

中国牛肉消费、生产及流通分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《中国牛肉消费、生产及流通分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析

。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201206/J61043F2J2.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

中国是世界上第三大牛肉生产国，生产以自给为主，进出口数量极少；在品种上，专用肉牛品种较少，所养肉牛多为当地黄牛品种；当前牛肉多为室温肉，冷鲜肉、冻肉和肉制品较少；从屠宰方面看，中国肉牛屠宰以个体屠宰为主，大型屠宰企业较少；而在消费上，主要以户外消费和家庭消费为主，其中又以城镇居民消费居多。肉牛养殖主要集中在农区，农区肉牛出栏占全国的80%以上，主要集中在河南、山东、河北等地；牧区肉牛养殖则主要集中在内蒙古、新疆和甘肃等地。

2008年以来，中国肉牛行业受养殖成本上升、农村劳动力减少、母牛数量不足等方面的影响，肉牛存出栏量和牛肉产量长期疲软，迄今仍未恢复到历史最好水平。另一方面，居民消费水平的提高和膳食结构的变化使得牛肉消费呈现稳步增长势头，尤其是牛肉加工制品消费和户外消费。供需状况的这种反差使得肉牛行业的投资价值凸显。

本报告在中国肉牛产业现状的基础上，结合整个产业链结构分析，对中国牛肉消费，生产及流通现状和趋势进行深入研究，力图回答如下几个业内人士非常关注的问题，帮助读者更好的了解肉牛消费市场的业务增长点。

- 1、未来5年和10年中国牛肉的消费增长潜力将如何变化？
- 2、未来5年和10年中国居民牛肉产品消费占肉产品消费的比重将如何变化？
- 3、未来5年和10年中国牛肉加工业的发展将呈现什么趋势？
- 4、未来5年和10年中国牛肉进口及高档牛肉消费的前景将如何变化？

目录

| | |
|--|---|
| 1中国牛肉消费分析 | 3 |
| 1.1牛肉的消费结构..... | 3 |
| 图1，2000-2011年中国各渠道牛肉消费量 | 3 |
| 图2，2000-2011年中国城镇和农村地区牛肉消费量 | 4 |
| 1.2牛肉的家庭消费前景..... | 4 |
| 1.2.1居民家庭食品消费结构及其发展趋势 | 4 |
| 图3，1990-2011年中国居民家庭食品消费量 | 5 |
| 图4，中国居民家庭人均食品消费量指数，1990-2011 | 5 |
| 图5，2011年中国居民家庭食品消费结构 | 6 |
| 1.2.2居民收入增长对牛肉家庭消费的影响 | 6 |
| 图6，2000-2011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 = 1） | 7 |
| 图7，2000-2011年中国不同收入城镇居民牛肉家庭消费指数（2000年消费量 = 1） | 7 |
| 1.2.3人口刚性增长对牛肉家庭消费的增影响 | 8 |
| 图8，2000-2011年中国人口指数和牛肉家庭消费量指数（2000年指标 = 1） | 8 |

| | |
|--|----|
| 1.2.4城市化对牛肉家庭消费的影响 | 8 |
| 图9, 2000-2011年中国城市化对牛肉家庭消费的影响 | 9 |
| 1.2.5中国牛肉家庭消费增长潜力预测 | 9 |
| 图10, 2017年和2022年中国牛肉家庭消费增长结构 | 9 |
| 1.3牛肉的户外消费前景分析..... | 10 |
| 1.3.1收入增长对牛肉户外消费的影响 | 10 |
| 图11, 2000-2011年中国人均实际收入和在外就餐支出 | 10 |
| 图12, 2000-2011年中国城镇和农村居民人均在外就餐支出 | 11 |
| 图13, 2000-2011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=1) | 11 |
| 1.3.2人口增长对牛肉户外消费的影响 | 12 |
| 图14, 2000-2011年中国人口指数和牛肉户外消费量指数(2000年指标=1) | 12 |
| 1.3.3城市化对牛肉户外消费的影响 | 12 |
| 图15, 2000-2011年中国城市化对牛肉户外消费的影响 | 13 |
| 1.3.4中国牛肉户外消费增长潜力预测 | 13 |
| 图16, 2017年和2022年中国牛肉户外消费增长结构 | 13 |
| 1.4牛肉的加工业消费前景..... | 14 |
| 1.4.1牛肉加工产品在肉制品中的比重 | 14 |
| 图17, 2000-2011年中国各牛肉制品产量 | 14 |
| 图18, 2000-2011年中国各牛肉制品净牛肉消耗量 | 15 |
| 1.4.2牛肉加工产品的主要形态 | 15 |
| 图19, 2000-2011年中国各种牛肉制品产量 | 15 |
| 1.4.3牛肉产品加工能力 | 16 |
| 1.4.4牛肉加工业需求增长潜力预测 | 16 |
| 图20, 2017年和2022年中国牛肉制品增长结构 | 16 |
| 1.5高档牛肉及其制品消费..... | 16 |
| 1.5.1高档牛肉消费分析 | 17 |
| 1.5.2高档牛肉产品消费分析 | 17 |
| 图21, 2000-2011年中国冷鲜牛肉和低温牛肉制品消费量 | 17 |
| 1.5.3中国高档牛肉进口分析 | 18 |
| 图22, 2011年中国牛肉进口的产品结构 | 18 |
| 图23, 2011年中国冷鲜牛肉进口来源地结构 | 19 |
| 图24, 2011年中国冻牛肉进口来源地结构 | 19 |
| 图25, 2000-2011年中国牛肉进口量 | 20 |
| 1.6未来牛肉消费潜力与实际消费..... | 20 |
| 1.6.1家庭牛肉消费潜力与实际消费 | 20 |

| | |
|--|----|
| 图26，2008-2017年正常和受到抑制的中国牛肉家庭消费量 | 21 |
| 1.6.2牛肉户外消费潜力与实际消费 | 21 |
| 图27，2008-2017年正常和受到抑制的中国牛肉户外消费量 | 22 |
| 1.6.3牛肉加工业消费潜力与实际消费 | 22 |
| 1.7未来牛肉供需平衡分析..... | 22 |
| 图28，2008-2017年正常和受到抑制的中国牛肉总消费量 | 23 |
| 1.8中国牛肉需求增长潜力综合评价及预测..... | 23 |
| 图29，2013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 | 23 |
| 表1，2000-2017年中国牛肉供需平衡表 | 24 |
| 2中国牛肉产量分析 | 25 |
| 2.1牛肉产量及其结构..... | 25 |
| 图30，2000-2011年中国各牛种牛肉产量 | 25 |
| 图31，2011年中国各品种牛肉产量结构 | 26 |
| 2.2鲜冷冻牛肉产量..... | 26 |
| 图32，2000-2011年中国鲜冷冻牛肉产量 | 27 |
| 2.3高中低档牛肉产量..... | 27 |
| 图33，2000-2011年中国高中低档牛肉产量 | 28 |
| 图34，2000-2011年中国各低档牛肉产量 | 28 |
| 3肉牛产业链结构分析 | 29 |
| 3.1产值结构..... | 29 |
| 3.1.1种牛养殖 | 29 |
| 3.1.2肉牛养殖 | 29 |
| 3.1.3肉牛屠宰 | 30 |
| 3.1.4牛肉流通 | 30 |
| 图35，2011年中国肉牛产业链的产值结构 | 31 |
| 3.2利润结构..... | 31 |
| 图36，2011年中国肉牛产业链的利润分布 | 31 |
| 4中国牛肉流通渠道及其分析 | 34 |
| 4.1进口牛肉流通渠道..... | 34 |
| 4.1.1 2011年中国牛肉进口情况 | 34 |
| 图37，2000-2011年中国鲜冷冻牛肉进口量 | 34 |
| 图38，2011年中国冷冻牛肉的主要进口地区 | 35 |
| 图39，2008-2011年中国冻牛杂碎进出口量 | 35 |
| 图40，2011年中国冻牛杂碎的主要进口地区 | 36 |
| 4.1.2中国进口冷鲜牛肉流通渠道 | 36 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 图41，中国进口冷鲜牛肉流通渠道和路径 | 37 |
| 表2，2011年中国冷鲜牛肉进口企业及其市场份额 | 37 |
| 4.1.3中国进口冷冻牛肉流通渠道 | 37 |
| 图42，中国进口冷冻牛肉流通渠道和路径 | 38 |
| 表3，2011年中国Top20冷冻牛肉进口贸易商及其市场份额 | 38 |
| 4.1.4中国进口冻牛杂碎流通渠道 | 39 |
| 图43，中国进口冻牛杂碎流通渠道和路径 | 39 |
| 表4，2011年中国Top20冻牛杂碎进口贸易商及其市场份额 | 39 |
| 4.2国产牛肉及其制品流通渠道..... | 40 |
| 4.2.1国产牛肉的整体流通过程及渠道分析 | 40 |
| 图44，中国室温牛肉流通渠道 | 41 |
| 图45，中国冷鲜牛肉流通渠道 | 41 |
| 图46，中国冷冻牛肉流通渠道 | 42 |
| 图47，中国低温牛肉制品流通渠道 | 42 |
| 图48，中国高温牛肉制品流通渠道 | 43 |
| 图49，中国传统牛肉制品流通渠道 | 43 |
| 4.2.2中国牛肉生产和消费路径 | 43 |
| 图50，中国牛肉生产、流通和消费路径 | 44 |

Old report sample:

3.2牛肉的消费结构及其发展趋势

2007年中国人均消费牛肉5.76千克，其中家庭消费1.98千克、户外消费3.43千克、牛肉制品消费0.35千克，分别占到总消费的34%、60%和6%。（本节人均消费数据为折合胴体重）从总量上看，2007年中国牛肉消费量771万吨，其中家庭消费、户外消费和加工业消费分别为261万吨、453万吨和46万吨，活牛运输、加工以及各环节损耗8万吨，出口2.8万吨。家庭消费、户外消费和加工也消费分别占到34%、59%和6%。

图9，2000-2008年中国各渠道牛肉消费量

当前中国牛肉消费在产品上是以室温肉为主。从2000年到2008年，室温牛肉的消费量从420万吨上升到510万吨，比重一直在80%上下，这部分室温肉主要是由个体屠宰提供；冷鲜牛肉价格相对较高并且需要全程冷链保存，只在城镇地区的大型超市中销售，消费量从8万吨一直上升到18万吨，但比重不到3%；冻牛肉产量则从55万吨上升到86万吨，主要用于餐饮业和肉制品加工业，比重在10%左右；牛肉制品比重非常低，高低温肉制品和其他肉制品比重只有7%，产量总共也只有48万吨，其中多数是传统的熟食。

随着大型肉牛屠宰企业的发展和城市地区逐渐要求肉牛定点屠宰，室温肉比重将下降，冷鲜肉比重上升；随着餐饮业的持续发展和居民在外就餐机会的增加，冻牛肉比重也将上升；而伴随着大型企业的发展，更多的牛肉制品将出现市场上，牛肉制品比重也将上升。

图10，2000-2008年中国牛肉制品产量变化趋势

中国牛肉消费在区域上是以城镇地区为主。这是因为城镇地区收入水平较高，在外就餐机会也更多。2007年城镇和农村地区人均牛肉家庭消费量分别为2.37千克和0.47千克，城镇地区更是农村地区的5.07倍。尤其是低温牛肉制品和冷鲜牛肉消费上，农村地区由于收入水平较低和不具备冷链条件，这两种产品的消费量基本为零。

图11，2000-2008年中国城镇和农村地区牛肉消费量

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201206/J61043F2J2.html>