



www.leadleo.com

2020年 中国肉牛行业概览

概览标签：畜牧业、肉牛、农业

报告主要作者：周天恩
2020/02

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容。若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区企业孵化服务**

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

郭先生：15121067239

李先生：18916233114

概览摘要

肉牛是以生产牛肉为主的牛，中国肉牛行业正逐渐建立专业化、集约化肉牛养殖模式。中国肉牛市场的供给由国产与进口两部分构成，进口牛肉占中国总消费量的比例逐渐提升。随着冷链物流体系逐步完善，中国肉牛行业市场潜力逐渐提升。此外，行业遗传育种与繁殖领域取得进展，并通过杂交育种优化肉牛性能，业内多方面技术实现突破，行业效益增幅明显。2019年，由于猪瘟疫情及局部地区禽流感影响，牛肉作为肉类替代品在价格与需求量方面同时增长，促使中国肉牛市场规模明显增加，达到5,880.6亿元。受消费市场量价齐升势头推动，中国肉牛行业未来增长空间乐观，其中高端牛肉产品市场近年需求量增速明显，产品市场尚存较大潜力。未来，中国消费者对牛肉需求量稳步增加将推动中国肉牛市场规模持续小幅增长，预计2024年市场规模将超过7,600.0亿元。

◆ 肉牛行业增长空间乐观

2010年至今，牛肉消费市场呈现量价齐升的势头。牛肉零售价格不断增长，从2010年的33.0元/千克上涨到2019年末的70.3元/千克，增幅巨大。2019年中国牛肉年消费量为925.0万吨，终端消费规模超6,500.0亿元，消费市场呈现量价齐升的势头，市场潜力巨大。

◆ 产区转移且实现功能分化

随着牛肉价格的不断升高，肉牛供给的缺乏，南方丰富的草山草坡和秸秆资源及各具特色的地方肉牛品种资源，使“北牧南移”成为了现实，发展南方草地养牛业具有巨大潜力和发展空间，“北牧南移”将成为中国肉牛行业发展的新增长点。

◆ 新肉牛养殖模式推动产业转型加速

肉牛散养户组成合作组织开展自繁自育和屠宰加工，并与大型超市、餐饮企业直接对接的新模式将会在农区逐渐兴起，肉牛企业可有效分散肉牛养殖风险。“互联网+肉牛养殖”等具有互联网时代特色的肉牛行业模式不断涌现，新模式在中国肉牛企业中的应用有望加深，有助于提高企业核心竞争力，促使产业转型加速。

企业推荐：

科尔沁牛业、恒阳牛业、中和澳亚



目录

◆ 名词解释	-----	06
◆ 中国肉牛行业定义及分类	-----	08
◆ 中国肉牛行业发展历程	-----	11
◆ 中国肉牛行业产业链分析	-----	12
• 上游分析	-----	13
• 中游分析	-----	14
• 下游分析	-----	15
◆ 中国肉牛行业市场现状分析	-----	16
◆ 中国肉牛行业市场规模分析	-----	18
◆ 中国肉牛行业驱动因素分析	-----	19
◆ 中国肉牛行业投资风险分析	-----	21
◆ 中国肉牛行业政策法规分析	-----	22
◆ 中国肉牛行业发展趋势分析	-----	23
◆ 中国肉牛行业竞争格局分析	-----	25
◆ 中国肉牛行业投资企业推荐	-----	26
• 科尔沁牛业	-----	26
• 恒阳牛业	-----	28
• 中和澳亚	-----	30
◆ 方法论	-----	32
◆ 法律声明	-----	33

名词解释 (1/2)

- ◆ **役用牛**：农民在生产实践中用于耕作的牛。
- ◆ **存栏**：肉用家畜在饲养中用于统计的牲畜数量。
- ◆ **出栏率**：肉用家畜每年上市量在存栏量中所占的百分率，是衡量一个国家或一个地区养猪、牛等家畜生产水平的一个重要指标。出栏率等于年出栏数与存栏数的比值。
- ◆ **能繁母牛**：16月龄左右，体重在350-450kg之间，性成熟、淘汰前的母牛。
- ◆ **种牛**：具有优良遗传基因的公牛。
- ◆ **粗放管理**：不计成本与效率（效益）的粗疏、不细致的管理方式。
- ◆ **非洲猪瘟**：此处特指2018年至2019年在中国流行的生猪感染非洲猪瘟病毒的疫情。这是非洲猪瘟自东欧扩散后，首次进入东亚地区。
- ◆ **禽流感**：病毒引起的动物传染病，通常只感染鸟类、禽类。
- ◆ **饲料需求率**：肉牛的每天的干物质摄入量与日增重质量的比值，饲料需求率越低则代表肉牛饲养越有价值。
- ◆ **规模养殖**：生产单位或专业户在一定的环境条件下,以商品生产为基本特征,通过对资金、技术、管理等生产力诸多要素的增加,质量的提高和结构的调整,在稳定和提高生产效率的基础上,取得规模经济效益的养殖生产经营方式。
- ◆ **冷链运输**：在运输全过程中，无论是装卸搬运、变更运输方式、更换包装设备等环节。都使所运输货物始终保持一定温度的运输。
- ◆ **育种**：通过创造遗传变异、改良遗传特性，以培育优良动植物新品种的技术。
- ◆ **一胎双犊技术**：通过人工授精、胚胎移植使母牛一胎生出两头牛犊的技术。
- ◆ **冰温保鲜**：从0℃开始到生物体冻结温度为止的温域，在这一温域保存储藏农产品、水产品等，可使其保持刚刚摘取的新鲜度。
- ◆ **微冻处理**：指二十世纪六七十年代发展起来的在渔船上贮藏渔获物的一种保鲜技术，相对于传统冷藏，此技术能明显延长水产品货架期1.5-4倍。其是指在生物体冰点（冻结点）和冰点以下1-2℃之间的温度带轻度冷冻贮藏，也叫部分冷冻和过冷却冷藏。
- ◆ **低场核磁共振**：核磁共振是磁矩不为零的原子核，在外磁场作用下自旋能级发生塞曼分裂，共振吸收某一定频率的射频辐射的物理过程。核磁共振波谱学是光谱学的一个分支，其共振频率在射频波段，相应的跃迁是核自旋在核塞曼能级上的跃迁。低场核磁共振特指在低频率的射频辐射。

名词解释 (2/2)

- ◆ **和牛**：对于日本黑毛和种、红毛和种、无角和种和日本短角和种4个品种的食用肉牛的统称。由于和牛的独特味道与质感，令和牛价格比其他肉牛价格高。
- ◆ **高光谱技术**：高光谱成像技术是基于非常多窄波段的影像数据技术，它将成像技术与光谱技术相结合，探测目标的二维几何空间及一维光谱信息，获取高光谱分辨率的连续、窄波段的图像数据。目前高光谱成像技术发展迅速，常见的包括光栅分光、声光可调谐滤波分光、棱镜分光、芯片镀膜等，可应用在食品安全、医学诊断、航天领域等领域。
- ◆ **“北牧南移”**：推动畜牧业主体由中国北方迁移到南方的政策。
- ◆ **“互联网+肉牛养殖”**：特征包括肉牛养殖过程实现生产信息化、智能化、现代化管理，活牛和牛肉产品可通过网上交易、质量可追溯，用户可实时查看企业生产运行情况的肉牛养殖模式。
- ◆ **温室气体**：温室气体指的是大气中能吸收地面反射的长波辐射，并重新发射辐射的一些气体，如水蒸气、二氧化碳、大部分制冷剂等。它们的作用是使地球表面变得更暖，类似于温室截留太阳辐射，并加热温室内空气的作用。这种温室气体使地球变得更温暖的影响称为“温室效应”。

中国肉牛行业——定义及分类（1/3）

肉牛可提供多种肉类食品及副食品，中国肉牛行业起步较晚，正逐渐从传统养殖模式过渡到新兴的专业集约化养殖模式

肉牛定义及养殖模式分类



肉牛即肉用牛，是一类以生产牛肉为主的牛。肉用牛的特点是体躯丰满、增重速度快、饲料利用率高、产肉性能好、肉质口感好等，能够提供肉类食品和其他副食品。
牛肉是指从牛身上得到的肉，为常见的肉品之一。牛的肌肉部分可制作成牛排、牛肉块或牛仔骨，也可与其他的肉混合做成香肠制品。牛的其他可食用部位包括牛尾、牛内脏、牛舌等，而牛骨可用做饲料。

中国肉牛养殖模式

分类	示例图片	特征	优势	劣势	发展趋势
传统农区养殖模式		主要利用农民的役用牛和奶牛养殖中被淘汰的牛	农户秸秆资源比较丰富，以秸秆作为饲料，养殖成本较低	养殖规模小，养殖技术水平低，肉牛生长速度慢，肉牛的出栏率、屠宰率和牛肉品质等各项性状指标都较低	随着中国牛肉消费需求的快速增长和中国农业生产机械化的普及程度加深，未来传统的肉牛养殖规模将逐渐降低
牧区养殖模式		一般采用放牧养殖，主要利用牧区的天然牧草资源养殖	肉质较好，同时肉牛的代谢物可作为牧草生长的有机肥料，形成有序的循环生态链	中国的牧区养殖存在超载放牧和掠夺式生产的情况，导致草场退化、环境恶化等问题	环境诉求导致牧区肉牛养殖模式占比逐渐降低
新兴的专业化、集约化养殖模式		一般通过大型肉牛养殖企业或“企业+农户”联合养殖生产	- 出栏率较高，出栏速度快，牛肉品质较好 - 通过杂交改良培育成更加适合中国养殖环境的品种，如云南的云岭牛 - 通过规模化生产、专业化加工可扩大肉牛产量、提升品质	- 中国起步较晚，尚需时间发展 - 肉牛养殖农户分散，“企业+农户”联合养殖模式短期内难以推广	- 专业化、集约化模式占比将逐渐增加 - 集约化养殖将保持规模化发展

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业——定义及分类（2/3）

中国肉牛种类包括进口肉牛、本土肉牛及杂交肉牛三种，杂交肉牛为现阶段养殖品种最多的种类，中国肉牛主要饲养方法为谷物饲养

肉牛品种及主要饲养方法

中国肉牛主要品种

分类	肉牛品种	特征
进口肉牛	西门塔尔	原产于瑞士，是乳肉兼用品种。成年母牛难产率低，适应性强，耐粗放管理。引入中国之后，杂交一代的生产性能可提高30%以上
	夏洛莱	原产于法国中西部，是世界知名的大型肉用牛品种。其生长快、出肉量多、体型大、耐粗放管理，被输往世界许多国家进行肉牛育种杂交
	利木赞	原产于法国中部利木赞高原，是专门化的大型肉牛品种。其产肉性能高，前后肢肌肉丰满，出肉率高
	安格斯	原产于英国苏格兰地区东北部，是黑色无角品种，躯体矮而结实、肉质好、出肉率高，是一种小型肉牛品种
本土肉牛	秦川牛	原产于陕西省中部，体型大、役力强，产肉性能良好，易于育肥，肉质细致，瘦肉率高
	南阳牛	体型大，肉质细，脂肪量高，皮质优良。南阳牛毛色分黄、红、草白三种，役用性能、肉用性能俱佳
	鲁西牛	原产于山东省西南地区，也称山东牛，毛色多黄褐、赤褐。体型大、前躯发达、肌肉丰满、四肢较开阔，易于育肥，肉质良好
	延边牛	原产于东北地区东部，是朝鲜与中国黄牛长期杂交的结果，肉牛品种体质结实，抗寒性能良好，耐粗饲、耐劳、抗病力强
	晋南牛	原产于山西省南部地区，役用性能、肉用性能俱佳，体型大、前躯发达、肌肉丰满
杂交肉牛	主要由中国与外国肉牛杂交而成，目前主要有三河牛、新疆褐牛、草原红牛、科尔沁牛、夏南牛和延黄牛等，由于成本较进口肉牛低，肉用性能良好，养殖效益较本土肉牛高，目前得到广泛养殖	

中国肉牛主要饲养方法

饲养方法	饲料种类	特征
草饲牛肉	牧草	蛋白质含量高，脂肪含量低
		成熟期较晚，成本较高，价格较高
谷饲牛肉	玉米等混合谷物	脂肪含量高，肉质嫩滑
		成本较低，受天气影响小

- 中国本土肉牛更适合耕种及劳役，肉用品质一般，且产肉量少。为提高肉牛品质及产肉量，中国从法国、瑞士等地进口了优质的肉牛品种如西门塔尔牛和夏洛莱牛。
- 中国本土肉牛与进口肉牛杂交形成了现有的杂交肉牛，如三河牛、新疆褐牛。杂交肉牛也是中国肉牛行业现阶段养殖品种最多的肉牛种类。
- 肉牛的主要饲养方法分为草饲和谷饲，由于中国牧区有限，牧草资源受到保护，现阶段中国肉牛的主要饲养方法为谷饲，其中饲料大多需用到玉米等混合谷物。

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



中国肉牛行业——定义及分类（3/3）

肉牛养殖原材料包括各种饲料、饲料添加剂及疫苗，肉牛规模化养殖对饲料的分类及标准较为明确

肉牛行业原材料

肉牛行业原材料分类		
分类	定义	常见种类
饲料	青绿饲料	青绿饲料也叫青饲料、绿饲料，是指可用作养牛的新鲜茎叶
	粗饲料	指天然水分在60%以下，干物质中纤维素含量等于或高于18%，并以风干物形式饲喂的一种饲料。粗饲料是肉牛的主要饲料，占肉牛饲料的60%以上
	能量饲料	指粗纤维含量低于18%，蛋白质含量低于20%的肉牛饲料
	蛋白质饲料	指粗纤维含量低于18%，蛋白质含量高于20%的一种肉牛饲料，是肉牛饲料中蛋白质的主要来源，能有效的促进肉牛的生长速度，在日粮中所占比例为10%-20%
饲料添加剂	肉牛饲料中少量或微量使用，但作用显著的物质。饲料添加剂是必要的肉牛饲料，它能有效强化肉牛饲料的基础营养价值、提高肉牛饲料利用率，提高肉牛生产性能、降低肉牛成本以及预防肉牛疾病的发生等作用	禾本科籽实类：指禾本科作物的籽实，是能量饲料的代表，也是肉牛饲料中主要的能量饲料来源。有玉米、小麦、高粱等，其中玉米最常作为肉牛饲料 糠麸类：磨米、制粉的副产品，常年的有米糠和麦麸两种。糠麸类饲料由于含磷较多，饲喂量不宜过多 块根块茎类：这类饲料有马铃薯、红薯等，这类能量饲料只能作为肉牛饲料的辅助饲料。 矿物质饲料：食盐、石粉、硫酸钙、蛋壳粉等，是补充肉牛生长所需要的矿物质的一种肉牛饲料 维生素饲料：维生素A、维生素B、维生素D、维生素E等，是肉牛生长过程中所必须的肉牛饲料 促生长剂：喹乙醇、血多素、肝旺等，能有效促进肉牛生长 抗生素：青霉素、链霉素、金霉素等，但是肉牛属于瘤胃消化动物，抗生素会影响瘤胃内菌群从而影响消化，故成年肉牛禁止在饲料中添加抗生素
疫苗	肉牛疫苗是用相应细菌、病毒等制成的可使养殖肉牛对相关病症产生免疫的生物制剂，通过疫苗接种使养殖肉牛有效预防疾病	口蹄疫灭活疫苗（O型、A型）：预防口蹄疫 炭疽芽孢杆菌苗、无毒炭疽芽孢杆菌苗：预防破伤风 肉毒梭菌中毒症疫苗、布氏杆菌苗、巴氏杆菌苗、牛轮状病毒疫苗：预防对应细菌及病毒感染

来源：头豹研究院编辑整理
©2020 LeadLeo



中国肉牛行业——发展历程

中国肉牛行业发展历程经历3个阶段，从以饲养役用牛为主的生产格局，过渡到以规模型肉牛育肥场及养殖企业为主的生产格局，行业集中度及产业结构逐渐优化

肉牛行业发展历程

中国的肉牛养殖业从改革开放时期开始，大致经历了3个发展阶段。

第一阶段：发展初期（1979-1990年）

这一阶段农业机械紧缺，役用牛是主要的耕畜，中国的肉牛也以役用牛为主。政府规定严禁屠杀能繁母牛、种牛和青年牛。

中国肉牛行业的发展从1979年开始。这一年中国开始投资建设肉牛生产基地，农业部在全国建立144个养牛基地县，加速了肉牛品种改良工作进展，逐渐形成了**以饲养役用牛为主，肉用牛为辅的生产格局**。

中国肉牛行业在此后逐步兴起，黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古自治区、河北等地进行的肉牛育肥工作进展速度较快，如河北省廊坊地区大厂、香河、三河三县逐渐形成肉牛规模化生产。

第二阶段：快速发展期（1991-2006年）

1991年起，中国肉牛行业开始快速增长，中国出现了千头以上的**肉牛育肥场**，较为完整的肉牛生产环节也渐渐形成。

中国相继出台了对肉牛养殖业扶持的各种政策，其中“秸秆养畜”项目在农村迅速发展。

这一阶段全国肉牛出栏数快速提升。2006年，全国肉牛出栏量达5,602.9万头，是1990年的5倍。

肉牛产量增加的主要原因为品种改良工作取得成效，其中主要的改良品种有草原红牛、新疆褐牛、西杂黄牛等，这些品种也是中国现代肉牛行业的品种基础。

第三阶段：调整发展期（2007年至今）

2007年来，中国农业部、财政部对肉牛、肉羊产业规模化养殖提供大量资金支持。同一阶段，受到中国肉牛养殖成本上升、牛肉供给量下降的影响，全国很多地区的个体肉牛养殖户开始大量出售母牛，行业内散户退出加速，**规模养殖企业不断涌现**，规模化生产比重快速提升。

这一阶段，肉牛养殖业产业结构逐渐优化，自2004年起，中国肉牛养殖集中度提高，肉牛养殖量呈现恢复性增长。据中国农业部统计，2004至2019年间，肉牛年出栏50头以上的养殖规模占总养殖户比重由13.2%增加到33.6%，提高了20.4个百分点。



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业——产业链（1/4）

肉牛行业上游主要生产饲料及其添加剂，中游由各类养殖、屠宰个体及企业组成，下游消费端较为分散，消费场景多元

肉牛产业链



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



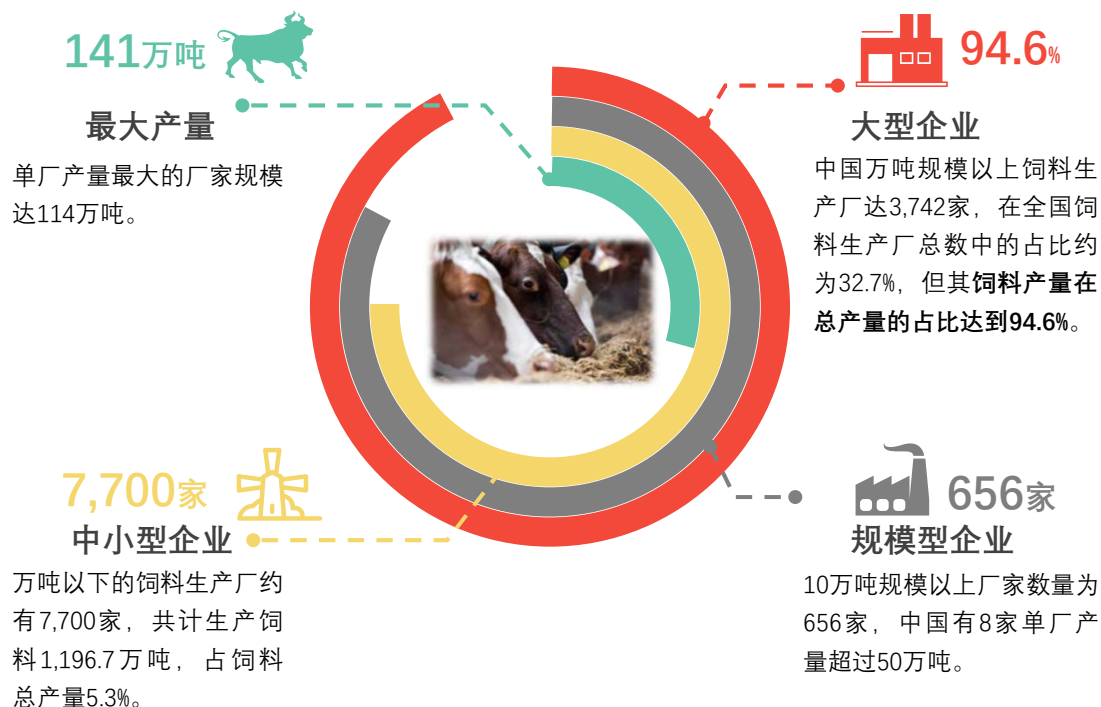
www.leadleo.com

中国肉牛行业——产业链上游（2/4）

饲料及添加剂企业是中国肉牛行业上游的主体，遗传育种和疫苗企业行业进入壁垒高，竞争相对较小

肉牛产业链上游

中国饲料及添加剂企业概况，2019年



饲料及饲料添加剂

- 饲料及添加剂企业是中国肉牛行业上游的主体，饲料及添加剂生产企业竞争激烈，规模化程度不断提高。
- 大型饲料生产集团通常在全国拥有多个饲料生产厂，是饲料生产行业的主体。中国万吨规模以上饲料生产厂达**3,742家**，饲料产量在总产量的占比达到94.6%。
- 饲料生产厂通常同时生产猪饲料、禽类饲料、肉牛饲料和水产饲料等多种饲料。肉牛饲料加工工艺技术含量不高，**附加值相对较低**，饲料生产厂商盈利主要依赖规模化效应。

遗传育种、犍牛等

- 肉牛遗传育种企业的业务一般包括种牛冻精、肉牛育种等，中国的肉牛遗传育种产业毛利率高，一般能达到**50%**以上，部分稀有肉牛品种的毛利率会超过**80%**。
- 遗传育种企业技术含量高，进入壁垒高，中国肉牛遗传育种龙头企业为**天山生物**，行业竞争相对较小。
- 随着肉牛行业规模化发展，肉牛行业中游的养殖企业快速发展育种业务，上游的育种企业垄断程度将逐渐降低。

疫苗

- 中国肉牛行业只对O型口蹄疫进行强制免疫，口蹄疫疫苗渗透率为**100%**，其他种类疫苗渗透率较低，平均约为**25%**。
- 口蹄疫疫苗生产企业的进入壁垒较高，生产许可批准所要求的技术水平较严格，中国仅有**8家**企业获批生产，分别为**生物股份、中农威特、杨凌金海、中牧股份、天康畜牧、必威安泰、申联生物以及中普生物**。

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



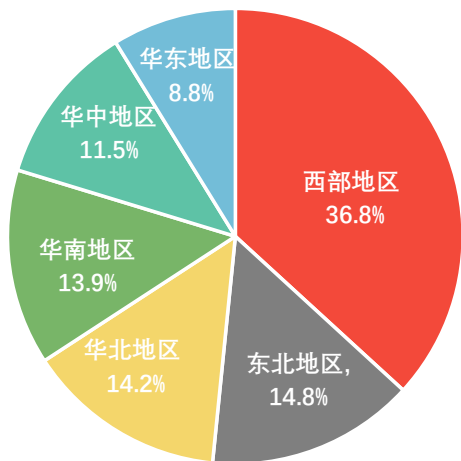
www.leadleo.com

中国肉牛行业——产业链中游（3/4）

西部地区是中国最大的肉牛养殖区域，肉牛养殖企业牛肉供应量的占比仅为9.5%，饲料在其经营成本中占比过半

肉牛产业链中游

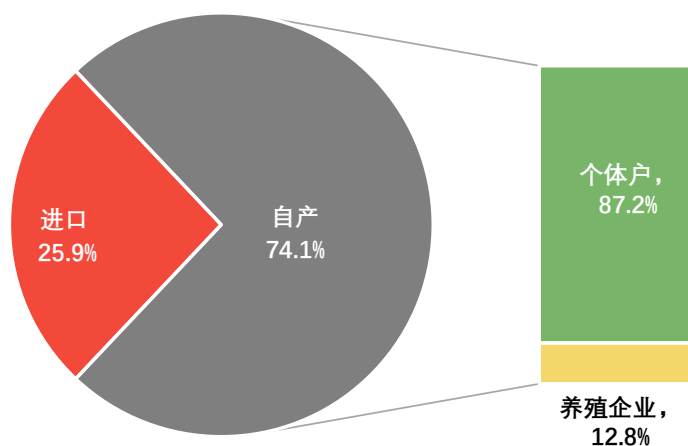
中国肉牛养殖区域养殖规模占比，2019年



- 近年来，随着牛肉消费需求增加，以及以牛肉为主的高档肉制品产品需求的增加，中国各地纷纷出台肉牛养殖业的相关鼓励政策，推动肉牛养殖发展。
- 从区域布局来看，西部地区养殖规模优势明显。
- 目前，河南、四川、内蒙古三省的年肉牛出栏量在800-1,000万头之间，云南、西藏两省区年肉牛出栏量在600-700万头之间，黑龙江、河北、山东、甘肃、青海和贵州六省年肉牛出栏量目前也达到300-400万头的水平。

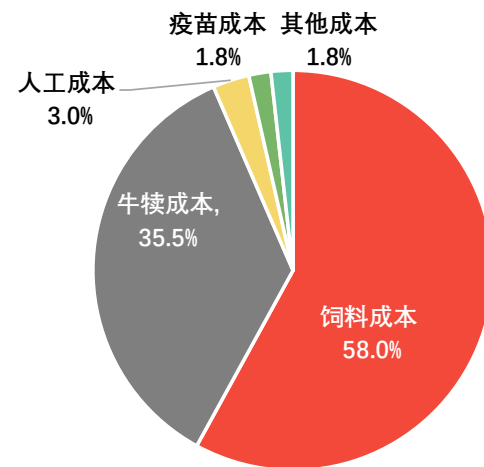
来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

中国牛肉供给结构，2019年



- 中国肉牛行业的中游主要包括养殖、屠宰和加工环节。
- 2019年，中国消费的74.1%的牛肉为自产，进口牛肉消费占比首次突破25%。
- 在自产的牛肉中，个体户生产占到87.2%的比重，仅有12.8%的自产牛肉来自于中国养殖企业。结合25.9%的进口牛肉，中国肉牛养殖企业为中国牛肉消费市场仅贡献了9.5%的牛肉。
- 中国独立的肉牛屠宰、加工企业较少，大多均为完整的肉牛产业链企业。

中国肉牛养殖企业成本占比，2019年



- 养殖、屠宰、加工企业是行业中游的主体，中国肉牛企业较为分散。中国目前约有3,000家肉牛养殖、屠宰及加工企业，其中养殖规模超过10,000头的肉牛企业占比小于1%，产业集中度低。
- 饲料成本是肉牛养殖企业最大的支出，平均占据58.0%的总成本份额。
- 此外，牛犊成本对于肉牛养殖企业的影响较大。其中，种牛储备充足、遗传育种业务投入较高的规模性肉牛企业，可降低较多的牛犊成本，从而提升企业的效益。

中国肉牛行业——产业链下游（4/4）

中国是全球牛肉消费第二大国，牛肉消费量逐年增长，肉牛行业对进口依赖程度较高，超市和代理商在行业下游终端占比最高

肉牛产业链下游

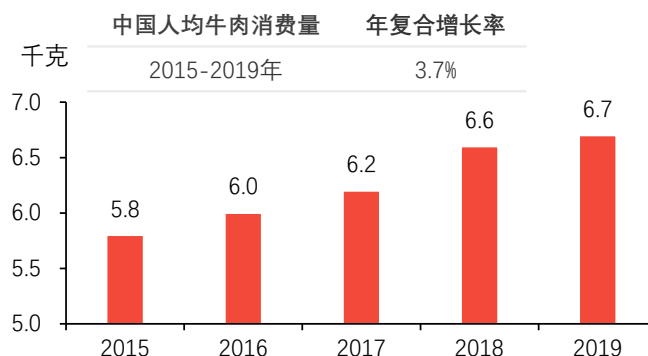
全球牛肉消费前十国家，2019年



全球冷冻牛肉进出口前三国家，2019年

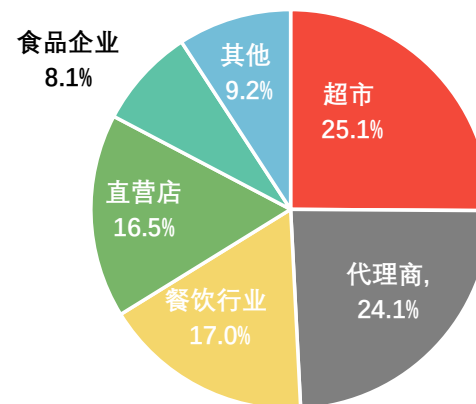


中国人均牛肉消费量，2015-2019年



- 2019年，**美国、中国和巴西**是世界消费牛肉前三的国家。
- 2019年，世界人均牛肉消费量为6.4千克，中国的人均消费量约为**6.7千克**，略高于世界平均消费水平。中国的人均牛肉消费呈增长趋势，肉牛养殖企业潜力巨大。
- 全球牛肉进出口贸易主要分为鲜牛肉贸易和冷冻牛肉贸易两种，在冷冻牛肉贸易中，最大的出口国为巴西，**最大的进口国为中国**。

中国肉牛行业下游终端占比，2019年



- 中国肉牛行业下游消费场景多元化，包括超市、餐饮、直营店、农贸市场、食品加工厂等。
- 2019年，超市（**25.1%**）和代理商（**24.1%**）是中国肉牛行业下游占比最大的终端，其中代理商一般为牛肉农产品经销商，牛肉最终去向大多为农贸市场。
- 中国牛肉消费场景分布较平均，超市、直营店、餐饮行业都占据超过**15.0%**的市场份额，食品企业的占比仅为**8.1%**。
- 肉牛行业下游由于消费场景多元，产品定位及目标消费者不同，不同消费渠道的毛利率差别较大，其中超市、代理商渠道毛利率较低，但由于其终端占比高，从中游企业购货体量大，因此议价能力较高。

来源：美国农业部，OEC，OECD，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

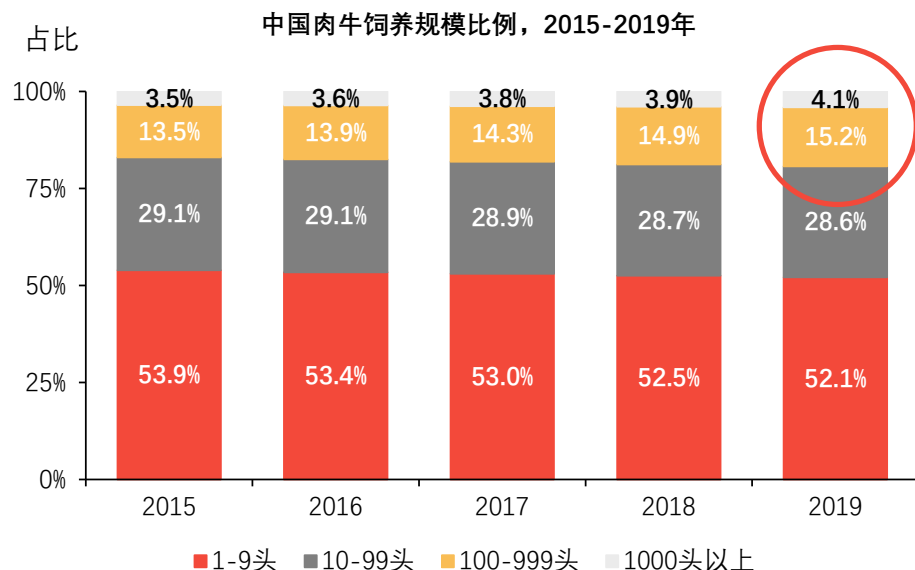
中国肉牛行业——市场现状（1/2）

肉牛行业受存栏提升速度限制，国内供给长期不足，养殖成本的增加造成部分个体养殖户退出，肉牛饲养量进一步下降

肉牛行业市场现状

中国肉牛养殖缺乏规模效益，头均出肉量少

- 中国的肉牛行业由农户小规模养殖占主导，专业化程度及出肉量水平较低。2019年，中国肉牛养殖方式以小规模散养为主，养殖规模在10头以下的散户数量占比高于**50%**，100头以上规模的养殖户占比不到**20%**，行业集中度较低，无法形成规模经济，肉牛整体养殖效率低下。
- 世界平均肉牛头均出肉量为**217.6千克**，而中国肉牛头均出肉量约为**150.0千克**，远低于世界平均水平，肉牛养殖技术亟待提升。



养殖成本高，多数养殖户收益低

- 近年来，中国对于各地的山地和草原实施禁止放牧的政策，农户养殖肉牛只能投喂饲料的方式饲养。
- 饲料开支使肉牛养殖成本显著增加，平均一头肉牛的养殖饲料费用约为**4,800元**，相较放牧养殖肉牛的成本，头均养殖成本**提高了900多元**，这导致多数肉牛养殖户收益较低。
- 由于肉牛肉牛饲养规模更饲养成本提高，加之传统的生产模式、单一的经济产出使肉牛行业效益急剧下降，直接造成一些农户放弃饲养肉牛，也间接使得中国加集中。

肉牛养殖成本示意



分类	成本（元/年）
牛犊	2,500-3,500
疫苗	100-200
粗饲料	1,800-2,000
精饲料	3,000
其他费用	300-500
总计	7,700-9,200

来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

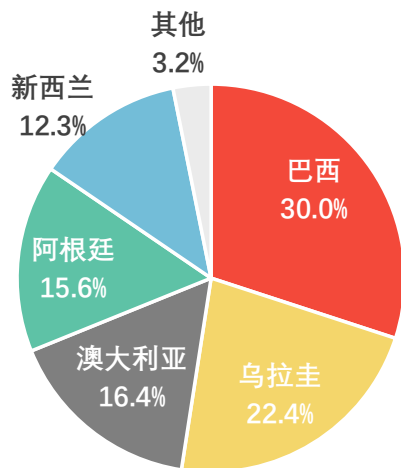
中国肉牛行业——市场现状（2/2）

中国牛肉消费量逐年增长，对进口牛肉依存度较高，而牛肉进口来源国高度集中，中国与其贸易关系稳定

行业牛肉供给存在缺口，对进口依存度高

- 中国肉牛行业产能不足，头均出肉量低，致使中国牛肉供给不足。
- 中国肉牛市场的供给由国产与进口两部分构成，2015-2019年，中国牛肉进口平均增长率达到37.9%，2019年中国牛肉进口总量为**240.0万吨**。
- 随着中国消费者需求量逐年增长，进口牛肉占中国总消费量的比例逐渐提升，从2015年的9.7%快速提升至2019年的**25.9%**，中国牛肉消费对进口牛肉的依赖程度明显增加。
- 近年来，中国各港口、海关等查获、销毁的走私牛肉数量持续增加，说明中国牛肉供需矛盾较大。

中国进口牛肉来源国家比例，2019年



- 中国的进口来源国集中在南半球的大洋洲与南美洲。中国进口牛肉的五大主要来源国为**巴西、乌拉圭、澳大利亚、阿根廷和新西兰**，占据全部中国进口牛肉的**96.8%**。此外，中国也会从美国、加拿大等国少量进口牛肉。
- 其中，巴西和澳大利亚的冷冻牛肉出口位于全球前三，随着中国牛肉进口需求的增加，中国与其在牛肉贸易的合作将增加。
- 近年来，许多中国肉牛企业投资收购巴西、乌拉圭等国的肉牛养殖场与屠宰厂，建立肉牛全产业链跨国业务，中国进口牛肉业务将稳定发展。
- 中国近年来快速拓展从欧洲进口牛肉的业务，中国预计增加从欧洲主要牛肉出口国如爱尔兰等国家的牛肉进口量。

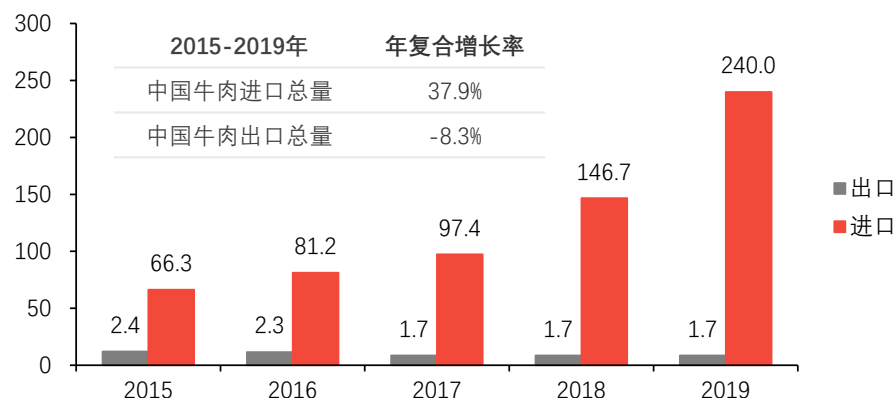
来源：中国海关，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

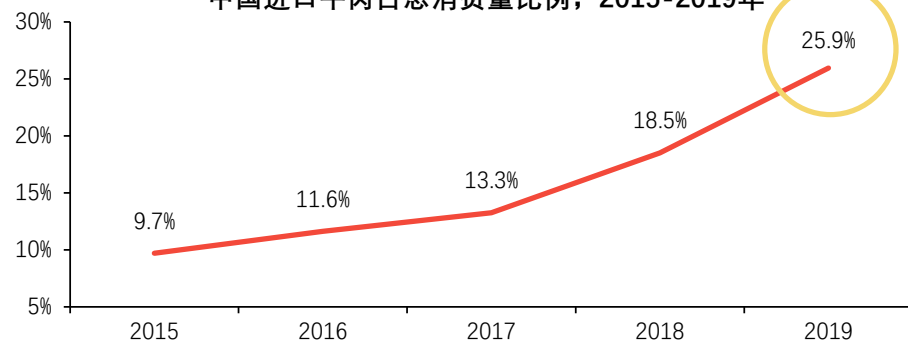


万吨

中国牛肉进出口总量，2015-2019年



中国进口牛肉占总消费量比例，2015-2019年

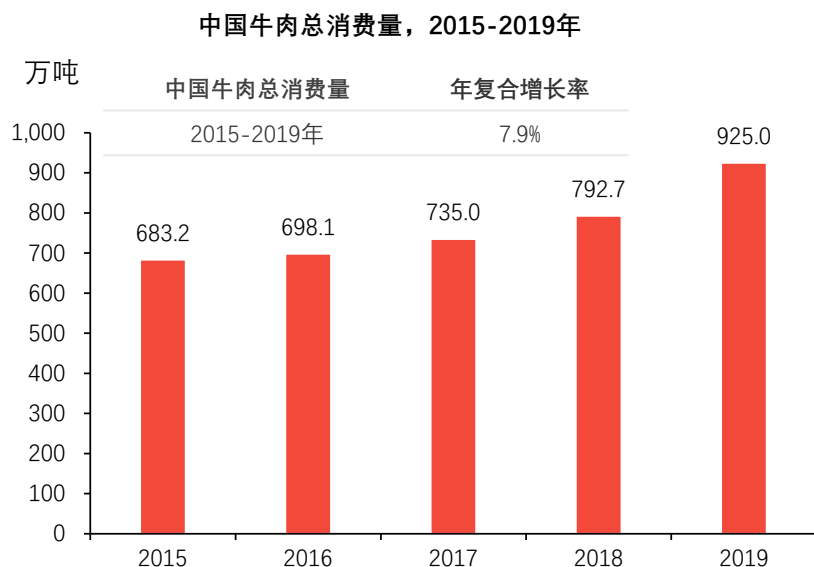


www.leadleo.com

中国肉牛行业——市场规模

2019年中国肉牛市场量价齐升，牛肉总消费量达到925万吨，行业市场规模跨越性增长，受需求增长驱动，未来市场规模将保持稳定增长

肉牛行业市场规模



肉牛行业市场规模影响因素

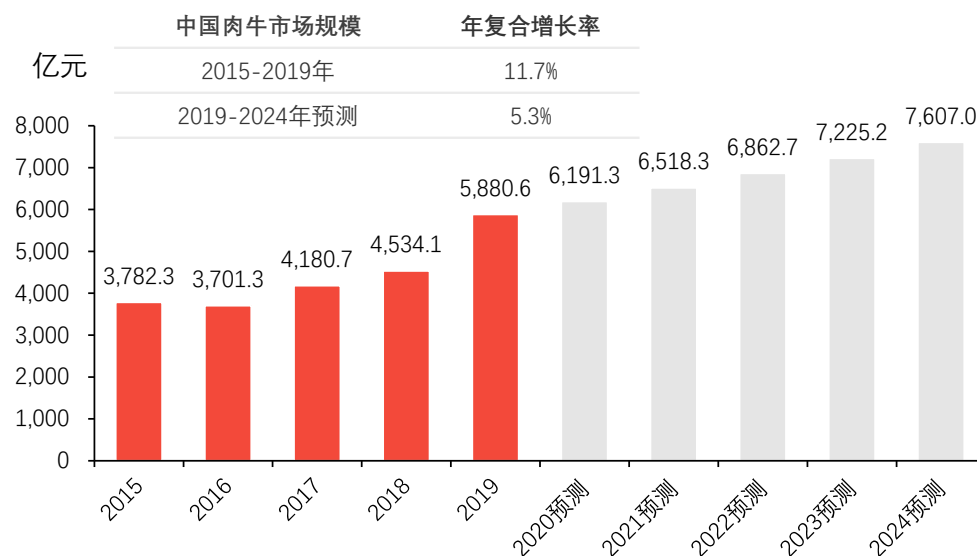
牛肉需求增长：

2015-2019年，中国牛肉总消费量呈持续上升趋势，年复合增长率达到**7.9%**。2019年，由于猪瘟疫情及局部地区禽流感影响，牛肉作为肉类替代品在需求量方面大幅增长，净增加值为**132.3万吨**，其中进口牛肉消费增长了**93.3万吨**。

牛肉价格增长：

在2019年牛肉需求增长的同时，牛肉的价格也处于持续增长的状态，全国牛肉均价于2019年12月增长至**70.3元/千克**。

中国肉牛市场规模（按销售额计），2015-2024预测



肉牛市场规模

- 2016年，中国肉牛出栏数量提升，进口牛肉数量增加，使中国牛肉市场出现供大于求的情况，导致牛肉价格较前一年小幅下滑，肉牛市场规模小幅下降。
- 2019年，中国肉牛市场的价格与需求同时增长，促使中国肉牛市场规模明显增加，达到**5,880.6亿元**。
- 未来，预计中国消费者对牛肉需求量稳步增加将推动中国肉牛市场规模持续增长且增速保持稳定，预计2020年肉牛市场规模有望突破**6,000.0亿元**，2024年市场规模有望超过**7,600.0亿元**。

来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业——驱动因素（1/2）

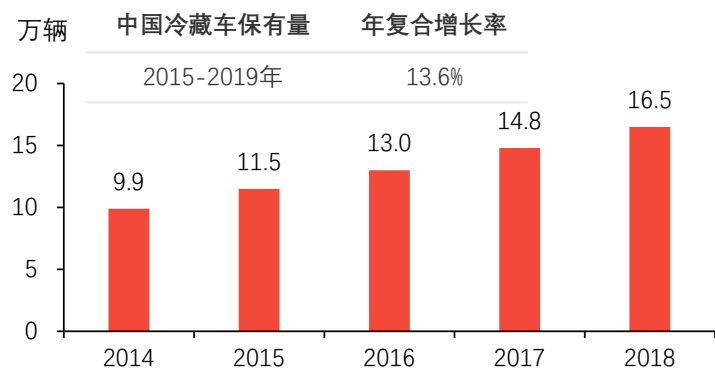
肉牛行业市场潜力巨大，因牛肉供给长期不足，冷链物流体系逐步完善，猪鸡疫情提升牛肉需求等因素，行业发展前景向好

肉牛行业驱动因素

冷链物流体系不断完善

- 由于中国国土面积广阔，消费者分布广，中国肉牛行业对于物流运输的依赖较高。
- 近年来，中国政府通过政策鼓励畜禽养殖、屠宰加工企业推行“**规模养殖、集中屠宰、冷链运输、冷鲜加工**”的模式：通过建立规模养殖中心提升畜禽产品的屠宰加工能力及效率，通过建立畜禽产品的冷链物流体系，保证了包括牛肉在内的畜禽产品的品质，降低动物疫病的传播风险。在中国公路冷藏车方面，冷藏车保有量自2015-2019年的年复合增长率达到**13.6%**，截至2019年，中国公路冷藏车保有量已经达到**16.5万辆**，接近2015年数据的1.7倍。
- 随着冷链物流体系的发展，肉牛行业的配送体系的效率将进一步提升，从而驱动肉牛行业规模化发展。

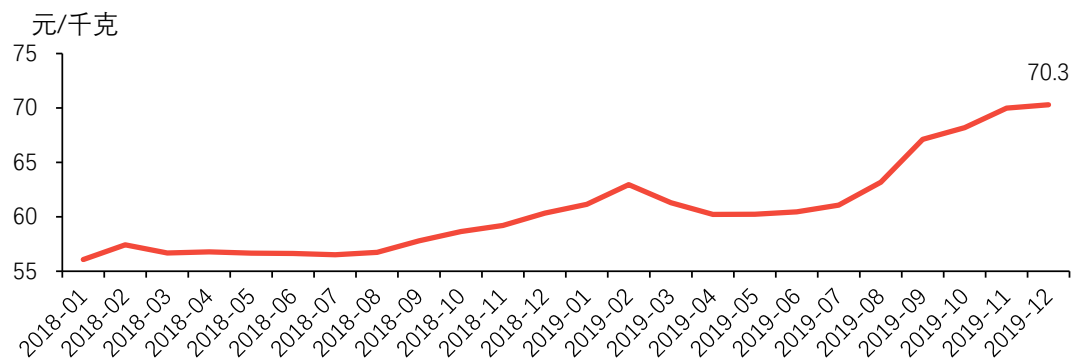
中国冷藏车保有量，2015-2019年



猪鸡疫情提振牛肉需求，市场潜力巨大

- 2018年，非洲猪瘟首次进入东亚地区，中国也首次发生非洲猪瘟疫情。此外，禽流感病毒也一直出现新的基因突变，未能被完全隔绝。部分消费者会因此减少猪肉与鸡肉的消费，短期猪鸡疫病可提振牛肉的替代性需求，2018年起，全国牛肉的均价也出现明显的上涨，2019年12月创下了**70.3元/kg**的历史新高，在短期内出现了量价齐升的状态。由于非洲猪瘟疫情还在延续，预计短期内牛肉需求将继续提升。
- 中国牛肉产业链上下游目前呈两级分化的局面：上游养殖以散户为主、生产效率较低，牛肉产量增速缓慢；而下游消费者对牛肉消费量和消费品质的需求都显著提升，中国国内的牛肉生产难以满足市场需求，供需矛盾比较显著。
- 供需矛盾的表现之一是中国近年来不断增加的牛肉进口量，从**2008年的不到1万吨**增长至**2019年的240.0万吨**。同时，中国的牛肉走私现象也较为严重，表明中国牛肉供需缺口巨大，肉牛市场有着较大的市场潜力。

中国牛肉均价，2018-2019年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业——驱动因素（2/2）

行业遗传育种与繁殖领域取得进展，通过杂交育种优化肉牛性能，业内多方面技术实现突破，效益增幅明显

肉牛行业驱动因素

引进优质品种，优化肉牛性能

- 中国先后引进夏洛来、利木赞、西门塔尔牛等世界大型肉牛品种与本地黄牛杂交，取得了较好的改良效果，获得了较好生产能力的杂交肉牛。这些杂交肉牛结合了**引进品种生长快、瘦肉多、脂肪少**等特点，符合养殖企业与市场消费者双方需求。
- 2018年，中国成立了肉用西门塔尔牛育种联合会及安格斯协会，有效推动了联合育种的实施。在地方肉牛遗传资源利用方面，中国肉牛行业有序开展地方黄牛杂交改良计划，提高杂交肉牛品种的肉用性能。

遗传育种与繁殖领域取得突破

- 2018年，《全国肉牛遗传改良计划（2011-2025年）实施方案》得到进一步推进，中国肉牛核心育种场建设得到规范化发展，中国肉牛核心育种场增至**38家**。
- 同时，部分大型种畜场和饲养企业开始探索适宜当地生态、饲养条件的高档肉牛繁育模式。
- 随着**分子育种技术**逐步渗透至肉牛种群选育过程中，肉牛种群选育效率提高，种群生产性能显著提升。
- 此外，中国肉牛行业提高肉牛繁殖成活率的综合配套技术体系研究取得有效进展，**一胎双犊技术**取得成功，提高了母牛的繁殖效率和肉牛行业整体效益。

行业多方面技术进步，整体效益增加



肉牛行业特征数据库：

- 中国肉牛行业建立了地方肉牛品种和牛肉主产区主要品种牛肉的品质特征及营养特征数据库，有效提升行业标准。



牛肉产品加工技术：

- 牛肉火腿、调理牛心内脏制品等低值部位肉增值加工技术应用加深，提高了肉牛产品的使用效率。
- 复合肉脯、牛杂复合肠、牛杂零食和腊牛舌等产品在企业加工环节得到推广应用，增加了肉牛产品种类。



冷冻冷藏保鲜技术：

- 行业通过改进冻藏时间等方面技术，为主产区的优质牛肉产品开发奠定基础，确立了处理后牛肉在贮藏过程中品质、风味等方面特征及标准。
- 冰温保鲜及微冻处理已将中国冷却牛肉的货架期延长至15周以上，有效减少了牛肉产品损耗。



食品安全检测技术：

- 低场核磁共振、高光谱技术等高精度的牛肉安全质量检测与牛肉调理制品安全质量监控技术已延展至牛肉防伪鉴别、品种鉴别及品牌甄别领域。

中国肉牛行业——投资风险

中国肉牛行业未形成集约化体系，肉源质量限制供给提升且长期缺少实质性突破，肉牛养殖效率与欧美国家差距明显

肉牛行业投资风险

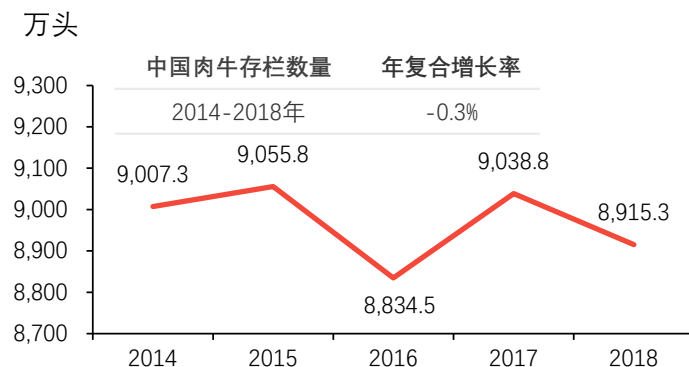
肉牛行业集约化体系尚未形成

- 目前，中国牛源紧缺现象严重，肉牛养殖散户对于母牛的保存意识不强，导致基础母牛群数量急剧减少，肉牛整体存栏量小幅下降，同时出栏量上升速度缓慢，无法满足快速增长的消费需求，肉牛行业整体的集约化体系尚未形成，具有一定的投资风险。

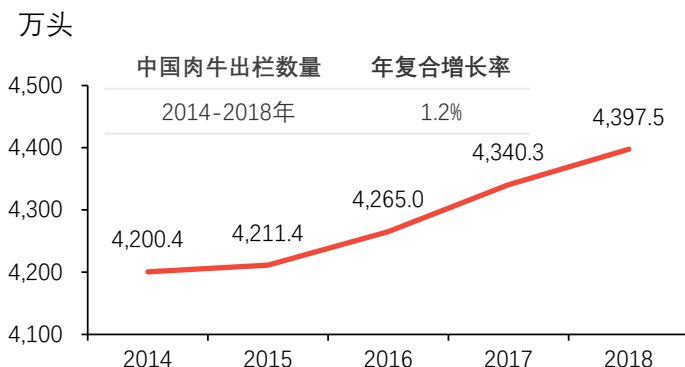
肉源质量限制肉牛供给提升

- 肉源指肉牛品种及品种内基因良好的种牛等，是肉牛行业重要的质量指标之一。肉源质量对于肉牛行业的重要性在于：牛肉不同于其他畜禽产品，不同品种的牛、不同品种杂交的牛产出的肉质均不同，肉牛企业要长期、大批量供应高质量牛肉需要稳定的优质肉牛品种和充足的牛源供给。
- 此外，结合肉牛生产周期长，一次性投资大，资金占用多、资金周转慢的特点，中国肉牛行业在肉源问题上缺少足够的资金投入，肉源问题长久以来缺少实质性的突破，因此行业的发展速度受到制约。

中国肉牛存栏数量，2014-2018



中国肉牛出栏数量，2014-2018



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



肉牛养殖效率与欧美国家存在明显差距

- 中国与欧美国家饲料需求率存在差距的原因之一在于中国肉牛养殖多为散户，其对于饲料的选取标准较低，导致饲料中纤维含量高，且饲料中含有大量低质成分。
- 此外，中国与欧美国家肉牛养殖效率的差距也来自于牛源不足的情况：后备母牛、架子牛短缺，基础母牛淘汰率高等。这导致中国肉牛行业所养殖的肉牛品种难以得到优化，品种饲料需求率明显高于欧美国家，行业存在一定的投资风险。

中国不同肉牛品种饲料需求率，2019年

品种	饲料需求率
本地品种	8.0-10.2
进口品种	6.5-8.8
高雪花品种	9.5-13.5
奶公牛	7.5-8.5
牦牛	10.2-12.8
欧美平均	6.5-7.5

www.leadleo.com

中国肉牛行业——政策法规

中国政府多次颁布肉牛行业利好政策，从遗传育种、防疫补助、畜牧业补贴等方向助力肉牛行业发展，优化产业结构

肉牛行业政策法规

肉牛行业是中国畜牧业发展重点，农业部、全国畜牧总站等政府相关部门先后颁布肉牛遗传改良计划与肉牛育种等政策，从肉牛遗传改良进程、非粮饲料资源利用、产业规划及布局、肉牛防疫补助、规模化养殖标准设立、肉牛养殖补贴等方向助力肉牛行业标准化发展。2019年4月，财政部和农业部联合发布《2019重点强农惠农政策》，强调肉牛良种推广与肉牛养殖奖励等畜牧业政策，引导肉牛行业良性发展。

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《2019年重点强农惠农政策》	2019-04	财政部、农业部	畜牧良种推广：在内蒙古、四川等8个主要草原牧区省份，对项目区内使用良种精液开展人工授精的肉牛养殖场（小区、户），以及存栏能繁母羊、牦牛能繁母牛养殖户进行补助。 牛羊调出大县奖励：包括牛羊调出大县奖励和省级统筹奖励资金。牛羊调出大县奖励资金由县级人民政府统筹安排用于支持本县生牛羊生产流通和产业发展
《国家奶牛肉牛核心育种场管理办法（试行）》	2018-11	全国畜牧总站	制定本场核心母牛群选择标准，实施系统选育与动态管理，配合开展基因组检测工作；规范采集和记录系谱、繁殖、疾病治疗等信息，核心群生长发育和体型鉴定等数据，实现信息化管理；规范开展品种登记、生产性能测定等育种工作
《动物防疫等补助经费管理办法》	2017-04	财政部、农业部	动物防疫支出包括强制免疫补助、强制扑杀补助、养殖环节无害化处理补助等。各省在完成各项动物防疫工作任务的前提下，可在本专项支出范围内统筹使用动物防疫等补助经费
《全国草食畜牧业发展规划（2016—2020年）》	2016-07	农业部	《规划》立足不同区域的资源禀赋和区位优势，确定了“十三五”时期草食畜牧业总体布局思路，进一步优化了奶牛、肉牛的产业结构和区域布局。力争到2020年，主要草食畜产品产能和质量水平稳定增长，市场供应基本保障，生产技术水平稳步提高，标准化规模养殖加快推进，生产效率、非粮饲料资源利用率和科技支撑能力进一步提升，初步构建现代草食畜牧业的生产体系、经营体系、产业体系
《财政部、农业部关于全面推开农业“三项补贴”改革工作的通知》	2016-04	财政部、农业部	农业“三项补贴”改革事关广大农民群众切身利益和农业农村发展大局，事关国家粮食安全和农业可持续发展，地方各级人民政府及财政、农业部门要切实加强组织领导，细化政策措施，注重宣传引导，加大工作力度，确保完成各项改革任务
《全国节粮型畜牧业发展规划（2011-2020年）》	2011-12	农业部	充分利用牧草、农副产品、轻工副产品等非粮饲料资源，在减少粮食消耗的同时达到高效畜产品产出的畜牧业，主要包括奶牛、肉牛、肉羊、绒毛羊、兔和鹅等
《全国肉牛遗传改良计划（2011-2025年）》	2011-11	农业部	推进牛群遗传改良进程，提高肉牛生产水平和经济效益，促进肉牛行业持续健康发展，为肉牛行业发展提供物质基础

来源：财政部、农业部、全国畜牧总站、头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业——发展趋势（1/2）

受消费市场量价齐升势头推动，中国肉牛行业增长空间乐观，其中高端牛肉产品市场近年需求量增速明显，产品市场尚存较大潜力

肉牛行业发展趋势

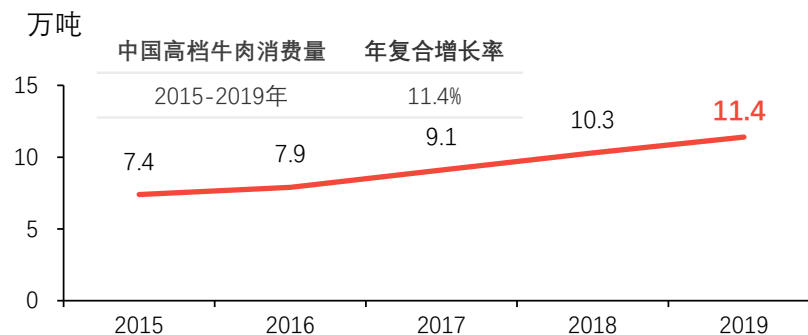
肉牛行业增长空间乐观

- ❖ 中国居民牛肉消费需求上升是**长期趋势**。随着中国居民消费水平提升及西餐文化的传播，2000-2018年中国牛肉消费总量在猪、牛、禽三大肉类消费中占比从9.4%增至**11.3%**，人均消费量从4kg增至**6.7kg**，略超世界平均水平6.4kg，考虑到中国的人口数量，中国的牛肉消费市场体量巨大。中国牛肉消费量仍保持着较快的上升势头，长期来看消费升级有望继续带动牛肉需求趋势性上升。
- ❖ 2010年至今，牛肉消费市场始终呈现量价齐升的势头。牛肉零售价格不断增长，从2010年的33元/千克上涨到2019年末的**70.3元/千克**，增幅巨大。2019年中国牛肉年消费量为**925.0万吨**，终端消费规模达**5,880.6亿元**，市场潜力巨大。
- ❖ 随着80后及90后群体的消费水平逐步上升，通过超市和电商平台销售的牛肉比例正不断增加，且2019年8月中国发生非洲猪瘟疫情，减少居民猪肉消费量，有利于增加作为替代品的牛肉消费。如果按牛肉65元/千克的价格估算，中国牛肉消费量预计2020年将突破**1,000万吨**，届时中国居民牛肉消费额将达到**6,500亿元**的水平，2020年的增长空间仍然乐观。

高档牛肉产品市场潜力大

- 高档牛肉，主要是指通过选育优良肉牛品种，同时辅以绿色无污染的饲养手段和标准化屠宰程序，所获取的高品质绿色牛肉，具有品质突出、营养丰富、质量全程可控等优点，目前市场价格约为**180-220元/千克**，部分顶级牛肉产品甚至可达**3,000元/千克**。
- 由于中国肉牛养殖依然以农户散养为主，饲养过程很难严格执行高档牛肉养殖的标准，牛肉品质还未达到高档级别，中国高档肉牛养殖加工企业只有大连雪龙、山东布莱凯特、内蒙古科尔沁、陕西秦宝等少数几家，其产能仅占全国牛肉产量的**0.2%**左右，远未达到中国国内消费的需求，所以国内市场大部分高档牛肉需要进口。
- 随着居民收入水平和对食品安全关注度的提高，中国的高档牛肉市场需求逐年加大，2019年需求量达到**11.4万吨**。高档牛肉价格高、利润丰厚，需求量逐年增加，使高端牛肉产品的市场趋势为依托现有资源，培育高档肉牛品种，缩短育肥周期，提高牛肉品质和加工工艺，并实现质量全程可控可追溯等。如布莱凯特、陕西秦宝等企业正着力提高自身高档牛肉产品品质，提升品牌知名度及产品覆盖面。

中国高档牛肉消费量，2015-2019



来源：OECD，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业——发展趋势（2/2）

肉牛行业将出现产业转型，新养殖模式推动转型加速，肉牛产区转移将促进存栏量提升，不同产区功能出现分化，规模化养殖成为趋势

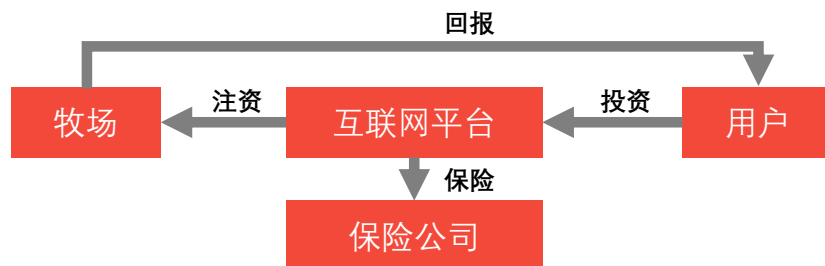
肉牛行业产业转型加速

产业转型——新肉牛养殖模式推动产业转型加速

在市场供需现状的倒逼下，肉牛行业转型势在必行，目前已上市和挂牌新三板的相关肉牛企业的经营数据表现普遍不理想，真正意义上的品牌龙头尚未出现。

- 肉牛散养户组成合作组织开展自繁自育和屠宰加工，并与大型超市、餐饮企业直接对接的新模式将会在农区逐渐兴起，肉牛企业可有效分散肉牛养殖风险，代表企业有秦宝牧业。
- 当前社会资本强势注入中国肉牛行业，海外并购加剧，“互联网+肉牛养殖”等具有互联网时代特色的肉牛行业模式不断涌现，互联网模式可有效解决企业现金流周转问题，代表企业有牧牛鲜生。
- 为应对不断升级的挑战与压力，新模式在中国肉牛企业中的应用有望加深，有助于推动企业核心竞争力，促使产业转型加速。

互联网肉牛养殖模式示意图



产业转型——产区转移，不同产区实现功能分化

- 南方丰富的草山草坡和秸秆资源及各具特色的地方肉牛品种资源，发展南方草地养牛业具有巨大潜力和发展空间，“北牧南移”将成为中国肉牛行业发展的新增长点。
- 中国肉牛养殖的产区向南部、西部、北部继续转移，发展速度较快的省区为南部产区的四川、广西、贵州、云南、江西、湖南、湖北，西部产区的甘肃、青海、新疆，北部产区的内蒙、吉林、黑龙江。其中，南部产区由于肉牛行业发展起步较晚最具发展潜力。南部、西部及北部的肉牛养殖发展有助于解决中国肉牛存栏量提升瓶颈的问题。

各产区的功能与商业模式逐步分化：

- ✓ 西部和北部产区直接供给大宗市场活牛和牛肉；
- ✓ 南部产区主要面向区域性生产及区域性销售活牛以及差异化、特色化牛肉产品方向；
- ✓ 中部产区主要向肉牛育肥市场方向分化。

产业转型——行业向规模化养殖发展

- 目前，中国肉牛的养殖主要以小规模养殖为主，据国家统计局数据显示：2019年，中国近60%的养殖户年出栏头数在10头以下。行业未来将实施肉牛标准化规模养殖场建设等项目，支持规模养殖场进行基础设施标准化改造，提高牛肉综合生产能力，同时研发推广牛羊设施养殖配套装备。规模化养殖发展的趋势将推动行业劳动生产率提高及养殖效益增加。

中国肉牛行业——竞争格局

肉牛行业企业标准正逐步完善，头部企业受资本关注较少，养殖企业占比较低，未来行业集中度有待提升

肉牛行业竞争格局

目前中国规模化肉牛养殖、屠宰及加工企业有3,000家左右。近年来，中国对肉类食品安全高度重视，对屠宰及肉类加工企业的监管力度日益加强，通过地方政府强制推广定点屠宰政策、技术设施标准、卫生防疫标准和环保要求，肉牛屠宰及肉制品加工行业的进入门槛大大提高，个体屠宰户和小型屠宰场逐渐减少，行业内逐渐产生了一批大型现代化肉牛屠宰加工企业，如长春皓月、福成五丰、内蒙古科尔沁、秦宝牧业及伊赛牛肉等。此类大型肉牛屠宰企业的产品大多以中高档牛肉产品为主，主要为商场超市、酒店及餐饮服务公司供货。

中国肉牛行业竞争格局，2019年

分类	主要企业
头部企业	    
大型企业/新兴企业	   
中小型企业	此类中小型肉牛企业多为地区性企业，由于中国肉牛饲养环节成本多变，标准不统一，中小型企业一般选择建立养殖项目，与个体养殖户签订肉牛养殖协议，再由企业统一屠宰、加工、流通、销售。

中国肉牛行业领先企业介绍，2019年

企业	简介
长春皓月	肉牛产能在行业中领先，年产能达到屠宰肉牛100万头、熟食制品10万吨、饲料加工60万吨
秦宝牧业	企业带动512个养殖基地村，15,000户农民从事肉牛养殖，年屠宰产能超过20万头
福成五丰	企业拥有年10万头屠宰加工能力，年产9,000吨肉制品加工产能
伊赛牛肉	企业从事肉牛养殖、饲料加工、屠宰分割、肉制品加工等多项业务，年屠宰产能达到20万头

- 中国肉牛行业头部企业受资本关注较少，融资与上市企业比例较低。
- 在中国已上市的肉牛企业中，经营数据普遍表现不佳，一部分原因是养殖企业在中国牛肉总供给中所占比例低，2019年所占比例仅为9.5%。
- 目前，中国肉牛行业较为分散，头部企业虽然比较明确，但2019年行业CR5不到9.0%，随着行业规模化养殖趋势的推进，行业集中度将进一步提高，未来肉牛行业头部企业的经营规模具有较大发展潜力。
- 由于“互联网+肉牛”模式的兴起，部分新兴肉牛企业如牧牛鲜生近年来保持高速发展，但企业规模距离头部企业仍较明显。

中国肉牛行业投资企业推荐——科尔沁牛业（1/2）

科尔沁牛业是全产业链条肉牛企业，年肉牛产能达到30万头，企业深耕国内外市场，是国内大型赛事肉类供应商



公司名称：内蒙古科尔沁牛业股份有限公司



成立时间：1996年



公司总部：内蒙古自治区通辽市

企业概况

内蒙古科尔沁牛业股份有限公司（以下简称“科尔沁牛业”）位于内蒙古自治区科尔沁草原腹地通辽市，是以肉食品加工为核心业务，以绿色饲料加工、畜牧产品研制开发以及生物制剂、医药原料、草原生态建设为基础的大型股份制企业。企业注册资本16,159万元，截至目前，总资产为40,399万元，现有职工700余人，拥有育肥牛基地、屠宰加工场、草牧场、胚胎移植中心、餐饮连锁公司等下属企业。

业务布局

科尔沁牛业来自黄牛主产区科尔沁大草原，科尔沁左翼后旗是科尔沁黄牛和中国西门塔尔牛的主产区。企业从种植到养殖，从生产加工到冷链运输，从销售到消费者打造**全程可追溯的产业链条**。

- 2007年企业在河南省南阳新野建成一座集肉牛养殖、屠宰加工为一体的大型工厂。新建两个万头肉牛养殖基地和一个万头母牛繁育基地，设计生产能力为年出栏育肥牛4万头。
- 2013年科尔沁牛业在通辽成立两个农业合作社：一是科尔沁肉牛养殖合作社，鼓励农牧民加入合作社；二是牵头成立了科尔沁农机种植合作社，以土地流转形式鼓励农民入社，从德国CLAAS、美国约翰迪尔、法国库恩、日本TAKAKITA等先进农机设备供应商采购，实现现代机械化种植，2018年实现种植规模12万亩。
- 响应中国“一带一路”战略决策，适应“买全球、卖全球”的新型开放格局，进一步拓展东盟市场，开展与东盟国家在牛肉进出口和肉食品精加工方面的合作。
- 在国际市场方面：远销阿联酋、科威特、黎巴嫩、巴勒斯坦、以色列等中东国家，以及东南亚如马来西亚、印尼、文莱等国家和香港地区。
- 在国内市场方面：在全国所有的省会城市和大部分的二线城市已设立销售网点，并形成了畅通的销售网络。

科尔沁牛业融资轮次

披露日期	交易金额	融资轮次	投资方
2017-06-01	1亿人民币	战略融资	前海恒昇基金
2016-03-01	未披露	B轮	高捷资本
2012-01-16	未披露	A轮	正享投资

竞争优势

肉牛产能高

- 目前企业总体生产规模达到年屠宰肉牛300,000头，生产冷鲜、冷冻肉60,000吨。

肉牛加工生产线先进

- 企业对甘旗卡加工厂进行了扩建，在已有10万头/年肉牛屠宰加工生产线基础上，新建排酸间、冷库、分割车间、深加工车间等，并引进了先进的智能化剔骨分割包装生产线。

来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业投资企业推荐——科尔沁牛业（2/2）

科尔沁牛业产品覆盖全范围牛肉产品，与国内外各大零售商建立紧密合作，战略定位清晰，未来重点发展国内终端网络建设

产品介绍

科尔沁牛业拥有肉牛生产的全产业链，旗下产品覆盖全范围牛肉产品。

科尔沁牛业主营产品

生鲜冷冻肉		牛副产品	
各类牛肉	牛内脏	牛油	牛骨
牛肉礼品盒		休闲食品	
有机牛肉	雪花牛肉	牛板筋	牛肉干
加工产品			
牛肉肠	牛肉串	牛肉丸	牛排

科尔沁牛业重要合作企业（部分）



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

战略定位

科尔沁牛业定位于打造中国牛肉行业健康特色品牌，重点发展国内终端网络建设。

从工厂到厨房全程冷链

采用发达国家的售卖方式，严格控制的全程0-4℃的冷链运输售卖环境，分块密闭包装形式，实现了从工厂到厨房的全程冷鲜。目前冷鲜产品已经覆盖广州、深圳、上海、北京等国内一线城市，及重庆、成都、长沙、南京等多数国内主要城市。

直营店、加盟店系统

冷冻产品采用公司直营店、经销商加盟店、超市店中店等形式，通过服务与产品质量提升顾客的牛肉消费体验。目前，科尔沁牛肉专卖店已经覆盖东北三省、内蒙古、山西、山东、河北、河南、陕西等北方地区。

国内战略客户资源

科尔沁牛业是沃尔玛、家乐福、麦德龙等国际大型连锁超市的重要合作伙伴，是康师傅、海底捞等工业和餐饮企业的战略合作伙伴。



中国肉牛行业投资企业推荐——恒阳牛业（1/2）

恒阳牛业产业布局全面，肉牛年产能达到40万头，旗下拥有多个品牌，企业积极响应供给侧结构性改革，同时投资并购南美、澳大利亚肉牛企业



公司名称：黑龙江恒阳牛业有限责任公司



成立时间：2004年



公司总部：北京市

企业概况

黑龙江恒阳牛业有限责任公司（以下简称“恒阳牛业”）经过十多年的发展，形成了横跨三大洲四个国家的产业布局，形成了以牛业为主的肉类食品板块、与牛业相统合的乳业板块、以黑龙江国粮种业为主的集育种、销售、粮食供应储藏为一体的种业板块、以恒阳生化为核心的食用胶原蛋白肠衣板块等四大核心板块。

恒阳牛业目前已形成了每年40万头的肉牛屠宰能力。依托国外强大的牛肉供应能力，恒阳牛业在黑龙江、河北、河南、内蒙古、四川、江西、湖南、广东、上海、广西等地建立了12个牛肉分割加工项目，形成国内外市场同步发展的局面。

业务布局

恒阳牛业旗下现有“FORESUN恒阳”、“黑地庄园”、“北部牛仔”和澳洲TABRO、HYMOE等多个品牌，形成了熟肉制品、冷鲜牛肉、冷冻牛肉、速冻肉制品、冷鲜猪肉、有机农产品等六大类产品群，共计1,000多个单品，产品销往美国、加拿大、俄罗斯、中亚、韩国、东南亚、香港等50多个国家和地区。

恒阳牛业在中国国内重点加强讷河小公牛这一特色养殖项目：2016年，恒阳牛业响应供给侧结构性改革、黑龙江省“两牛一猪”等政策，启动了百万肉牛、百万奶牛养殖项目，先后在青冈、富裕、讷河等地投资建设了一个3万头肉牛、三个3万头奶牛的项目，持续提高企业肉牛供应能力。

恒阳与投资机构合作，先后在澳大利亚、乌拉圭、阿根廷等国家并购8家牛肉加工企业。

恒阳牛业融资轮次

披露日期	交易金额	融资轮次	投资方
2016-05-26	未披露	B轮	鑫牛投资
2015-03-23	未披露	A轮	德同资本

恒阳集团旗下品牌



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业投资企业推荐——恒阳牛业（2/2）

恒阳牛业围绕肉牛行业打造七大产业的全产业链服务，同时布局全球、建立追溯系统，企业市场规模潜力较大

投资亮点



全球布局：

2014年5月，恒阳集团收购澳大利亚肉牛生产企业TABRO和HYMOE。
2015年6月，恒阳集团布局南美，拥有乌拉圭22厂和177厂两个牛肉加工厂。
恒阳集团在国内下辖讷河、北京、南充、上海、安平、呼和浩特、文水、固安、南宁、高安、广州等生产基地，河南、陕西、新疆等加工基地正在建设中。



七大产业：

恒阳牛业布局养殖屠宰、农业种植、肉制品加工、进出口贸易、电商平台、冷链物流和实体终端等七个产业，围绕肉牛行业及周边产业打造全产业链服务。



追溯系统：

恒阳集团建立了涵盖绿色农作物种植、特色小公牛养殖、肉牛及生猪屠宰、肉制品深加工、食品包装物生产、进出口贸易、冷链物流、电子商务、终端连锁等为一体的现代化的全产业链条，实现产业基地和物流系统无缝对接的追溯系统，打造“从农田到餐桌”的安全食品生产供应完整产业链条。

恒阳牛业机遇：

• 冷链物流重要程度提升：

近年来，中国政府鼓励冷链运输的畜禽养殖模式，恒阳牛业提前布局冷链物流设施，保证了企业产品的品质。

• 肉牛生态布局扩大：

目前，恒阳牛业养殖肉牛和奶牛10万头，年产冷链、冷冻牛肉等肉制品50万吨，是中国规模较大的肉牛养殖企业。大生产规模有利于恒阳牛业进一步布局全产业链生态，企业市场规模增长潜力较大，企业肉牛行业业务有望进一步提升产能。

恒阳牛业挑战：

• 中高端市场扩增对供应链的挑战：

中国的高档牛肉市场需求逐年加大，预计2019年需求量可达到11.4万吨。恒阳牛业目前产品中高档牛肉产品较少，未来如何有效应对转变的市场需求对于恒阳牛业的供应链会是潜在的挑战。

• 生产效率进一步提升遭遇瓶颈：

恒阳牛业对于肉牛生产环节的研发较少，其肉牛养殖已具有一定规模，如何进一步提升肉牛的生产效率，达到发达国家的生产水平，是恒阳牛业未来业务的挑战。

中国肉牛行业投资企业推荐——中和澳亚（1/2）

中和澳亚是进口肉牛的全产业链供应服务商，经营范围包括育种、育肥、屠宰等，企业在澳大利亚拥有三座牧场，旗下产品以牛排为主



公司名称：中和澳亚（北京）股份有限公司



成立时间：2013年



公司总部：北京市

企业概况

中和澳亚（北京）股份有限公司（以下简称“中和澳亚”）是一家以农牧业和农产品加工贸易为核心的大型跨国集团公司。公司成立于2013年，注册资金1亿元，总部设在中国北京，并于全球多个国家和地区设有全资子公司，在澳大利亚、新西兰、美国、中国香港等国家和地区开展农牧业产品的生产和贸易活动。

中和澳亚是中国进口牛羊肉行业的领先企业，致力于成为国际领先的牛羊全产业链供应服务商，公司以“牛在澳洲养，肉给国人吃”为经营理念。

业务范围

中和澳亚在澳大利亚购买自有牧场，分别是位于维多利亚州的巴拉瑞特牧场(Ballarat)，占地约3,000英亩，位于新南威尔士州的福布斯牧场(Forbes)，占地约4,000英亩，和位于昆士兰州的图文巴牧场(Toowoomba)，占地约10,000英亩，同时还与澳大利亚的许多顶尖牧场开展全方位的合作，年存栏牛5万头，羊10万只。

中和澳亚的产品以牛排为主，分为调理类和原切类两种，包括安格斯牛排、菲力牛排、西冷牛排、儿童牛排、牛腱子、牛肉粒等。

战略定位

中和澳亚定位为“优质的牛羊全产业链供应服务商”。

中和澳亚在澳大利亚的自有牧场，主要从事和牛、安格斯牛、杜泊羊等世界顶级牛羊品种的全产业链供应服务，从与国际一流的育种公司合作进行牛羊育种，到在自有牧场种植农作物加工饲料，从牛羊的饲养到育肥，从屠宰到牛羊肉深加工产品的制作。

中和澳亚旗下产品



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国肉牛行业投资企业推荐——中和澳亚（2/2）

中和澳亚的竞争优势包括专业化养殖、高档牛肉育种，商业模式兼具全球化、互联网化以及新零售化的特点

竞争优势

养殖专业化程度高：中和澳亚严格按照澳大利亚的标准对肉牛进行谷物饲养，牛肉满足高档牛肉消费的需求，肉质较高。

高档肉牛育种储备充足：中和澳亚澳洲牧场拥有自己的育种场，有各品系公牛，主要包括和牛、安格斯牛、西门塔尔牛、利木赞牛、夏洛莱牛等。其中安格斯种公牛的数量达200余头。

屠宰加工体系完善：澳大利亚肉牛行业建立了严格的标准和体系，保证生产的整体化和产品的可追溯型，确保澳大利亚政府能把控食品的卫生安全。中和澳亚在屠宰加工环节达到了澳大利亚肉牛行业的标准。

中和澳亚澳大利亚牧场分布



商业模式



全球贸易：

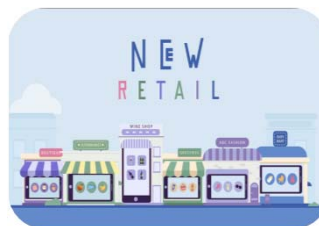
中和澳亚在澳大利亚成立全资子公司从事高档肉牛的育种及活牛贸易，以全球贸易模式进军中国肉牛市场，打造全球肉牛产品供应服务商。



互联网+：

中和澳亚重视线上销售，利用电商平台耕耘品牌口碑，旗下品牌比夫家人牛排在天猫开设旗舰店。

2018年11月，中和澳亚与“互联网+智能便利店”企业懒猫社长正式建立全面合作伙伴关系，双方通过新零售技术手段促进生鲜零售全面升级。



新零售：

中和澳亚在全国大中小城市供给拥有544个加盟商，赋能新零售业务布局。

2019年5月，阿里旗下驯鹿冷链与中和澳亚进行战略合作将中和澳亚现有的冷链物流体系并入到菜鸟的整体冷链物流体系中。

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从肉牛业、畜牧业、农业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。