

2022年中国牛肉消费市场调查报告：牛肉消费趋势已然形成，传统行业或迎来新机遇？

2022China Beef Consumption Market Survey Report:
The Beef Consumption Trend Has Been Formed, Is the
Traditional Industry Ushering in New Opportunities?

2022年中国の牛肉消費市場調査レポート：牛肉消費の傾向が形成されました、伝統的な産業または新しい機会の到来を告げますか？

(摘要版)

报告标签：消费、牛肉、养殖、消费升级、肉牛

撰写人：曾智强

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、追究相关人员责任的权利。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。



观点摘要

相较于其他肉禽品类而言，牛肉在相同质量下含有更高的优质蛋白质及更少的脂肪，并富含全品类氨基酸与其他优质微量元素。牛肉本身的产品属性满足了高端、健身、儿童以及快捷食用等四大消费场景，具有较强的产品延展性。

从消费总量来看，中国牛肉消费量2020年在全球中的占比为16.1%，仅次于美国。基于庞大的人口基数，中国的牛肉消费总量巨大，已成为全球牛肉消费的重要市场。从人均牛肉消费量来看，中国人均牛肉消费仍远未及全球人均牛肉消费水平

✓ 肉牛的饲养时间成本更大，回报周期更长

相较于其他肉禽品类而言，牛肉在相同质量下含有更高的优质蛋白质及更少的脂肪，并富含全品类氨基酸与其他优质微量元素。但肉牛出栏时间更长，且牛肉单位价格更高，因此肉牛养殖的时间成本相对其他肉禽品类更大，回报周期更长。

✓ 在主要肉类消费中，牛肉消费增长势头更加明显

与猪肉消费和鸡肉消费相比，2017-2020年，中国牛肉消费量增长势头更加明显。即使在疫情开始的2019年，中国牛肉消费增速仍保持正增长，同比增速达11%，同时期的鸡肉消费量同比增速仅为4.3%，而猪肉消费量则同比下降10.6%。得益于居民对于优质肉类的需求进一步扩大，牛肉消费市场增长势头预计将持续保持。

✓ 中国牛肉产量无法满足国内居民的消费需求，牛肉净进口趋势仍将延续

随着中国牛肉产业生产布局逐步优化，产业链不断整合，综合生产力持续提升，中国牛肉产业年产量持续稳步提升。但由于肉牛饲养周期长、成本高、养殖受限等原因，中国牛肉产量现阶段远不能满足中国居民的表现消费需求。

■ 中国牛肉消费市场综述——中国与全球主要国家牛肉消费对比

中国是世界上牛肉消费量第二大的国家，但中国牛肉消费量相较于全球平均水平仍存在较大差距，发展空间广阔。

■ 美国是世界上牛肉消费量最大的国家，中国牛肉消费总量紧随其次

2020年美国牛肉消费量为125.2万吨，在全球中的占比为21.2%，其次为中国，牛肉消费量占比为16.1%。从消费总量维度来看，由于中国庞大的人口基数，其牛肉消费总量巨大，已成为世界牛肉消费的重要市场。

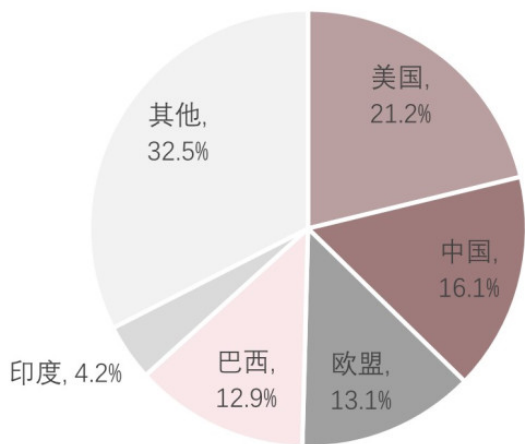
■ 中国人均牛肉消费还远未达到世界平均消费量，对比世界平均水平仍存在较大增长空间

从牛肉消费总量上来看，2020年中国消费总量仅次于美国。但从人均消费水平上看，中国人均牛肉消费量仍远未及世界人均牛肉消费量，仅为2.3kg/年。而美国人均牛肉消费达26.2kg/年，中美消费差超20kg/年，中国人均牛肉消费量仍处于世界较低水平。

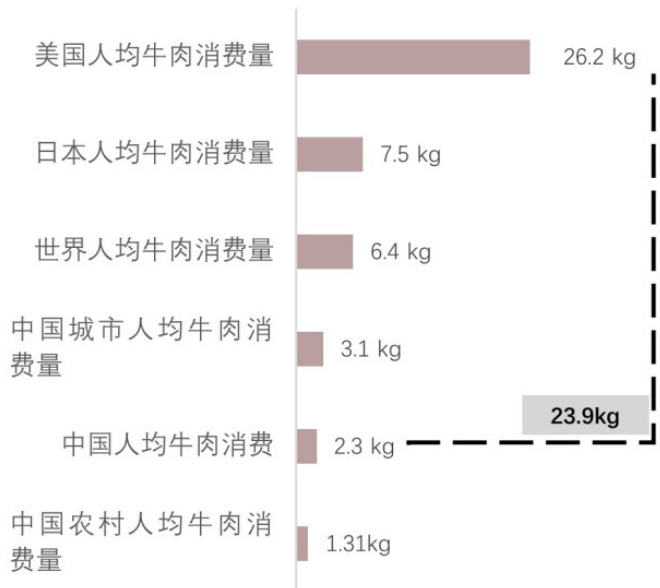
■ 猪肉仍占中国肉类饮食中的主导地位，约为牛肉的5倍

近2年来中国肉类消费仍以猪肉为主，猪肉在中国饮食结构中的占比超过50%，与牛肉的比例约为5:1，与全球猪肉牛肉比例1.5:1相比，中国牛肉渗透率仍存在较大差距。2019年受非洲猪瘟影响，中国猪肉价格飞速上涨导致牛肉抢占部分猪肉的市场份额，叠加消费者饮食观念的改变，牛肉渗透率提高，中国人均牛肉消费量有望进一步提升。

世界牛肉消费排名及占比，2020



中国人均牛肉消费量与其他国家对比，2020



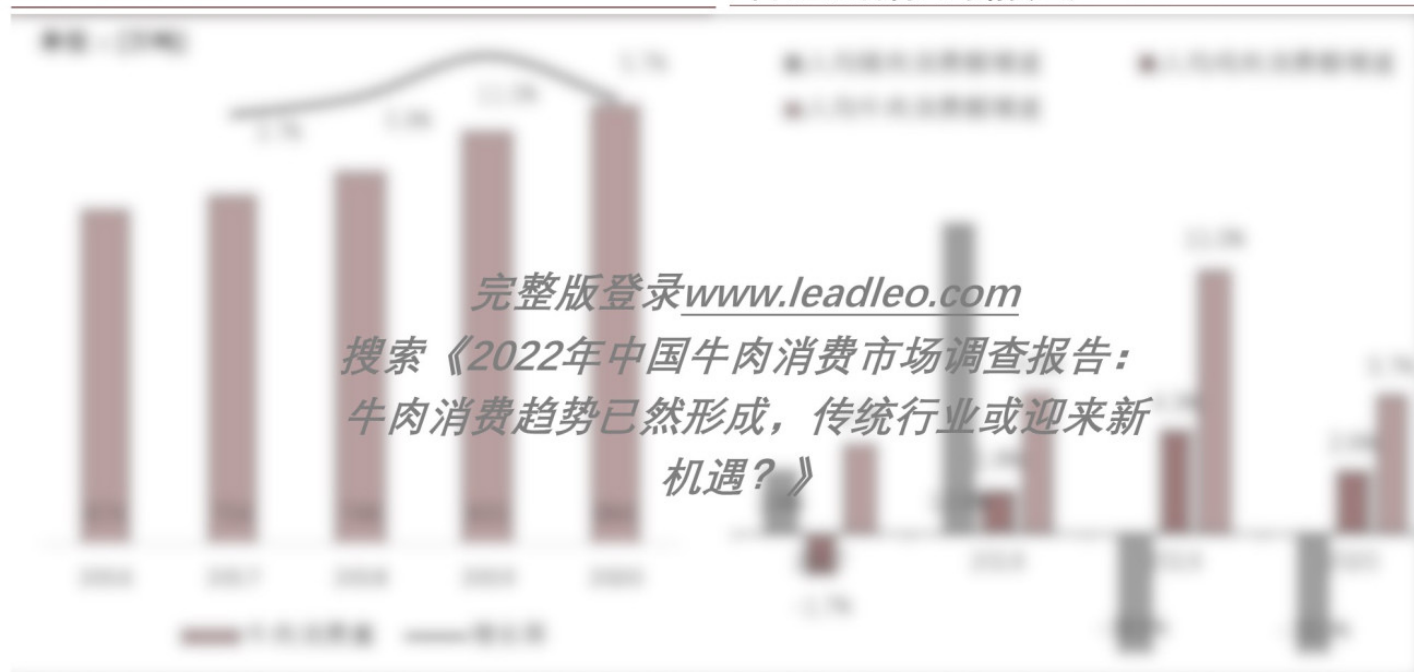
来源：Beef2live，全国重点农产品市场信息平台，农小蜂，中国统计年鉴，头豹研究院

■ 中国牛肉消费市场综述——发展现状（1/2）

从主要肉类消费上看，牛肉消费增长势头更加明显，与其他肉类相比，牛肉消费量价齐升，行业有望迎来进一步扩容。

中国牛肉消费量，2016-2020

中国主要肉禽人均消费量，2017-2020



头豹

- 中国牛肉消费量处于稳步上升阶段，伴随着中国消费升级趋势，其上升势头或将持续

牛肉中含有丰富营养元素，富含优质的蛋白质及人体所需的氨基酸，是得到消费者广泛认可的优质肉类产品。中国牛肉消费量近年来稳步提升，其上升势头伴随着人均消费的增加预计将持续上升。

- 与猪肉和鸡肉消费相比，中国牛肉消费量增长势头更加明显

2017-2020年，中国牛肉消费量增长势头更加明显。即使在疫情开始的2019年，中国牛肉消费增速仍保持正增长，同比增速达11%，同时期的鸡肉消费量同比增速仅为4.3%，而猪肉消费量则同比下降10.6%。得益于居民对于优质肉类的需求进一步扩大，牛肉消费市场增长势头预计将持续保持。

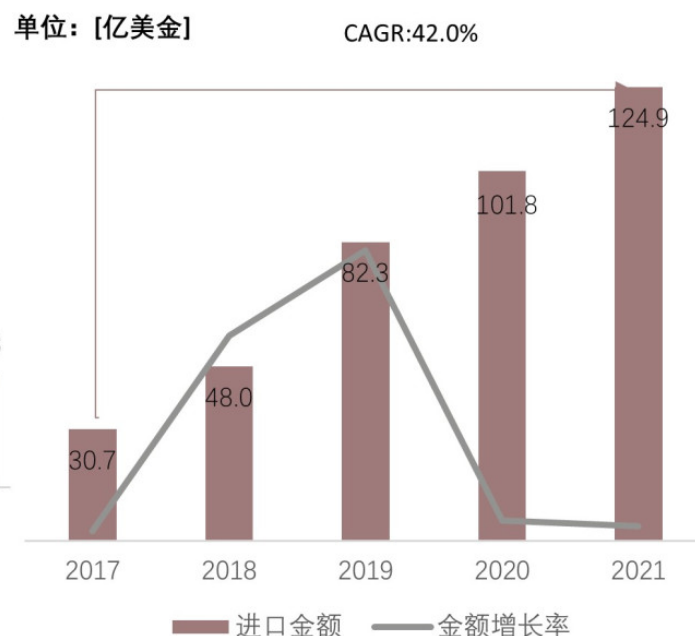
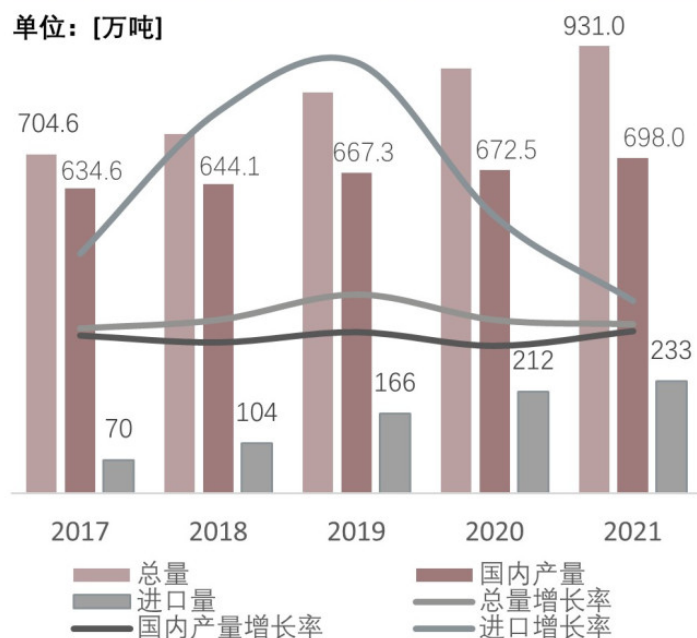
来源：全国重点农产品市场信息平台，中国畜牧业协会牛业分会，头豹研究院

■ 中国牛肉消费市场综述——发展现状（2/2）

中国牛肉产业规模随着产业升级优化将持续稳步提升，但由于中国需求量常年大于国内产量，目前牛肉净进口的趋势仍将延续。

中国牛肉进口量及产量变化趋势，2017-2021

中国牛肉进口金额，2017-2021



头豹

■ 中国牛肉产量持续稳步提升，但牛肉产量远不能满足居民需求

随着中国牛肉产业生产布局逐步优化、产业链不断整合、综合生产力持续提升，中国牛肉年产量持续稳步提升，国内产量由2017年的634.6万吨增长至2021年的698万吨。但由于肉牛饲养周期长、成本高、养殖受限等原因，中国牛肉产量现阶段远不能满足中国居民的消费需求。

■ 中国牛肉进口金额迅速增加

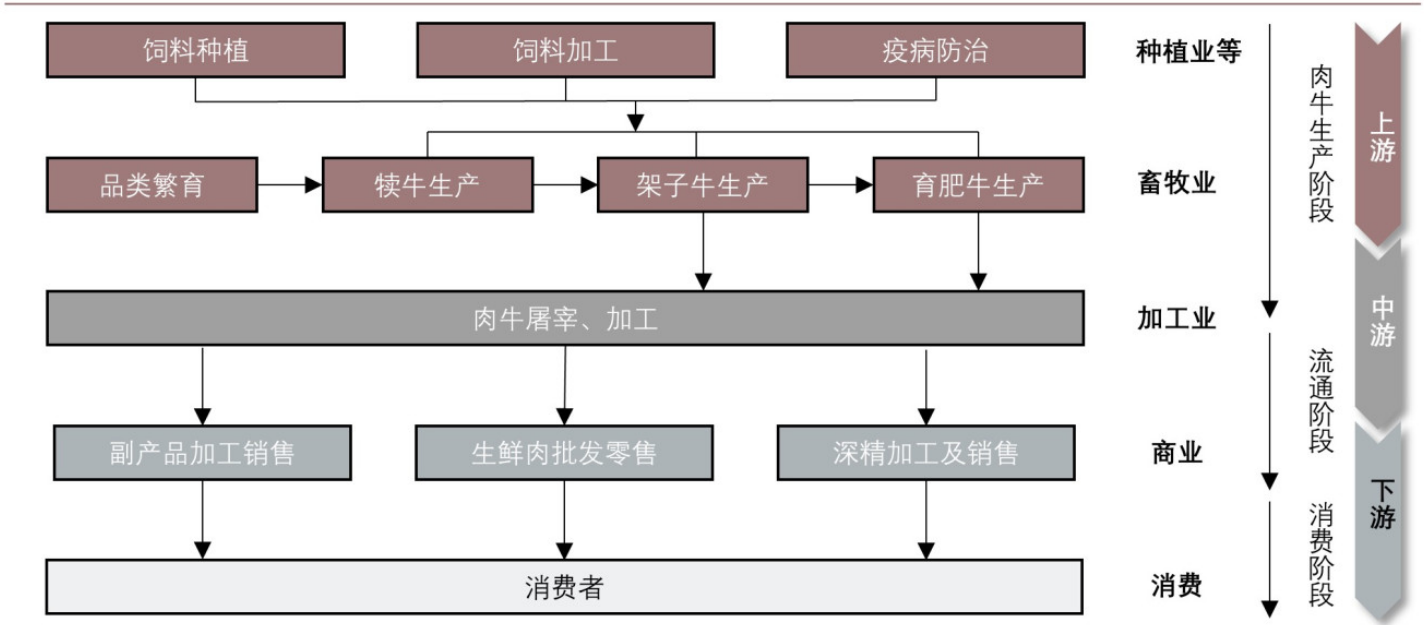
2017年至2021年间，中国牛肉进口金额迅速增长，平均年复合增长率达42%。2019年，受非洲猪瘟影响，为缓解猪肉短缺及价格过高的影响，中国牛肉进口量大幅上升，同年牛肉进口金额同比增加71.5%。近两年来，牛肉进口量稳步上升，但受新冠疫情的影响，中国进口牛肉检疫需求及难度提升，增速放缓。

来源：中华人民共和国海关总署，全国重点农产品市场信息平台，中国畜牧兽医信息网，头豹研究院

中国牛肉消费流通情况分析

牛肉消费的流通全程由肉牛生产、牛肉流通以及牛肉消费等环节组成，与具有关联关系的产业群组成了严密的网络结构

牛肉流通链条涉及产业环节



头豹

- 牛肉产业上游主要为肉牛的生产、加工阶段，中游为牛肉的流通阶段，下游为牛肉消费的阶段。牛肉产业链中越靠近消费者端，利润率相对更高。
- 牛肉消费的流通全程包括肉牛的生产、屠宰、加工及肉牛的流通消费

肉牛的生产、屠宰、加工及肉牛的流通消费是牛肉的三个主要流通环节，其中各个环节涉及行业采用了不同的商业模式，其中包括种植业、畜牧业、加工业和商业等

- 传统牛肉流通渠道的中上游由农贸市场、早市、国营食品店等批发市场或个体屠宰户组成，现阶段正逐渐现代化屠宰加工厂、大型超市、生鲜连锁店以及品牌专卖店等组成的现代流通体系转变。

来源：中国农业大学，南京农业大学经济管理学院，中国统计年鉴，头豹研究院

■ 中国牛肉消费产业链——消费者分析

中国牛肉消费需求呈现明显的城乡差异以及地区差异，城乡差异主要由于经济收入所导致，地区差异则主要由不同地区的经济状况、宗教信仰、环境、饮食习惯等导致

中国城镇和农村居民人均牛肉消费量，2020

中国各地区居民家庭人均牛肉消费量，2020



头豹

- 中国牛肉消费呈现明显的城乡差异，农村牛肉人均消费增速大于中国城镇人均牛肉消费增速，未来城乡居民间家庭人均牛肉消费量差距进一步减小。

2014年至2020年间，城镇居民人均牛肉消费量始终远高于农村居民人均牛肉消费量，其中城镇居民人均牛肉消费量年均复合增长率为7.38%，农村居民人均牛肉消费量复合增长率为8.43%，未来城乡居民间人均牛肉消费量差距预计将进一步减少。

- 受地区经济发展、宗教信仰、环境以及饮食习惯影响，中国西北地区、华南地区、东北地区人均牛肉消费量高于其他地区。

从地区上看，西北地区整体家庭人均牛肉消费量最高为3.1kg/年，这一方面是由于长期以来西部地区畜牧业发达，居民培养出了长期以牛肉为食的肉类消费习惯；另一方面是由于宗教信仰，以牛肉消费为主的少数民族聚集在西部至西北部地区，从而导致牛肉消费量相对更高。华南、东北地区人均消费仅次于西部地区，这两个地区人均牛肉消费量在2.7kg/年左右，主要是由于华南及东北地区畜牧业相对发达，且地区收入水平相对较高，消费能力较强，因此牛肉消费量也较高。

来源：南京农业大学经济管理学院，中国统计年鉴，中国农业大学，头豹研究院

未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对
下篇报告的内容有独到见解，头
豹欢迎您加入到此篇报告的研究
中。相关咨询，欢迎联系头豹研
究院消费行业研究团队
邮箱：gary.liu@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2022年中国牛肉消费市场调查报告：牛肉消费趋势已然形成，传统行业迎来新机遇？》

了解其他食品饮料系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2022年中国海鲜及火锅餐厅行业研究报告_七欣天
- 2022年中国冷冻烘焙行业：市场先发优势确立，^{头豹}冷冻烘焙未来增长可期
- 2022年中国奶酪棒行业：主攻家庭市场的百亿赛道
- 2021年中国低温鲜奶行业：乳制品产业高端升级，龙头企业持续加码布局
- 2021年中国植物肉品牌测评研究报告



www.leadleo.com

法律声明

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

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

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

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

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

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



添加右侧头豹分析师微信，身份认证后邀您进入行研报告分享交流微信群



详情咨询



客服电话

头豹
400-072-5588



上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



深圳

李先生： 13080197867

李女士： 18049912451



南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521