牛肉产量	55

4.4.1牛肉产量及其结构	55
4.4.2中国鲜冷冻牛肉产量	57
4.4.3中国高中低档牛肉产量	58
4.5饲料供给约束下肉牛养殖量增长潜力	59
4.6牛肉贸易对中国肉牛养殖的影响	60
4.7牛肉供给前景	60
5中国牛肉供需平衡分析	61
5.1牛肉价格走势	61
5.2牛肉大量进口的可能性	62
5.3牛肉出口	62
5.4未来牛肉消费潜力与实际消费量	63
5.4.1家庭牛肉消费潜力与实际消费	63
5.4.2牛肉户外消费潜力与实际消费	64
5.4.3牛肉加工业消费潜力与实际消费	65
5.5未来牛肉供需平衡分析	66
6中国肉牛生产成本和效益	67
6.1肉牛产业价值链的成本收益分析	67
6.1.1饲料生产	68
6.1.2种牛养殖	69
6.1.3肉牛养殖	70
6.1.3.1不同区域	70
6.1.3.2不同规模	71
6.1.4肉牛屠宰	72
6.1.4.1手工屠宰和私宰点	72
6.1.4.2大型屠宰企业	72
6.1.5牛肉制品	73
6.2肉牛产业链结构	74
6.2.1产值结构	72
6.2.2利润结构	73
6.3肉牛产业价值链利益分配的合理性评价	75
6.4肉牛产业价值链利益分配对产业发展的影响	75
7中国肉牛养殖在国际上的地位及成本比较	76

7.1中国肉牛养殖的国际地位	76
7.2美国的肉牛养殖及成本	77
7.2.1肉类消费结构	77
7.2.2肉牛养殖规模	77
7.2.3肉牛养殖成本	78
7.2.4牛肉批发价格	78
7.3巴西的肉牛养殖及成本	79
7.3.1肉类消费结构	79
7.3.2肉牛养殖规模	79
7.3.3肉牛养殖成本	80
7.3.4牛肉批发价格	80
7.4澳大利亚的肉牛养殖及成本	81
7.4.1肉类消费结构	81
7.4.2肉牛养殖规模	81
7.4.3肉牛养殖成本	82
7.4.4牛肉批发价格	82
7.5加拿大的肉牛养殖及成本	83
7.5.1肉类消费结构	83
7.5.2肉牛养殖规模	83
7.5.3肉牛养殖成本	84
7.5.4牛肉批发价格	85
7.6中国肉牛养殖成本和牛肉价格的国际比较	85
8中国肉牛屠宰加工行业及特定企业分析	86
8.1肉牛行业概况	86
8.1.1行业规模	86
8.1.2行业利润	86
8.1.3企业类型	88
8.1.4产能及布局	88
8.1.5技术和产品	89
8.1.6销售渠道	89
8.2大型肉牛加工企业营运分析	89
8.2.1原料采购	89

8.2.2	产品生产	90
8.2.3	产品销售	91
8.2.4	市场竞争	92
8.3	福成五丰分析	94
8.3.1	原料供给	94
8.3.2	产品生产	95
8.3.3	产品销售	96
8.3.4	财务指标	97
8.4	肉牛产业发展的综合评价	97
8.4.1	驱动力	97
8.4.2	风险因素	98
8.5	牛肉加工行业发展前景	99
9	中国肉牛屠宰加工行业投资分析	100
9.1	大企业产生的可能性	100
9.2	投资机会分析	103
9.3	投资价值分析	106
9.3	投资策略分析	110
10	美国肉牛加工行业及特定企业	110
10.1	肉牛加工行业	110
10.2	泰森食品公司	111
10.2.1	活牛采购	111
10.2.2	牛肉产品	112
10.2.3	销售收入	113
10.2.4	销售利润	114
10.2.5	品牌战略	115
10.3	史密斯菲尔德食品公司	116
10.3.1	活牛采购	116
10.3.2	牛肉产品	117
10.3.3	销售收入	118
10.3.4	销售利润	119
10.3.5	品牌战略	120
11	巴西肉牛加工行业及特定企业	122



11.1肉牛加工行业	122
11.2 JBS-Friboi公司	123
11.2.1购并历程	123
11.2.2活牛采购	125
11.2.3牛肉产品	125
11.2.4销售收入	126
11.2.5销售利润	127
11.2.6品牌战略	128

图 目 录图1，1998-2008年中国肉牛存栏量 8

图2，2007年中国牛存栏品种结构 9

图3，2007年中国肉牛存栏中不同期限和性别牛种结构 9

图4，2007年中国牛肉消费结构 10

图5，2007年中国不同形式的牛肉产品结构 11

图6，2007年中国牛肉进口的产品结构 12

图7，2007年中国牛肉出口的产品结构 12

图9，2000-2008年中国牛肉制品产量变化趋势 15

图10，2000-2008年中国各渠道牛肉消费量 15

图11，2000-2008年中国城镇和农村地区牛肉消费量 16

图12，1990-2008年中国居民家庭食品消费量 16

图13，1990-2008年中国居民家庭食品消费指数（1990年指标为1） 17

图14，2007年中国居民家庭食品消费结构 17

图15，2000-2008年中国城镇居民实际收入指数、牛肉家庭消费指数和牛肉购买支出指数  
（2000年指标为1） 18

图16，2000-2006年中国不同收入城镇居民牛肉家庭消费指数（2000年指标为1） 19

图17，2000-2008年中国人口指数和牛肉家庭消费量指数（2000年指标为1） 20

图18，2000-2008年中国城市化对牛肉家庭消费的影响 21

图19，2013年和2017年中国牛肉家庭消费增长结构 22

图20，2000-2008年中国人均实际收入和在外就餐支出 23

图21，2000-2008年中国城镇和农村居民人均在外就餐支出 24

图22，2000-2008年中国居民实际收入指数和牛肉户外消费量指数（2000年指标为1） 25

图23，2000-2008年中国城市化对牛肉户外消费的影响 26

图24 , 2000-2008年中国人口指数和牛肉户外消费量指数 ( 2000年指标为1 ) 27

图25 , 2013年和2017年中国牛肉户外消费增长结构 28

图26 , 2000-2008年中国各牛肉制品产量 28

图27 , 2000-2008年中国各牛肉制品净牛肉消耗量 29

图28 , 2000-2008年中国各种牛肉制品产量 29

图29 , 2013年和2017年中国牛肉制品增长结构 30

图30 , 2000-2008年中国冷鲜牛肉和低温牛肉制品消费量 31

图31 , 2007年中国牛肉进口的产品结构 32

图32 , 2007年中国鲜冷牛肉进口来源地结构 32

图33 , 2007年中国冻牛肉进口来源地结构 33

图34 , 2000-2008年中国牛肉进口量 33

图35 , 2007年全球主要牛肉出口国家和地区 35

图36 , 2007年全球主要牛肉进口国家和地区 35

图37 , 2007年中国鲜冷牛肉出口的目的地结构 35

图38 , 2007年中国冻牛肉出口的目的地结构 36

图39 , 2007年中国活牛出口的目的地结构 36

图40 , 1997-2008年中国牛肉和鸡肉零售价格走势 38

图41 , 2000-2008年中国牛肉和鸡肉人均家庭消费数量 39

图42 , 2013和2017年中国牛肉家庭消费、户外消费和加工业消费对牛肉总消费的贡献 40

表1 , 2000-2017年中国牛肉供需平衡表 41

图43 , 2000-2008年中国能繁母牛存栏 42

图44 , 2000-2008年中国黄牛、奶牛和水牛存栏量 43

图45 , 2000-2008年中国黄牛、水牛、淘汰种牛和淘汰奶牛出栏量 44

图46 , 2000-2008年中国低端、中低端和高端肉牛出栏量 45

图47 , 2007年中国牛存栏品种结构 46

图48 , 2007年中国出栏肉牛的品种结构 46

图49 , 2007年中国低端肉牛出栏结构 47

图50 , 2000-2008年中国不同规模的肉牛养殖场 ( 户 ) 出栏结构 47

图51 , 2000-2008年中国不同规模肉牛养殖场 ( 户 ) 出栏指数 ( 2000年指标为1 ) 48

图52 , 2000-2008年中国农区肉牛出栏量 49

图53 , 2007年中国农区肉牛出栏的地区结构 49

图54 , 2000-2008年中国牧区肉牛出栏量 50

图55 , 2007年中国牧区肉牛出栏的地区结构 50

图56 , 2000-2008年中国东北肉牛带肉牛出栏量 51

图57 , 2007年中国东北肉牛带肉牛出栏的地区结构 51

图58 , 2000-2008年中国中原肉牛带肉牛出栏量 52

图59 , 2007年中国中原肉牛带肉牛出栏的地区结构 52

图60 , 2000-2008年中国西北肉牛带肉牛出栏量 53

图61 , 2007年中国西北肉牛带肉牛出栏的地区结构 53

图62 , 2000-2008年中国南方肉牛带肉牛出栏量 54

图63 , 2007年中国南方肉牛带肉牛出栏的地区结构 54

图64 , 2000-2008年中国各肉牛带肉牛出栏量 54

图65 , 2000-2008年中国各牛种牛肉产量 55

图66 , 2007年中国各品种牛肉产量结构 57

图67 , 2000-2008年中国鲜冷冻牛肉产量 57

图68 , 2000-2008年中国高中低档牛肉产量 58

图69 , 2000-2008年中国各低档牛肉产量 58

图70 , 1991-2007年中国工业饲料产量 59

图71 , 2007年中国工业饲料产量的动物品种结构 59

图72 , 2007年中国工业饲料动物品种结构（折合全价料） 60

图73 , 2007年黑龙江、山东和宁夏地区肉牛养殖成本效益比较 70

图74 , 2007年中国散养户肉牛养殖成本构成（不计人工费用） 71

图75 , 2007年中国规模养殖场肉牛养殖成本构成 71

图76 , 2007年散养肉牛和规模养殖肉牛成本收益比较 71

图77 , 2007年中国散养户肉牛养殖成本构成（不计人工费用） 76

图78 , 2007年美国人均肉类消费结构 77

图79 , 2007年美国肉牛出栏的规模结构 77

图80 , 2007年美国肉牛养殖成本结构 78

图81 , 2000-2007年美国牛肉批发价格 78

图82 , 2007年巴西人均肉类消费结构 79

图83 , 2007年巴西肉牛出栏的规模结构 79

图84 , 2007年巴西肉牛养殖成本结构 80

图85 , 2000-2007年巴西牛肉批发价格 80

图86 , 2007年澳大利亚人均肉类消费结构 81

图87 , 2007年澳大利亚肉牛出栏的规模结构 81

图88 , 2007年澳大利亚肉牛养殖成本结构 82

图89 , 2000-2007年澳大利亚牛肉批发价格 82

图90 , 2007年加拿大人均肉类消费结构 83

图91 , 2007年加拿大肉牛出栏的规模结构 83

图92 , 2007年加拿大肉牛养殖成本结构 84

图93 , 2000-2007年加拿大牛肉批发价格 85

图94 , 2000-2007年中国、美国、巴西、澳大利亚和加拿大鲜牛肉批发价格 85

图95 , 2000-2007年中国肉牛行业产值和销售额 86

图96 , 2000-2007年中国肉牛行业产业链产值结构 86

图97 , 2007年中国肉牛屠宰加工企业产能构成 88

图98 , 2007年中国肉牛屠宰加工企业产量构成 88

图99 , 2007年中国肉牛行业产能的地区分布 88

图100 , 2000-2007年中国肉牛行业产品构成 89

图101 , 2007年中国大型肉牛屠宰加工企业产品结构 90

图102 , 2007年中国大型肉牛屠宰加工企业产品销售渠道 91

图103 , 2007年福成五丰活牛来源结构 94

图104 , 2007年福成五丰产品结构 95

图105 , 2007年福成五丰销售收入构成 96

图106 , 2007年福成五丰利润构成 96

图107 , 2000-2017年中国冷鲜牛肉产量 100

图108 , 2000-2017年中国冻牛肉产量 100

图109 , 2000-2017年中国牛肉制品产量 102

图110 , 2000-2017年中国肉牛行业产值和利润 106

图111 , 2007年美国肉牛行业产品结构 110

图112 , 2007年美国肉牛行业公司产量结构 110

图113 , 2007年泰森食品产品结构 111

图114 , 2007年泰森食品收入结构 112

图115 , 2007年泰森食品利润结构 113

图116 , 2007年史密斯菲尔德食品产品结构 116

图117 , 2007年史密斯菲尔德食品收入结构 117

图118 , 2007年史密斯菲尔德食品利润结构 118

图119 , 2007年巴西肉牛行业产品结构 122

图120 , 2007年巴西肉牛行业公司产量结构 122

图121 , 2007年JBS产品结构 125

图122 , 2007年JBS收入结构 126

图123 , 2007年JBS利润结构 127

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132599.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。