

# 2024年中国香港冰鲜鸡行业概览：剖析

## 冰鲜，领航味来

China Hong Kong Iced Fresh Chicken Industry

中国香港の冷やされた鶏産業

概览标签：香港、冰鲜鸡、香港冰鲜鸡市场

报告主要作者：陈庆民

2024/06

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。

# 目录

## CONTENTS

◆ 名词解释	-----	4
◆ 中国香港冰鲜鸡行业综述	-----	5
• 定义	-----	6
• 分类	-----	7
• 市场规模	-----	8
◆ 中国香港冰鲜鸡行业产业链分析	-----	9
• 产业链分析	-----	10
• 上游分析：成本分析	-----	11
• 中游分析：价格分析	-----	12
• 下游分析：产品分析	-----	13
◆ 中国香港冰鲜鸡行业分析	-----	14
• 发展趋势	-----	15
• 竞争格局	-----	16
◆ 中国香港冰鲜鸡行业企业分析	-----	17
• 温氏食品	-----	18
• 得宝食品	-----	19
• 顺兴食品	-----	20
◆ 方法论	-----	21
◆ 法律声明	-----	22



# 名词解释

- ◆ **新鲜鸡（活鸡、毛鸡）**：指现场屠宰的鸡，虽然能够使居民更易分清鸡的品种及鸡是否是病死鸡，但活禽是导致人类感染禽流感的直接源头，食品安全得不到有效的保障
- ◆ **冰鲜鸡**：指屠宰后经过冰水冷鲜、风冷，使鸡的胴体温度在1小时内降至0-4度，然后进行保鲜处理和包装，并在后续的加工、流通和销售过程中始终保持0-4度低温状态的鲜鸡。冰鲜鸡在食品安全、卫生方面有保障，且在低温下，能够抑制微生物的生长繁殖。
- ◆ **冷冻鸡**：指利用冷库冷冻技术，把经过屠宰的鸡快速降温使其冻结，低于-18度存储，销售时仍然是冻结状态的鸡。冷冻鸡在-18度下保存，具有更长的保质期。
- ◆ **冷链（Cold Chain）**：指在产品从生产到消费的整个过程中，保持产品在低温状态下的储存和运输系统，以确保食品的新鲜度和安全。
- ◆ **消费者偏好**：与活鸡相比，香港消费者更倾向于购买冰鲜鸡。一方面是因为冰鲜鸡价格更为亲民（如每只冰鲜鸡的价格在40~80港元之间，而活鸡的价格是冰鲜鸡的2~3倍），另一方面则是因为冰鲜鸡在口感、风味和新鲜度等方面都优于活鸡。
- ◆ **检疫（Quarantine）**：对动物产品进行的检查和隔离，以防止疾病传播。
- ◆ **可追溯性（Traceability）**：产品从生产到消费的整个供应链中，能够追踪产品来源和流向的能力。



# 第一部分：行业综述

## 主要观点：

- **高度依赖进口与严格食品安全监管：** 中国香港本地食品生产受限于土地和资源稀缺，因此冰鲜鸡市场严重依赖中国大陆等地的进口。与此同时，香港食品安全监管体系极为严格，对进口冰鲜鸡实施高标准的检验检疫程序，确保产品安全无疫病风险。这种高度监管环境促使供应商必须维持严格的品质控制，也是进入市场的一大门槛。
- **渠道多元化与消费习惯变革：** 市场销售渠道涵盖了大型超市、街市（传统湿货市场）、生鲜连锁店以及迅速发展的线上配送服务。随着生活节奏加快和消费者对便利性的追求，线上购物和即时配送服务的需求日益增长，推动行业向电商化和数字化转型。同时，市场正逐渐从传统的活鸡消费转向冰鲜鸡及熟食调理品，反映出现代消费者对食品安全、健康和便捷的重视。
- **品牌竞争激烈与差异化策略：** 香港冰鲜鸡市场竞争激烈，几大品牌如温氏、德宝、顺兴等，通过不同的市场策略争夺市场份额。企业间的竞争不仅体现在价格和产品质量上，更在于品牌建设、产品创新、渠道布局以及客户服务等方面的差异化竞争。例如，德宝通过自营店网络和高端产品定位脱颖而出，而其他企业则可能通过强化供应链效率、拓展产品线或深耕特定消费群体来巩固市场地位。在这个过程中，能否快速响应市场变化，有效利用数字化工具提升效率与顾客体验，成为企业成功的关键。

# 中国香港冰鲜鸡行业综述——定义

冰鲜鸡是指屠宰后经过冰水冷鲜、风冷，使鸡的胴体温度在1小时内降至0-4度，然后进行保鲜处理和包装，并在后续的加工、流通和销售过程中始终保持0-4度低温状态的鲜鸡

## 中国香港三种主要肉鸡（新鲜鸡、冰鲜鸡和冷冻鸡）分析

在现代食品供应链中，新鲜鸡（活鸡、毛鸡）、冰鲜鸡和冷冻鸡是三种主要的鸡肉产品形式。它们在生产加工、保存方式、市场需求、营养价值和口感等方面有显著差异，以下是对这些差异和特点的深入分析

### 冰鲜鸡



- **生产与保存：**冰鲜鸡是经过屠宰、初步处理后，立即在0°C到4°C的低温环境中储存和运输的鸡肉产品。冰鲜鸡在冷链系统中流通，保持鲜度和营养
- **优缺点：**冰鲜鸡的肉质和风味接近新鲜鸡，保留了较高的营养价值。低温储存延长了保质期，同时避免了冻结对肉质的损害；冰鲜鸡对冷链物流要求严格，运输和储存成本较高

### 新鲜鸡



- **活鸡：**是指未经宰杀的鸡，通常由农户或小型养殖场直接提供给市场或消费者；消费者认为活鸡最新鲜，可以确保肉质优良，符合传统饮食习惯
- **毛鸡：**是指经过宰杀但未进行进一步加工处理的鸡，通常只去除羽毛和内脏。毛鸡销售在传统市场较为常见，消费者购买后自行进行后续处理；毛鸡相比活鸡，处理卫生条件有所改善，方便消费者直接使用，减少了宰杀环节的不便

### 冷冻鸡



- **生产与保存：**冷冻鸡在屠宰和初步处理后，迅速在-18°C以下的低温环境中冻结储存。冷冻鸡可以长期保存，通常用于大规模生产和远距离运输
- **优缺点：**冷冻鸡保存期限长，便于库存管理和跨地区销售。冷冻技术使鸡肉在较长时间内保持可食用状态，降低了食品浪费；冷冻过程和解冻过程可能导致鸡肉细胞破裂，影响肉质和口感，风味相对逊色

## 头豹洞察

- **新鲜度与营养：**新鲜鸡（特别是活鸡）被认为是最鲜的，营养价值最高；冰鲜鸡次之，保持了大部分的鲜度和营养；冷冻鸡虽然保存时间长，但在鲜度和口感上略逊一筹。
- **市场需求：**新鲜鸡主要面向传统消费市场，适合对新鲜度要求高的消费者；冰鲜鸡适合现代城市消费者，追求便利与高品质的平衡；冷冻鸡则适合大规模采购和长时间存储的需求，广泛应用于食品加工企业和大规模餐饮服务。
- **供应链与成本：**新鲜鸡的供应链较短，但卫生和疫病管理复杂；冰鲜鸡的冷链物流成本高，但保持了高品质；冷冻鸡的物流和存储成本相对较低，适合长距离和长时间的流通



# 中国香港冰鲜鸡行业综述——分类

冰鲜鸡行业按照养殖方式可分为放养鸡、笼养鸡和散养鸡，产品形态包括整鸡冰鲜、分割冰鲜以及经过初步加工的冰鲜调理品，满足不同消费者需求

## 中国香港冰鲜鸡分类

### 中国香港冰鲜鸡分类

#### 按照养殖方式

放养鸡

笼养鸡

散养鸡

#### 放养鸡

- 放养鸡在开放环境中生长，通常在山地、林地或田园中活动，自然觅食为主，补充人工饲料
- 放养鸡由于运动量大，肉质更加紧实，脂肪含量较低。放养鸡的生长周期较长，生产成本高，市场价格也相对较高

#### 笼养鸡

- 笼养鸡在密闭的养殖环境中生长，使用人工饲料，严格控制生长环境的温度、湿度和光照
- 笼养鸡的养殖成本低，生产效率高。由于密集养殖，笼养鸡容易受疾病影响，需要更多的药物预防和治疗

#### 散养鸡

- 散养鸡在半开放的环境中生长，结合了放养和笼养的特点，既有自然觅食，又有人工饲料
- 散养鸡的运动量适中，肉质介于放养鸡和笼养鸡之间；散养鸡的市场定位中高端，适合追求品质的消费者

#### 按照产品类型

整鸡冰鲜

分割冰鲜

冰鲜调理品

#### 整鸡冰鲜

- 整鸡冰鲜通常适合家庭聚餐或特定节日消费；满足了部分消费者对“整鸡全形”的传统偏好
- 整鸡冰鲜强调原始风味与家庭传统烹饪方式的结合，适合追求原汁原味的家庭消费者，但需一定的烹饪技巧和时间

#### 分割冰鲜

- 分割鸡是指将整鸡按照部位分割处理后销售，如鸡腿、鸡胸、鸡翅等，便于不同烹饪需求选购
- 分割冰鲜满足了现代消费者对便利性需求，简化了烹饪前的准备工作，特别是对于特定部位有偏好的消费者而言

#### 冰鲜调理品

- 冰鲜调理品在冰鲜鸡的基础上进行了初步加工，如腌制、调味等，适合忙碌的都市人群
- 冰鲜调理品进一步适应了快节奏的需求，通过预先调味和加工，极大缩短了烹饪时间，但会牺牲食材的原始风味

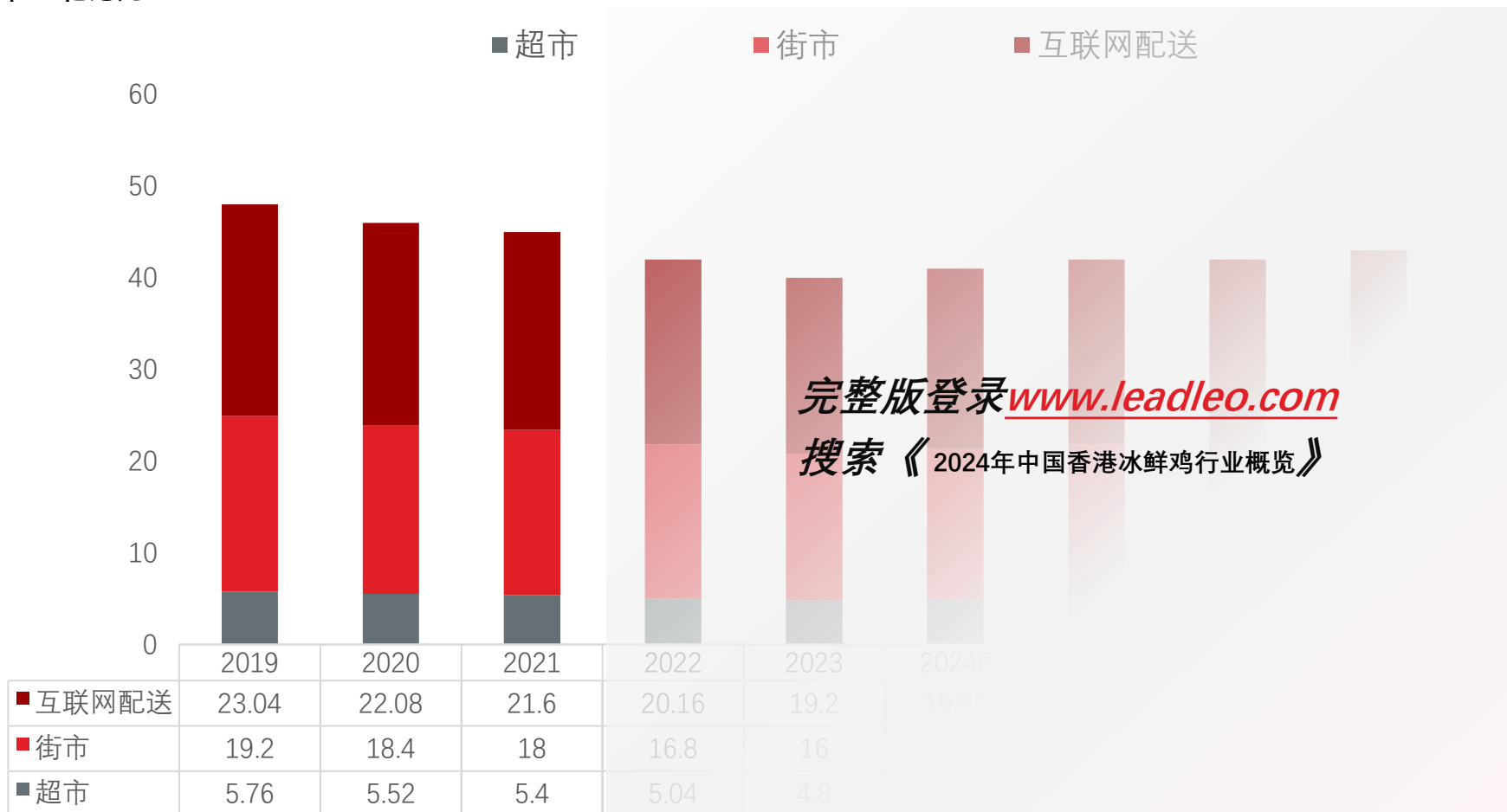


# 中国香港冰鲜鸡行业综述——市场规模

2023年香港冰鲜鸡市场规模达40亿港币，面临人口减少50万的挑战，市场通过互联网配送、超市、街市等多元化渠道策略有效应对，实现了在逆境中的结构调整与消费需求的灵活满足

中国香港冰鲜鸡市场规模，2019-2027年预测

单位：亿港元



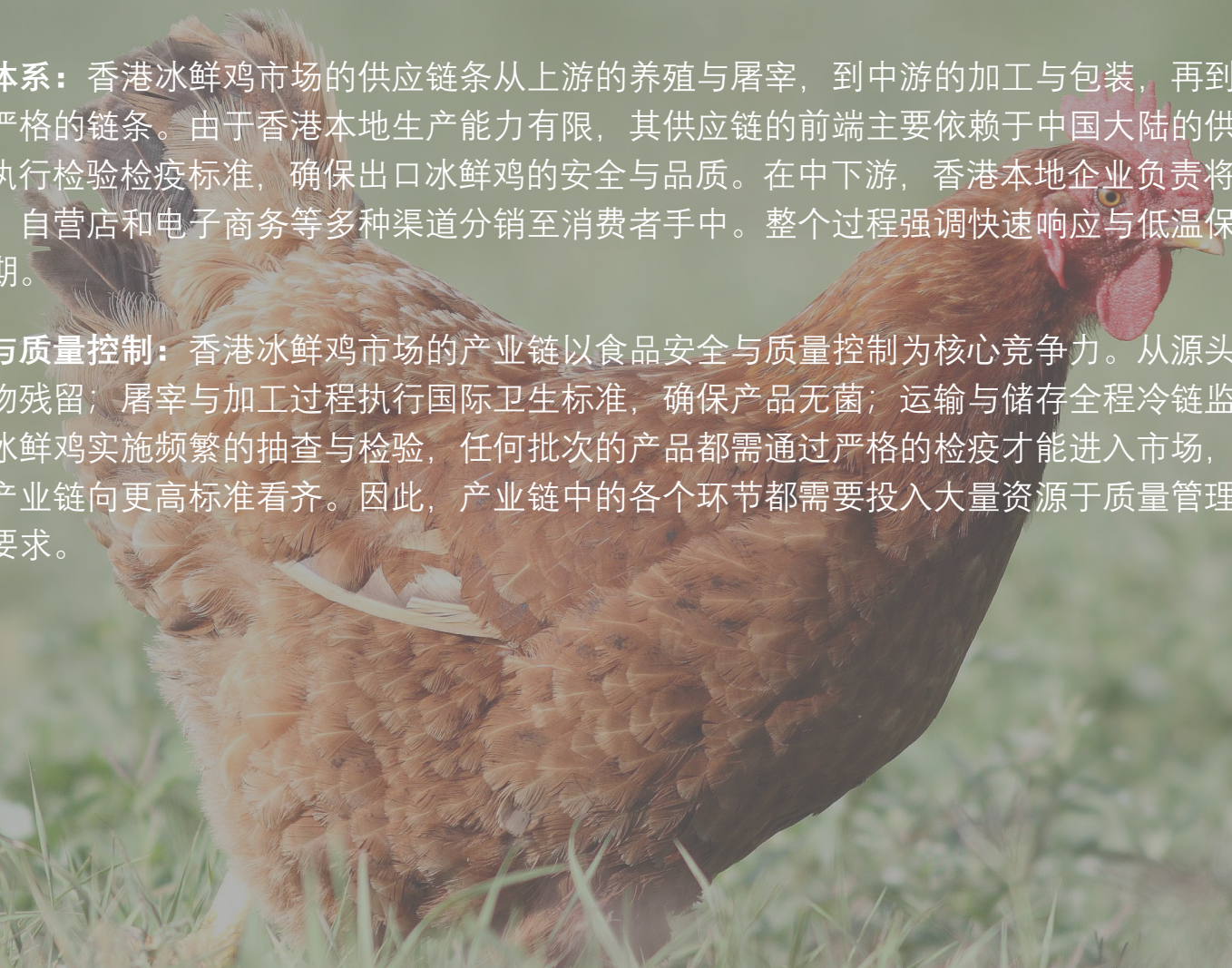
## 头豹洞察

- 人口变化是影响市场规模的重要因素。过去三年，香港人口减少了50万，这无疑对冰鲜鸡市场产生了直接的影响。人口减少意味着消费者基数的缩小，消费需求自然随之下降。尤其是香港这样一个高度城市化的地区，人口的减少不仅仅影响到食品消费市场，还对整体经济环境造成了一定的负面影响。居民减少，消费力下降，市场需求自然疲软。这种趋势在2023年尤为明显，冰鲜鸡市场规模的缩量也成为了不可避免的现实。此外，随着全球经济的不确定性增加，消费者在食品消费上的支出也更加谨慎，进一步压缩了市场的增长空间。面对这样的挑战，冰鲜鸡行业亟需在产品创新、渠道拓展以及市场营销策略上做出调整，以应对未来可能更加严峻的市场环境

## 第二部分：产业链分析

### 主要观点：

- **紧密联结的供应链体系：**香港冰鲜鸡市场的供应链条从上游的养殖与屠宰，到中游的加工与包装，再到下游的分销与零售，形成了一个高度协同且监管严格的链条。由于香港本地生产能力有限，其供应链的前端主要依赖于中国大陆的供应商，尤其是广东省的云浮等地，这些地区严格执行检验检疫标准，确保出口冰鲜鸡的安全与品质。在中下游，香港本地企业负责将进口冰鲜鸡进一步加工、分拣，并通过超市、街市、自营店和电子商务等多种渠道分销至消费者手中。整个过程强调快速响应与低温保鲜技术的应用，以维持产品的新鲜度和延长货架期。
- **高标准的食物安全与质量控制：**香港冰鲜鸡市场的产业链以食物安全与质量控制为核心竞争力。从源头开始，养殖环节需遵守严格的用药规定，避免药物残留；屠宰与加工过程执行国际卫生标准，确保产品无菌；运输与储存全程冷链监控，减少污染风险。香港政府及相关机构对进口冰鲜鸡实施频繁的抽查与检验，任何批次的产品都需通过严格的检疫才能进入市场，这不仅保障了消费者的健康安全，也促进了整个产业链向更高标准看齐。因此，产业链中的各个环节都需要投入大量资源于质量管理体系的建设和维护上，以满足香港市场的高标准要求。





# 中国香港冰鲜鸡行业产业链分析——产业链分析

香港冰鲜鸡行业的产业链主要分为，上游，黄羽肉鸡等肉鸡的养殖与供应；中游，屠宰、加工、冷链运输等环节；下游，零售和餐饮服务，包括超市、餐饮店等，为消费者提供新鲜、安全的冰鲜鸡产品

## 中国香港冰鲜鸡产业链图谱



来源：专家访谈，品牌官网，头豹研究院

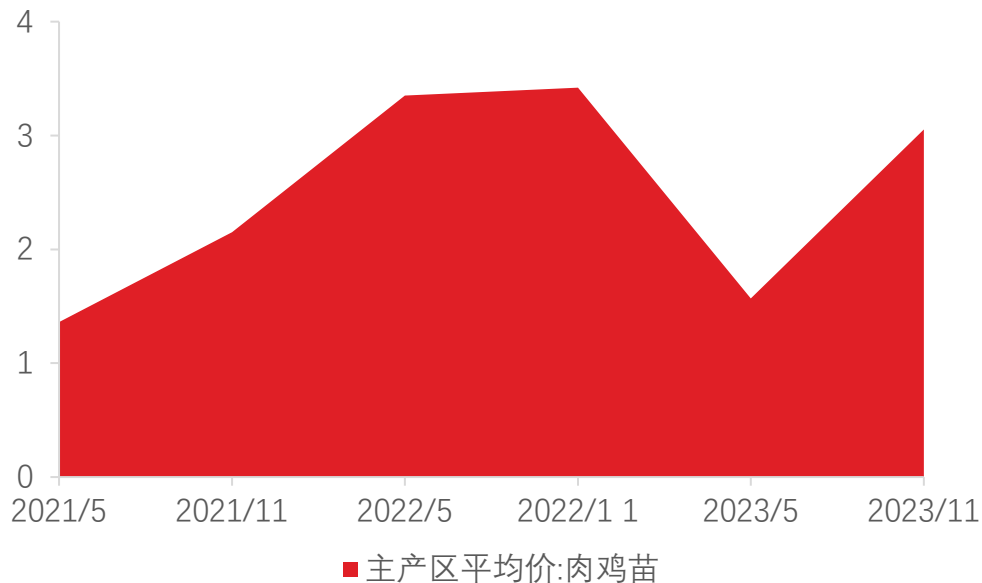


# 中国香港冰鲜鸡行业产业链分析——上游分析

肉鸡苗市场目前处于低迷状态，而父母代鸡苗市场则相对稳定并呈现出一定的增长趋势。养殖户在采购鸡苗时需要根据自身情况和市场走势做出合理的决策

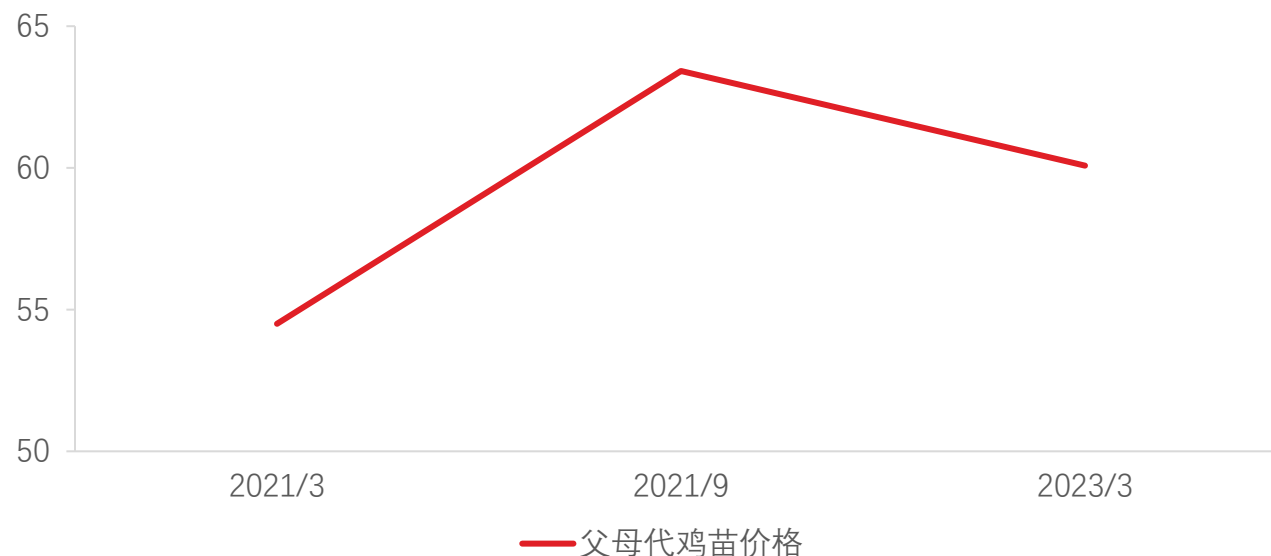
## 中国肉鸡苗价格走势分析，2021-2023年

单位：元/公斤



## 中国父母代鸡苗价格走势分析，2021-2023年

单位：元/套



❑ **肉鸡苗价格现状：**当前肉鸡苗价格为2.33元/羽，与上周相比下降了18.25%，两周累计下跌12.74%。这一显著的跌幅表明市场对肉鸡苗的需求疲软，或是供应过剩导致的价格压力。

❑ **供应充足：**肉鸡苗整体供应量基本充裕，这可能与前期养殖户对肉鸡养殖的热情较高有关，导致鸡苗产量增加。然而，在价格持续下跌的背景下，部分养殖户可能会减少补栏量，以控制成本。

❑ **现状与趋势：**2024年第22周(5.27-6.2)父母代鸡苗价格为39.91元/套，周环比+0.23%，两周环比+1.95%。相较于肉鸡苗市场的低迷，父母代鸡苗表现出相对稳定且略有上升的态势，这可能与行业对未来市场预期的调整有关，即尽管当前肉鸡市场不景气，但业界对远期市场复苏有一定的信心，从而对父母代鸡苗的长期投资仍保持乐观。

❑ **供应链上游调整：**父母代鸡苗作为产业链的上游，其价格变动可能滞后于终端产品市场反应，且受生产周期长、调整难度大等因素影响，价格波动相对平缓。

来源：专家访谈，野生菌大全，头豹研究院

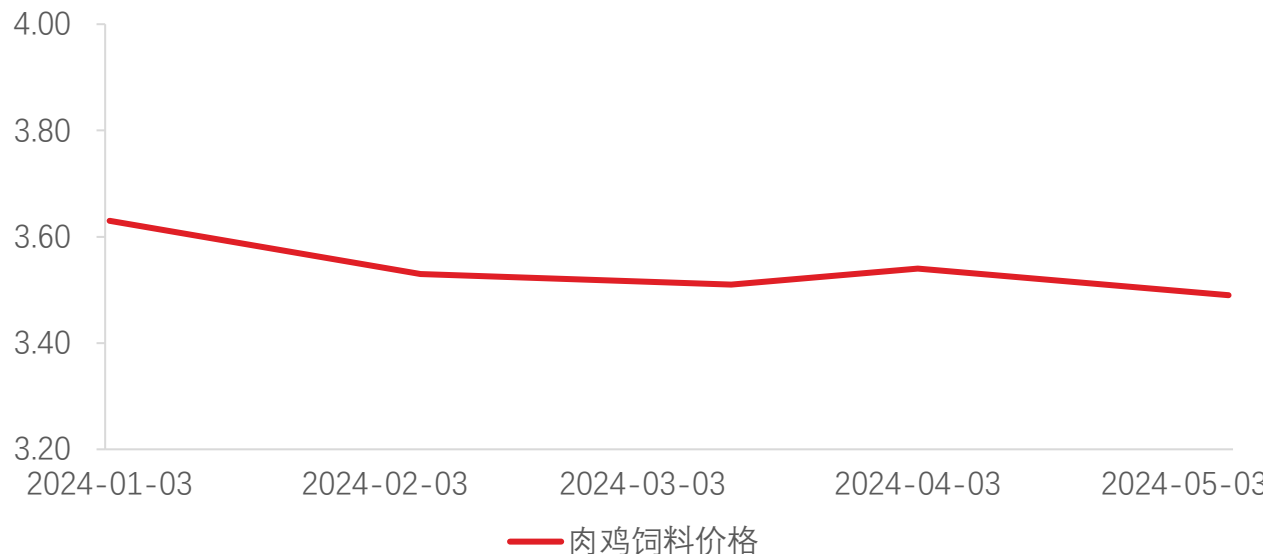


# 中国香港冰鲜鸡行业产业链分析——中游分析

中国肉鸡配合饲料的价格在2024年上半年呈现出显著的稳步下降趋势。这种价格变化可能由多种因素共同作用导致，如全球谷物市场价格的回调、饲料供应的充足以及养殖需求的季节性调整等

## 中国肉鸡饲料价格走势分析，2024年

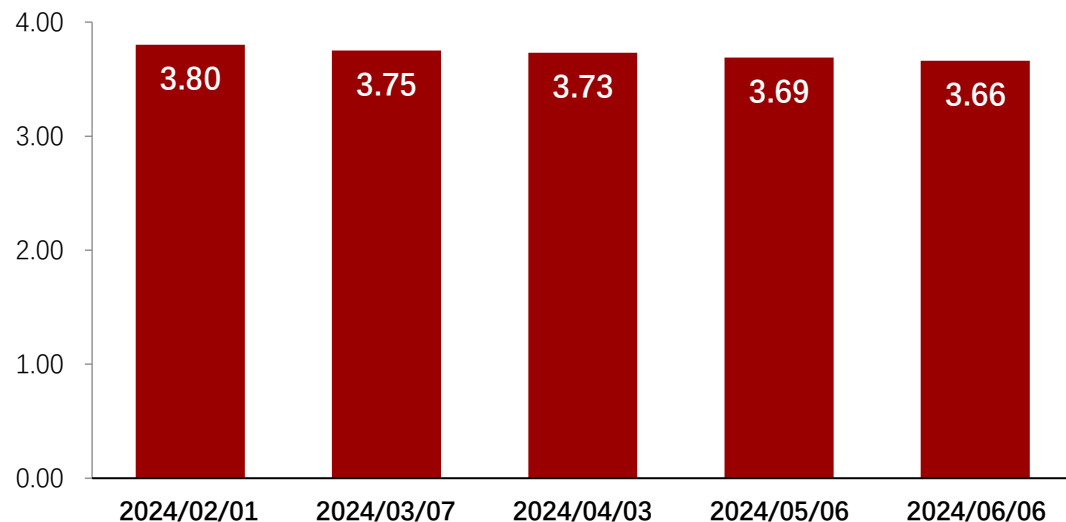
单位：元/公斤



- **总体趋势：**自2024年1月3日起，中国肉鸡饲料的价格从每单位3.63元开始逐步走低，直至同年5月8日的每单位3.49元。在此期间，尽管市场价格经历了若干次波动，具体表现在2024年2月7日以及3月13日、3月20日、3月27日和4月3日、4月10日的价格上涨，总体来看，价格走势呈现下降态势。
- **价格波动影响：**这一价格下降趋势可能由多重因素驱动。原料成本降低、市场竞争加剧以及饲料利用率的提升都可能是促成因素。对养殖户而言，这降低了成本并提升了收益，而饲料生产商则需灵活应对市场变化，以维持竞争力。

## 中国配合饲料(肉鸡)价格走势分析，2024年

单位：元/公斤



- **总体趋势：**中国肉鸡配合饲料的价格在2024年1月至6月期间呈现出一个稳步下降的趋势。从2024年2月1日的3.89元开始，到同年6月6日的3.66元，价格连续6个月呈现下滑态势。
- **趋势分析：**此价格下降趋势可能受全球谷物市场价格回调、供应充足及养殖需求季节性调整等多重因素影响。对养殖户而言，短期内成本压力的缓解有利于提升盈利空间，但长期需关注饲料原料市场的稳定性及潜在的波动风险，适时调整库存管理和成本控制策略，以应对未来可能的价格反转。

# 中国香港冰鲜鸡行业产业链分析——下游产品情况

香港冰鲜鸡产品在价格、种类、包装及品牌等方面各具特色，能够满足不同消费者的需求和偏好。市场应进一步推广这些产品的独特卖点，以吸引更多消费者关注和购买

## 中国香港冰鲜鸡产品情况



### 湛江鸡

- 价格：HK\$102.00
- 特点：价格最高，因为淮江鸡本身的独特品质和品牌价值。通常这种高价产品会有更好的饲养环境和饲料，肉质鲜美，适合用来做高档菜肴



### 清远鸡

- 价格：HK\$78.00
- 特点：清远鸡是中国广东省清远市的地理标志产品，以其皮薄肉嫩、味道鲜美著称。饲养环境通常较为自然，注重鸡只的健康成长



### 文昌鸡

- 价格：HK\$67.00
- 特点：文昌鸡产自海南文昌地区，以其肉质鲜美、营养丰富而受到欢迎。饲养方式多样，但通常注重自然放养



### 乌鸡

- 价格：HK\$47.00
- 特点：价格最低，乌鸡以其独特的药用价值和营养价值受到青睐，适合炖汤和药膳。适合滋补汤品和药膳料理，如乌鸡汤、乌鸡炖药材等



### 沙姜鸡

- 价格：HK\$61.00
- 特点：以姜和盐调味，突出了姜的辛香和盐的鲜味。产品包装标明“微波炉可用”，说明其使用方便。适合忙碌的家庭或个人，快速加热即可食用



### 客家咸鸡

- 价格：HK\$49.00
- 特点：客家风味的咸鸡，味道浓郁，具有传统的客家咸香味。价格较低，具有较高的性价比。适合喜欢咸香口味的消费者



### 黄油鸡

- 价格：HK\$60.00
- 特点：采用黄油或特制油料腌制，使其味道香浓，肉质嫩滑。适合用于西餐料理或中西合璧的菜肴，增加菜品的丰富性和口感



### 盐焗鸡

- 价格：HK\$77.00
- 特点：传统的盐焗方法制作，肉质紧实，味道鲜美，保留了鸡的原汁原味。价格适中，较为受欢迎。是家庭聚餐或朋友聚会的理想选择

## 第三部分：行业分析

### 主要观点：

- **消费者偏好的转变与健康意识提升：**随着公众对食品安全和健康饮食意识的增强，以及对禽流感等传染病防控意识的提高，越来越多的消费者倾向于选择经过严格处理和检验的冰鲜鸡产品。中国香港市场见证了从活禽向冰鲜鸡消费的逐步转移，这不仅是因为政府政策的引导，也是消费者主动选择的结果。例如，政府在应对禽流感时采取的暂停活鸡供应措施加速了这一过程，促使消费者习惯于购买冰鲜鸡。
- **品牌集中度与差异化竞争：**中国香港冰鲜鸡市场竞争激烈，市场上存在若干知名品牌与供应商，如温氏等大型企业已占据一定市场份额。这些企业在保证产品质量的基础上，通过品牌建设、产品多样化（如不同品种、口味的冰鲜鸡）、以及提供增值服务（如便捷的配送服务、定制化包装）来实现差异化竞争。小型企业或新进入者则需寻找细分市场或创新点以获得立足之地。



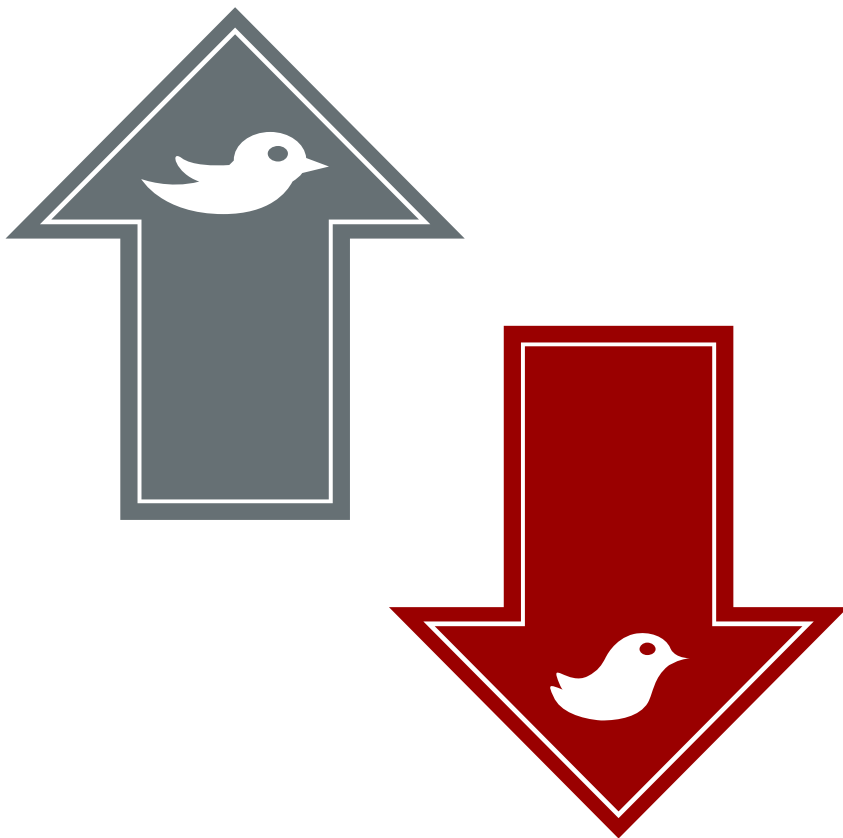
# 中国香港冰鲜鸡行业分析——发展趋势

香港冰鲜鸡市场未来发展需适应消费者需求多样化和购买习惯变化。企业需紧跟市场趋势，调整战略，如强化熟食布局、深化数字化应用、探索合作与特色化发展，以保持竞争力并实现可持续发展

## 中国香港冰鲜鸡行业发展趋势

### 市场转型趋势

- ❑ **向熟食和调理品的转型：**随着消费者生活方式的变化，尤其是疫情期间居家消费习惯的形成，对即食性和便捷性的需求显著增加，促使冰鲜鸡市场向熟食和调理品领域拓展。这一转型不仅反映了消费者偏好的变化，也为企业提供了新的增长点。领先企业需把握这一趋势，通过研发更多样化的熟食和调理品，满足消费者对健康、快捷餐饮解决方案的需求，同时利用品牌效应和现有渠道资源快速占领市场。
- ❑ **生鲜连锁店的兴起：**随着生鲜连锁店逐步侵蚀传统商超的市场份额，企业应加强与这类新兴渠道的合作，利用其便捷性和新鲜度优势，拓宽销售网络。数字化工具，如在线下单、智能库存管理和快速物流配送，将成为提升客户体验和配送效率的关键。领先企业应加快数字化转型，整合线上线下资源，打造无缝的购物体验。



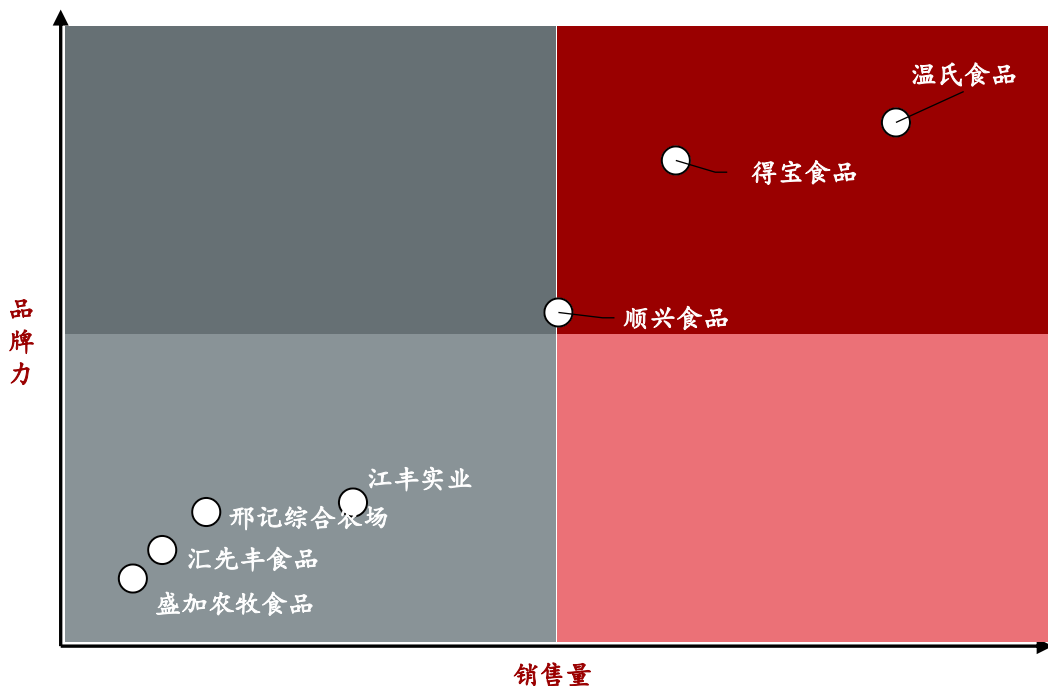
- ❑ **大企业策略：**领先企业如温氏、德宝、顺兴等，应进一步优化供应链管理，确保从生产到终端的高效运作，同时加大研发投入，推出符合市场趋势的新产品。利用大数据分析消费者行为，定制化营销策略，提高市场响应速度。此外，通过并购或合作，整合上下游资源，扩大市场份额，巩固龙头地位。
- ❑ **小规模企业策略：**面对资源和规模限制，小企业应聚焦差异化竞争策略，例如开发具有地方特色或健康概念的冰鲜鸡产品，深耕细分市场。通过与其他小企业或地区供应商合作，共享资源，降低成本，提高市场竞争力。同时，利用社交媒体和社区营销，建立品牌忠诚度，提升品牌知名度。在渠道选择上，可以侧重于线上平台和本地社区店，减少对传统大渠道的依赖，灵活适应市场变化。

### 企业应对策略

# 中国香港冰鲜鸡行业分析——竞争格局

温氏、德宝、顺兴等企业通过不同的渠道策略成功占据了市场领先地位，但面对市场的不断变化，无论是领先企业还是中小型企业，都需要不断创新和调整策略，以适应消费者行为的变化和行业发展趋势

中国香港冰鲜鸡行业竞争格局



- 温氏、德宝和顺兴在超市、街市（生鲜店）和配送方面的市场策略各有侧重，温氏在超市和配送渠道占据优势，通过完善的冷链物流确保产品品质；德宝在地方街市和生鲜店表现强劲，尽管配送依赖第三方，但通过中小型超市扩大市场份额；顺兴则在社区型街市和生鲜店占据重要位置，采用灵活的配送策略优化成本和效率。

中国香港冰鲜鸡行业互联网配送表现情况，2023年

品牌	超市 (万只)	街市 (万只)	互联网配送 (万只)
温氏食品	完整版登录 <a href="http://www.leadleo.com">www.leadleo.com</a>		
广东得宝食品	120.45	搜索《2024年中国香港冰鲜鸡行业概览》	
惠州顺兴食品	106.65		
江丰实业股份	50.00		

- 2023年，这四家企业的市场份额持续扩张，温氏凭借综合实力适应市场变化，得宝在地方市场中保持优势，顺兴通过广泛布局和灵活策略保持竞争力。排名第六之后的企业由于销售量较小，市场地位存在变数，需要在细分市场中找到竞争优势。

来源：淘宝，京东，抖音，飞瓜数据，头豹研究院



## 第四部分：企业分析

### 主要观点：

- 温氏食品集团，作为行业的龙头企业，以其深厚的行业经验和卓越的品质追求，连续20年为香港供应高品质鸡、猪、鸽等农产品。其全产业链优势和品牌知名度，确保产品质量与安全，深受市场信赖。
- 得宝食品有限公司，作为拥有香港自营店的冰鲜鸡及熟制品供应商，凭借其高品质、新鲜的产品和定制化服务，成为香港市民餐桌上的常客。其独特的口味和精致的工艺，赢得了广大消费者的喜爱和认可。
- 顺兴食品集团，专注于冰鲜鸡批发和餐饮渠道，以其无添加、口感新鲜的冰鲜鸡产品和传统美食制作工艺，赢得市场的广泛认可。其对食材的严格把控和对工艺的精益求精，使其在竞争激烈的市场中脱颖而出。





# 中国香港冰鲜鸡行业企业分析——温氏食品

作为全渠道均衡布局的领导者，温氏凭借其在超市、街市及配送的广泛覆盖，以及对产品质量的严格把控，树立了行业标杆，致力于提供健康、安全的冰鲜鸡产品

## 温氏食品集团股份有限公司

### 企业概况

温氏食品集团，作为行业的领军企业，始终秉持着对食品安全的严格把控和对品质的执着追求。连续20年来，他们为香港市民源源不断地供应着高品质的鸡、猪、鸽等农产品，成为香港市民餐桌上不可或缺的信赖之选。温氏之所以能做到这一点，源于其独特的全产业链优势，从养殖到加工再到销售，每一个环节都严格把控，确保产品的每一道工序都符合高标准。同时，温氏的品牌知名度也在市场中享有盛誉，他们的产品不仅口感鲜美，而且质量可靠，深受市场信赖。

### 竞争优势

#### 全渠道布局

温氏在超市、街市、配送渠道均衡布局，确保了产品广泛的市场覆盖；拥有庞大的生产基地和完善的供应链体系，能够稳定供应高质量的冰鲜鸡产品

#### 品牌影响力大

温氏作为行业内的龙头企业，其品牌知名度和美誉度较高，消费者对温氏品牌的信任度也较高；长期稳定的质量控制和食品安全记录为其建立了良好的品牌形象

#### 供应链管理

温氏强大的供应链体系确保了从养殖到销售的全程可追溯，提高了产品的信任度。这一体系不仅有效保证了食品安全，也让消费者在享受美味的同时，更加安心

### 公司产品矩阵

1

#### 冰鲜鸡

包括不同重量和包装规格的冰鲜鸡，以满足不同家庭和餐饮业的需求

2

#### 熟食和调理品

如熟鸡肉、鸡肉串、鸡肉丸等预制菜品，迎合消费者对便捷食品的需求

3

#### 有机及高端产品

有机鸡肉和无抗生素鸡肉，以迎合高端市场和健康消费趋势

### 营销策略



#### 品牌营销

通过广告、媒体宣传和公关活动提升品牌知名度，塑造高品质和健康的品牌形象



#### 数字化营销

利用社交媒体、电商平台和自有APP进行推广，增加线上销售和客户互动



#### 合作推广

与大型超市和餐饮连锁合作，开展联合促销和品牌活动，扩大市场影响力

# 中国香港冰鲜鸡行业企业分析——得宝食品

得宝食品除了常规冰鲜鸡产品外，特别注重高端和特色产品线，如有机鸡、草饲鸡等，满足高端市场的需求。其产品矩阵还包括通过自营店独家销售的特色调理鸡制品，增强了产品差异化

## 广东得宝食品有限公司 企业概况

得宝食品有限公司是一家位于广东省江门市台山市的企业，专注于家禽屠宰和肉食品加工。自2009年成立以来，得宝凭借其先进的生产技术和严格的质量管理体系，成为广东省农业重点龙头企业。公司获得多项荣誉，包括《出口食品生产企业备案证明》和“广东省菜篮子基地”等称号，展现了其在行业内的领先地位。得宝拥有550多名员工，其中不乏拥有25年经验的资深管理人员和技术人才，为公司提供了强大的人才和技术支撑。公司不断升级生产线，研发新型机械设备，提高自动化和生产效率，确保产品质量安全。

## 营销策略



### 体验式营销

利用自营店开展烹饪展示、品尝活动，增强顾客体验



### 口碑营销

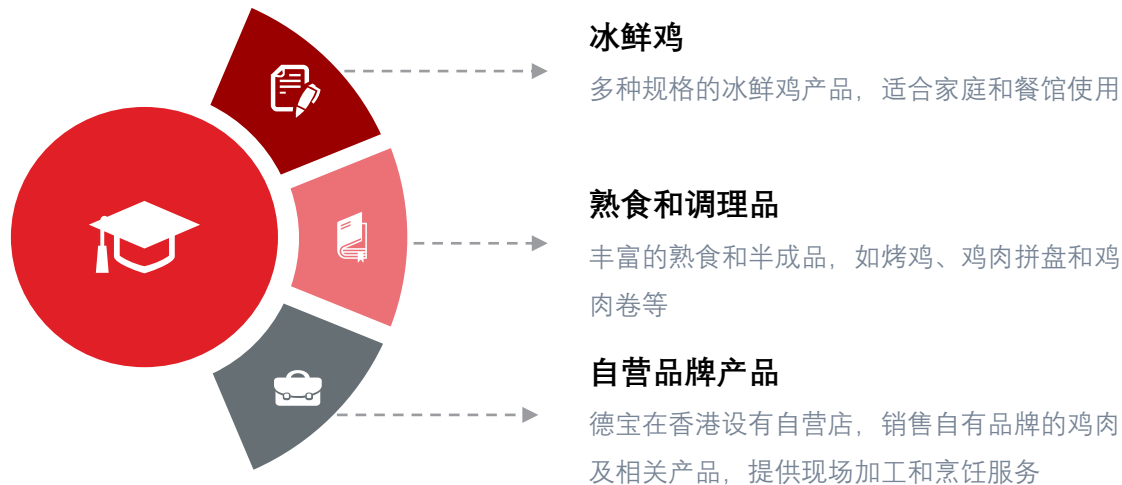
通过高质量产品和服务建立良好口碑，促进顾客推荐



### 合作推广

与高端餐厅、酒店合作，将产品融入高端消费场景

## 公司产品矩阵



## 竞争优势

### 自营店优势

得宝在香港拥有自营店，能够直接面对消费者，提供更直接、更便捷的服务

### 产品新鲜度

得宝注重产品的新鲜度，通过先进的冷链配送系统确保产品从生产到销售过程中的新鲜度

### 定制化服务

得宝能够根据消费者的需求提供定制化的产品和服务，满足消费者的个性化需求

# 中国香港冰鲜鸡行业企业分析——顺兴食品

顺兴的产品矩阵以大众市场为主，覆盖日常消费所需的各类冰鲜鸡产品，同时也注重性价比高的家庭装和节日促销套装，满足家庭用户的集中采购需求

## 惠州顺兴食品有限公司

### 企业概况

顺兴食品集团，一直深耕于冰鲜鸡批发和餐饮渠道，致力于为消费者提供健康、美味的食品选择。他们严格把控原料来源，坚持使用无添加的原材料制作冰鲜鸡产品，确保产品的纯天然和健康。顺兴的冰鲜鸡产品口感鲜嫩，肉质饱满，每一口都能品尝到鸡肉的原汁原味。除了优质的冰鲜鸡产品，顺兴食品集团还注重传统美食制作工艺的传承与创新。他们深入研究传统烹饪方法，结合现代科技手段，打造出既符合现代人口味又保留传统风味的独特美食。

### 营销策略

#### 品牌建设

秉承着“真材实料、诚信为本”的经营理念，严格挑选材料



#### 社区营销

通过社区活动、促销活动和会员日等方式，加强与社区消费者的联系和互动

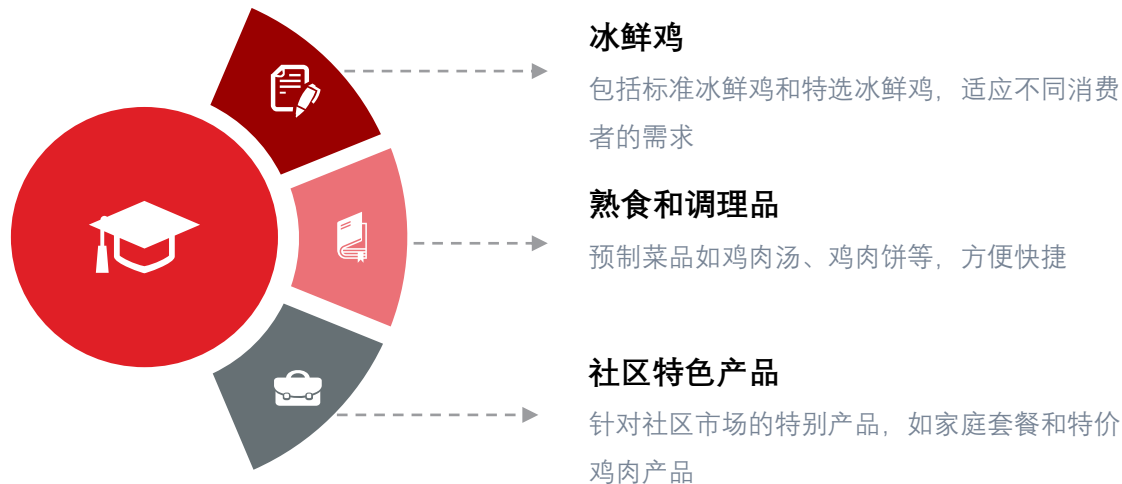
#### 价格策略

实施灵活的价格策略，通过特价促销和家庭套餐等方式，吸引价格敏感型消费者

#### 品质保证

强化品质控制，确保产品新鲜度和安全性，通过产品质量赢得消费者信任和口碑

### 公司产品矩阵



### 竞争优势

#### 社区渗透力

顺兴在社区市场中有深厚的基础，通过大量小型生鲜店和社区活动与消费者建立紧密联系

#### 成本控制

通过灵活的供应链和配送策略，有效控制成本，提供具有价格竞争力的产品

#### 客户忠诚度

通过长期的市场耕耘和高质量服务，顺兴在社区市场中积累了大量忠实客户

# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，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，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，不构成任何证券或基金投资建议。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，概不构成任何广告或证券研究报告。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。本报告所载的资料、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，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均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。



# 头豹业务合作

## 会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

## 定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

## 定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

## 联系我们



### 业务热线

袁先生：15999806788

李先生：13080197867

## 招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

## 市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

## 云实习课程

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

