

2024-

2030年中国猪肉市场销售规模及竞争前景预测报告 ~

目录

- 一、 中国猪肉市场现状分析3
 - 1. 猪肉消费规模及趋势3
 - 近年来中国猪肉消费量变化3
 - 未来消费者需求预测.....5
 - 地区差异化消费特点.....6
 - 2. 产能供需格局及价格走势7
 - 中国养殖规模、产量分析.....7
 - 国内猪肉库存水平与进口趋势.....9
 - 猪肉价格波动因素及影响机制.....10
 - 3. 行业链条结构及参与主体12
 - 从生产到消费的各个环节.....12
 - 主要企业、品牌及市场份额分析14

中小养殖户发展现状.....	15
二、 中国猪肉市场竞争格局与未来趋势.....	17
1. 企业集中度及竞争态势	17
大型养猪企业扩张趋势分析	17
品牌化竞争及差异化策略.....	20
区域性企业竞争优势特点.....	22
2. 技术创新与产业升级方向.....	23
智能养殖、生物技术应用现状.....	23
猪场管理模式转型升级	25
产品结构调整及高品质猪肉需求	26
3. 市场细分化发展趋势.....	28
生态圈农业、有机猪肉市场潜力	28
在线销售平台及新零售模式发展	30
定制化服务与个性化消费需求.....	32
三、 中国猪肉市场投资策略与风险分析.....	34
1. 投资机会及风险评估.....	34
新技术研发、产业链延伸的投资方向	34
市场波动、政策变化带来的风险因素	36
2024-2030年中国猪肉市场风险因素预测	38
企业财务状况、发展战略的风险控制	38
2. 政策环境及支持措施.....	40

国家对猪肉行业发展的政策引导40

地方政府扶持力度及产业发展规划.....41

相关法律法规对市场运行的影响43

摘要

中国猪肉市场在2024-

2030年期间将呈现稳健增长态势，预计市场销售规模将从2023年的约1.5万亿人民币持续攀升，至2030年达到2.2万亿人民币左右，增速保持在每年3%5%之间。这一增长主要受中国人口结构变化、消费升级和猪肉产品多元化发展等因素驱动。随着城镇化进程加快，中国人均可支配收入水平提升，对优质猪肉产品的需求将持续增长。同时，科技创新不断推动养殖业现代化转型，提高生产效率和产品质量，也将为市场增长的注入新的动能。未来，竞争格局将更加多元化，大型龙头企业凭借规模效应、技术优势和品牌影响力继续占据主导地位，但中小企业借助新兴渠道和精准营销策略也有望获得发展空间。 因此，在2024-2030年间，中国猪肉市场将迎来新的发展机遇，产业链各环节应积极应对市场变化，加强合作共赢，实现可持续发展。

指标	2024年预估 值	2025-2030年平均增长率 (%)
产能 (万吨)	1.98	2.5%
产量 (万吨)	1.86	2.0%
产能利用率 (%)	94.0%	-1.0%
需求量 (万吨)	1.95	1.2%
占全球比重 (%)	48.7%	-0.5%

一、 中国猪肉市场现状分析

1. 猪肉消费规模及趋势

近年来中国猪肉消费量变化

根据国家统计局数据，2017年中国居民人均猪肉消费量为38.9公斤，2018年降至36.2公斤，2019年回升至37.5公斤。

2020年非洲猪瘟疫情爆发后，猪肉供应受到严重冲击，导致价格暴涨，人均消费量下降至34.7公斤。2021年随着疫情防控取得积极成果，猪肉生产逐步恢复，人均消费量回升至36.9公斤。

2022年中国居民人均猪肉消费量为37.5公斤，基本回归疫情前的水平。

这种波动性主要源于多种因素影响：

疫情冲击:非洲猪瘟疫情对中国猪肉产业造成了巨大打击，导致生猪存栏数量大幅减少，猪肉供应紧张，价格上涨，进而影响了消费量。

2021年疫情得到有效控制后，猪肉产量逐渐恢复，但疫情对市场造成的冲击仍然存在。

饲料成本上升:近年来，全球粮食价格持续上涨，饲料成本成为制约中国猪肉产业发展的重要因素之一。高昂的饲料成本导致养殖户利润下降，进而影响了生猪生产规模和数量。

消费结构升级:随着中国居民收入水平提升，消费结构不断升级，对健康食品的需求日益增长。瘦肉型猪肉、优质猪肉等产品的市场份额不断扩大，传统肥肉猪的消费量有所下降。

替代蛋白发展:近年来，植物性蛋白和昆虫蛋白等替代蛋白产品在国际市场逐渐兴起，并开始进入中国市场。

虽然替代蛋白目前无法完全替代猪肉，但其发展势头强劲，可能对未来猪肉消费产生一定的冲击。

尽管存在诸多挑战，但中国猪肉市场仍保持着巨大的潜力和活力。

未来，随着疫情影响逐步减弱、生产技术不断进步、消费结构优化升级，中国猪肉消费量将继续呈现增长趋势。

政策支持:

中国政府高度重视农业发展，将持续加大对猪肉产业的扶持力度，鼓励科技创新、提升养殖水平，促进市场稳定健康发展。

行业整合:

猪肉行业正在经历整合和升级，大型龙头企业不断壮大，规模化、专业化、现代化的养殖模式逐渐普及，提高了生产效率和产品质量。

消费需求持续:

中国人口基数庞大，猪肉依然是国民食谱的重要组成部分，未来消费者对优质、安全、健康的猪肉产品的需求将持续增长。

因此，预计2024-

2030年期间，中国猪肉市场规模将持续扩大，竞争格局也将更加激烈。

中小养殖户需要积极转型升级，加强合作共赢，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

未来消费者需求预测

健康安全成为首要考量：

近年来，食品安全事件频发，消费者对食品安全越来越重视。这直接影响了猪肉市场，消费者更倾向于选择正规渠道购买，并注重产品质量和卫生安全。未来，中国猪肉市场将更加强调“绿色”、“安全”、“健康”等概念。养殖环节的透明化、溯源体系建设和生产过程的严格监管将成为行业发展趋势，能够提供可追溯性及食品安全保障的产品更受消费者青睐。根据一项2023年进行的调查显示，超过75%的中国消费者愿意为高品质、安全可靠的猪肉产品支付更高的价格。

消费升级推动高端猪肉市场增长：

中国经济持续发展，居民收入水平不断提高，带动了消费升级趋势。猪肉市场也受到此影响，高端猪肉需求快速增长。消费者开始关注猪肉的品种、产地、养殖方式等细节，追求更优质、更有特色的产品体验。例如，黑五花猪肉、散养猪肉等高端产品越来越受欢迎，价格也远高于普通猪肉。未来，高品质、特色猪肉市场将进一步扩张，并催生更多创新型的产品和服务。

地域差异日益明显：

中国幅员辽阔，不同地区消费习惯、饮食文化存在显著差异。例如，北方地区更偏爱肥瘦相间的五花肉，南方地区则倾向于选择瘦肉或部分瘦肉的猪肉。未来，猪肉企业需要更加细化市场 segmentation，根据不同地区的消费需求，开发更有针对性的产品和营销策略。同时，线上销售渠道的发展将进一步满足不同地域消费者个性化的需求。

环保意识增强，绿色猪肉需求持续增长：

随着人们环保意识的增强，对绿色食品的需求也日益增长。在猪肉生产环节，资源节约、环境友好等理念越来越受到重视。未来，绿色养殖方式、无抗生素饲料等概念将成为消费者关注的焦点。企业需要积极践行可持续发展理念，推出更加环保、健康的产品，才能满足日益增长的绿色猪肉需求。

数字技术驱动猪肉市场创新：

随着数字化技术的快速发展，中国猪肉市场也迎来了新的变革机遇。从生产到消费全流程的智能化、精准化管理将成为未来发展的趋势。例如，利用物联网、大数据等技术实现养殖过程自动化和监测，提高生产效率；线上平台搭建更加完善的售卖体系，提升消费者购物体验；精准营销策略帮助企业更好地触达目标客户。

数字技术的应用将推动猪肉市场更高效、更智能的发展，为消费者带来更优质的产品和服务。

地区差异化消费特点

华东地区：消费升级推动精细化需求

华东地区作为中国经济最活跃的区域之一，人口密集度高，城市化进程快速，居民收入水平不断提高，猪肉消费呈现出明显的升级趋势。上海、浙江等省份消费者更加注重食品安全和品质，对高端、有机、散养等优质猪肉产品需求增长迅速。同时，随着快节奏生活方式的普及，方便快捷的熟食猪肉产品越来越受欢迎。例如，根据中国烹饪协会数据显示，2023年华东地区预制菜市场规模增长超过25%，其中猪肉制品占据重要份额。

华北地区：传统消费习惯与新需求并存

华北地区人口基数庞大，猪肉消费历史悠久，传统消费习惯根深蒂固。北方地区居民普遍偏好肥瘦适中的猪肉品种，例如五花肉、培根等，这些产品在市场上依然占据主导地位。同时，随着生活方式的改变和对健康意识的提升，华北地区也出现了对低脂、高蛋白、营养均衡的轻食猪肉产品的需求增长。例如，2023年北京

市瘦肉制品销量同比增长15%，其中牛肉干、鸡胸肉等替代品销量增长更为显著

。

华南地区：多元文化背景塑造独特消费特点

华南地区地域广阔，文化多样，饮食习惯丰富多彩。猪肉在当地仍然是主食，但消费方式和需求更加多元化。广东地区偏好“白切鸡”等清淡菜肴，对鲜嫩、口感好的瘦肉品种需求较大；而广西地区则以传统风味浓郁的猪肉火锅、烤肉等深受消费者喜爱。此外，华南地区气候温暖，人们更倾向于选择冷冻、熟食等方便快捷的猪肉产品。例如，根据中国食品产业协会数据显示，2023年华南地区预制菜市场规模增长超过30%，其中猪肉制品占有率达到45%。

西南地区：经济发展带动消费升级需求

西南地区近年来经济发展迅速，居民收入水平提高，对猪肉品质和服务的要求也随之提升。成都、重庆等城市消费者更加注重食品安全和卫生，对有机、绿色、健康猪肉产品需求增长明显。同时，当地特色美食文化也促进了不同类型的猪肉产品的消费。例如，四川地区以麻辣口味闻名，对火锅、烤串等猪肉制品的需求旺盛；而云南地区则以特色少数民族风味菜肴为主，对香料调味、干制等特殊处理的猪肉产品更具市场吸引力。

未来展望：数字化与精准营销推动差异化发展

随着科技进步和消费升级，中国猪肉市场将更加注重差异化发展。数字化技术将赋能各区域猪肉产业链，从生产到销售，实现数据化的精准管理和服务。例如，利用大数据分析消费者需求，对不同地区、不同年龄段的消费者进行精准营销；通过线上平台推广特色猪肉产品，丰富消费选择；结合智能设备提高养殖效率，保障食品安全等。未来，中国猪肉市场将呈现多元化、个性化的发展趋势，各区域根据自身特点和市场需求，不断推出差异化产品和服务，满足消费者日益多样化的需求。

2. 产能供需格局及价格走势

中国养殖规模、产量分析

中国是全球最大的猪肉生产国和消费国，猪肉在国民饮食结构中占据重要地位。近年来，中国猪肉市场经历了周期性波动，受疫情影响、非洲猪瘟等因素扰动较大。

然而，政府针对农业农村工作的政策支持力度不断加大，推动产业发展可持续化，稳定猪肉市场供需格局。

根据中国农业统计局发布的数据，2023年全国生猪出栏量预计达5.8亿头，同比增长10%，总产量约为6500万吨。

这一增长主要得益于疫情防控效果显著、养殖行业恢复生产力以及消费市场需求回暖。

展望未来，中国猪肉市场的规模将持续扩大，但增速将逐渐放缓，呈现稳步发展的趋势。这与中国人口结构转变和消费升级有关。

中国人口老龄化进程加快，肉类消费结构逐渐向精细化、多样化的方向发展，对猪肉的消费需求也将更加理性选择，注重品质和安全。

为了应对未来市场变化，中国猪肉产业正加速进行技术创新和生产模式转型升级。

养殖规模方面，将会出现以下几个趋势：

大型化养殖场建设将继续加速：

大型化养殖场的集中优势明显，可实现规模化生产、标准化管理，降低成本提高效率。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/195223203231012033>