

生猪养殖 行业简析报告

2025

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON PIGS FARMING

MICR



报告摘要

Report Summary

1) 行业地位与竞争格局

中国生猪养殖是关乎国计民生和CPI稳定的战略支柱产业，目前主要采用“三元杂交”育种体系进行商业化生产。行业正加速向规模化发展，5万头以上的大型养殖企业数量逐年上升，而中小散户逐渐减少，头部企业如牧原股份以7160万头的年出栏量占据绝对优势，构筑了深厚的规模与成本护城河。此外，由于南方是猪肉消费核心区，行业呈现明显的“北猪南调”贸易特征。

2) 商业模式与政策演变

行业主流商业模式分为以牧原为代表的“自繁自养”（重资产、强控制）和以温氏为代表的“公司+农户”（轻资产、扩产快）两种，其中饲料成本占养殖总成本约75%，是成本控制的核心。政策导向已从早期的“环保风暴”和非瘟后的“强力保供”，转变为当前的“逆周期调控”和“产能优化”，这意味着行业单纯靠拼规模的粗放扩张时代结束，正式进入以成本管控和精细化运营为核心的存量整合阶段。

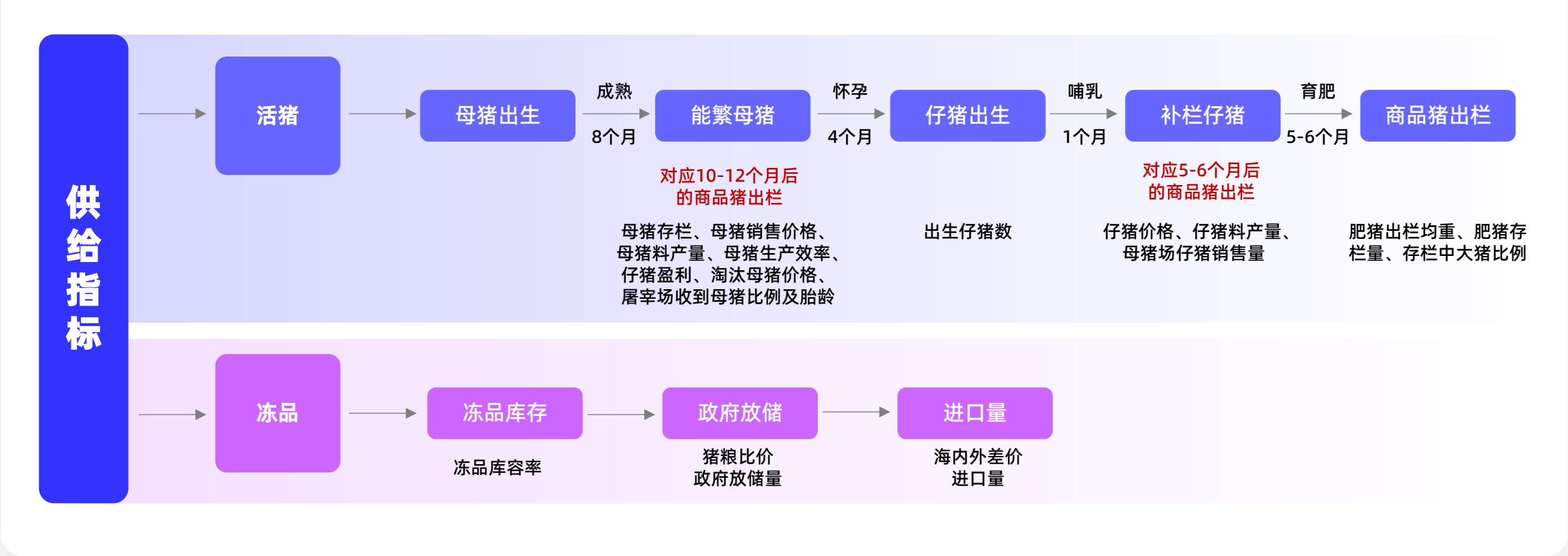
3) 未来机遇与挑战

未来的发展机遇在于消费结构向深加工升级、智能化养殖技术的普及以及种源自主可控带来的资产重估。然而，行业也面临严峻挑战：包括饲料原料（大豆、玉米）高度依赖进口的战略被动、非洲猪瘟变异毒株等疫病的持续风险，以及由于资产由轻变重导致的高固定成本和高退出壁垒，这些因素都将考验企业的现金流管理与抗风险能力。

01. 生猪行业简介：粮食安全和CPI的“压舱石”

- 猪肉在中国的饮食文化、节日庆典（如春节杀年猪）中具有不可替代的地位。中国养猪业是关乎国计民生的战略性支柱产业，它不仅承载着全球最大的猪肉生产与消费体量，更是保障国家粮食安全和稳定宏观经济物价（CPI）的“压舱石”。供需是影响整个生猪行业权重最大的因素，其中供给更重要。

生猪养殖供需分析框架因素

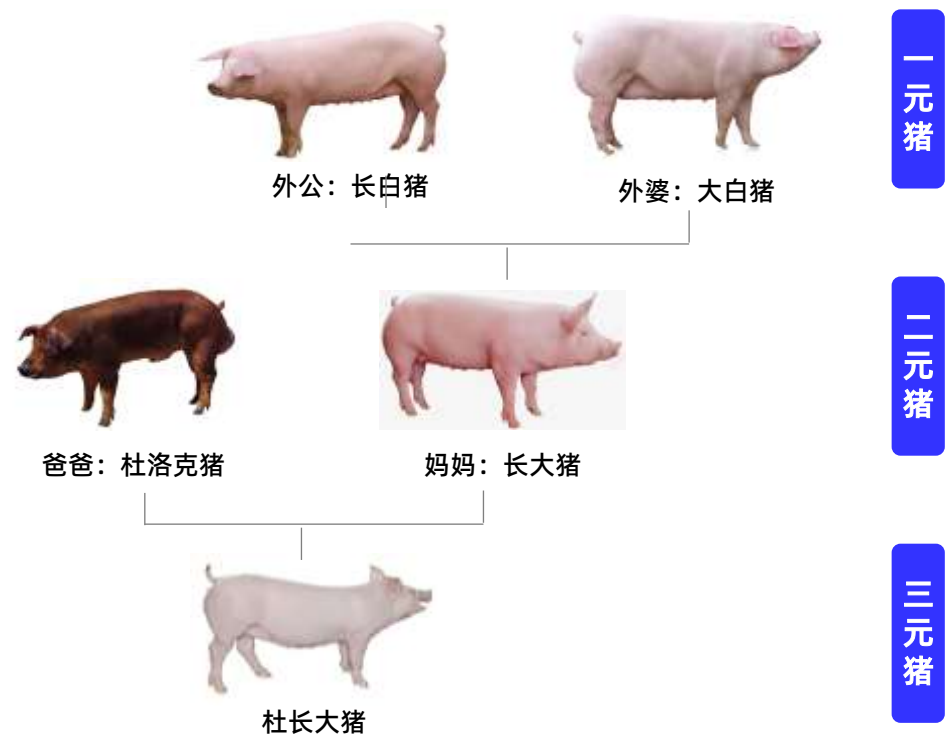


02. 我国商品猪育种体系：三元杂交育种

- 生猪繁育体系包括曾祖代、祖代和父母代。我国主要进口的育种品种包括大约克、杜洛克、长白猪等。我国目前主要采用三元杂交育种方式进行商业化生产，即用长白猪+大白猪两个不同品类的种猪进行扩繁杂交后成为二元长大猪，再用二元长大猪与杜洛克猪杂交得到三元杜长大猪。

我国生猪育肥体系及主要品种

品种名称	英文名	颜色	特点与角色
大白猪	Yorkshire (Large White)	全白，耳直立	母亲角色（第一母本）： 体型大，生长快，产仔多，适应性好。
长白猪	Landrace	全白，耳大前垂	母亲角色（第一父本）： 身体长，瘦肉率高，哺乳能力强。
杜洛克	Duroc	棕红色	父亲角色（终端父本）： 肌肉发达，生长速度极快，抗逆性强，负责提供良好的生长潜力和瘦肉率。



03. 规模猪场养殖模式：“自繁自养”与“公司+农户”

- 以牧原股份为代表的自繁自养与以温氏股份为代表的“公司+农户”是规模猪场主流的两养殖模式。自繁自养模式是“高投入、高回报、强控制”的重资产模式，通过全产业链控制实现成本优势，适合资金实力强、技术壁垒高的头部企业；“公司+农户”模式以轻资产运营加速出栏规模扩张，更适合追求稳健发展的中型企业。

养殖模式对比									
对比维度	资产属性	核心特点/模式特点	优势	劣势	养殖规模	成本控制	资金需求	管理难度	演变趋势
自繁自养 (牧原模式)	重资产	工业化、一体化、全链条管控	生物安全严密；成本控制力极强；标准化程度高。	资本开支巨大；折旧压力大；扩张受现金流限制。	单个养殖场普遍高于3000头	成本控制力极强	重资产(高)	高	向智能化、楼房养猪升级。
公司+农户 (温氏模式)	轻资产	公司负责养殖小区租地、“三通一平”和证照办理等工作	扩张速度快；资金占用少；带动农民致富；政策支持度高。	防疫体系较难统一(但在升级中)；代养户质量参差不齐(生产效率)。	合作农户单批养殖规模约1100-1200头。	委托代养费随周期变动	低	中高	向“公司+现代养殖小区”升级；统一种猪、饲料、疫苗。

04. 中国生猪十年政策变迁：从“环保风暴”到“精准调控”

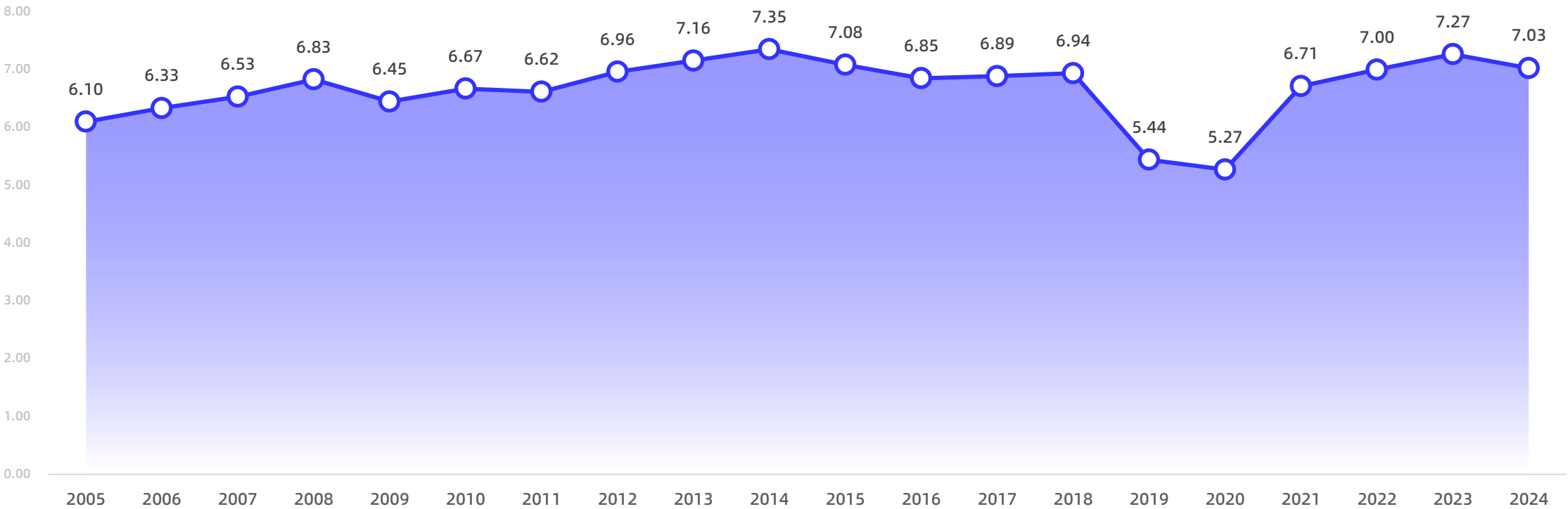
近十年中国生猪养殖政策的演变，实质上呈现了行业从“外部约束驱动”向“内生结构优化”转型的完整路径。政策重心由早期环保高压下的供给侧出清，经历非瘟时期的产能修复激励，最终确立为当前基于能繁母猪保有量的常态化逆周期调控体系。政策风向从最初环保“一刀切”的暴力去产能，到非瘟后“给钱给地”的疯狂保供，再到如今“设上限、去库存”的冷静控产，宣告了行业单纯依靠“赌行情、拼规模”的粗放扩张时代终结，正式进入以成本管控和精细化运营为核心竞争力的存量整合新阶段。



05. 中国生猪行业规模：2025年出栏量突破7亿头

- 2005-2024年，我国生猪存栏量和出栏量整体呈现“先稳后降再回升”的周期性波动特征。从数据看，出栏量从2005年的约6亿头增至2014年7.35亿头峰值后，2019-2020年受非洲猪瘟疫情冲击显著下滑，随后快速恢复并进入新的调整周期。2024年回落至7.03亿头。

2005-2024中国生猪年度出栏量（亿头）



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

06. 生猪养殖产业链：养殖环节是核心

- 生猪养殖产业链的上下游环节主要涵盖原料供应方、养殖经营主体以及猪肉加工销售商三大核心部分。
- 产业链上游的原料供应方包含饲料生产企业、动物保健产品供应商、养殖设备制造商等类型，直接决定了生猪养殖的整体成本高低。
- 产业链中游的生猪养殖经营主体，主要通过外购仔猪或者自行繁育的方式开展养殖工作，按照规模大小分为个体养殖户和规模养殖场。
- 产业链下游则涉及生猪交易商、屠宰加工企业和猪肉深加工厂商等主体，生猪出栏后，会先经由交易商流转至屠宰企业进行屠宰处理，再由深加工厂商将猪肉加工成各类产品，最终销往终端消费市场。

生猪养殖产业链示意图

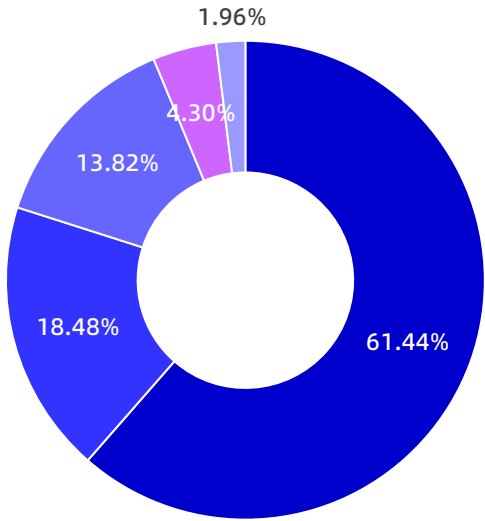


07. 行业上游：饲料是主要成本

- 饲料是生猪养殖的主要成本，而能量饲料占了饲料成本的75%，因此生猪养殖成本受到玉米、小麦价格的影响。自繁自养生猪养殖完全成本中的大头是饲料、断奶仔猪以及折旧，其中饲料是最大的成本项目，人工成本、动保成本、其他费用各占约3%–5%。相较自繁自养养殖方式，“公司+农户”的成本差异区分主要在于折旧成本的减少以及额外增加的代养费用。代养费的支付方式一般视猪价行情走势，给付农户基础代养费，并在猪价较高时分予农户超额利润。

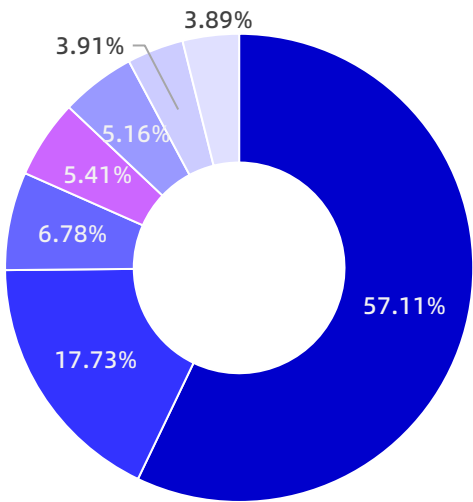
生猪养殖上游成本结构解析

代养模式下成本构成



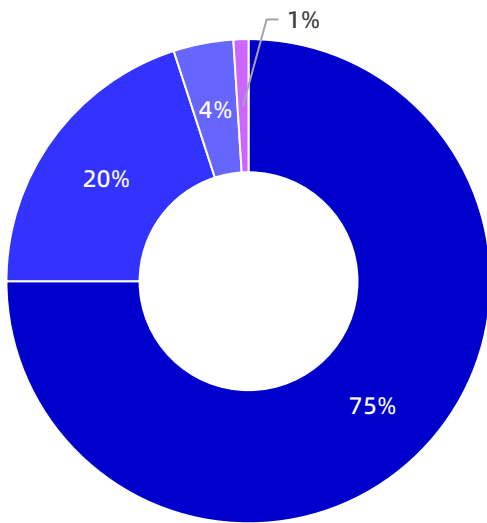
■ 饲料
■ 断奶仔猪成本
■ 代养费用
■ 兽药成本
■ 水电煤气及杂项

自繁自养模式下成本构成占比



■ 饲料成本
■ 断奶仔猪成本
■ 折旧成本
■ 人工成本
■ 水电煤气成本
■ 其他费用
■ 兽药成本

常见饲料配方占比

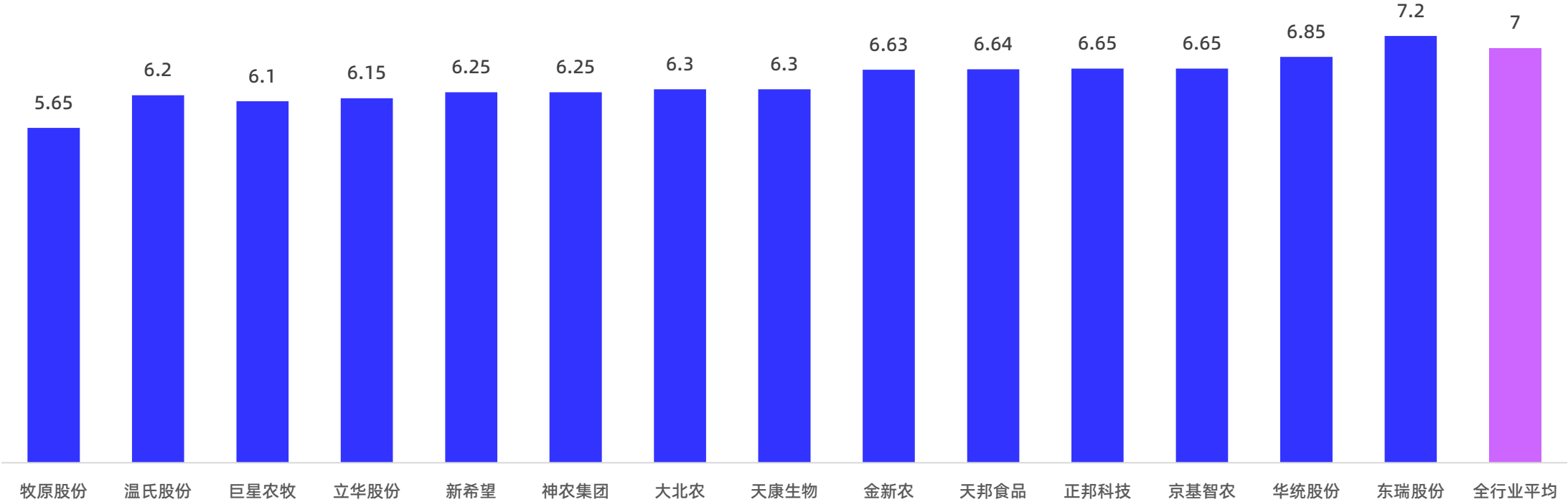


■ 能量饲料（玉米、小麦等）
■ 蛋白饲料（豆粕、鱼粉等）
■ 常量元素（钙、磷、钠等）
■ 添加剂（氨基酸，维生素等）

08. 行业中游：养殖是核心环节，成本是核心关键

- 生猪养殖连接着上游供给（饲料、种猪、动保）与下游需求（屠宰、食品、消费市场），是整个生猪产业的“中枢”。猪价受周期波动影响剧烈，成本控制能力直接决定了企业在周期下行期的生存能力和周期上行期的盈利弹性。当下，我国不同养殖主体的成本差距可达2-3元/公斤，规模企业（如牧原、温氏）通过规模化采购、标准化管理、技术优化实现低成本。中小散户因采购议价能力弱、技术落后（如料肉比偏高）、防疫条件差，成本普遍高于规模企业，在周期下行期易被淘汰。

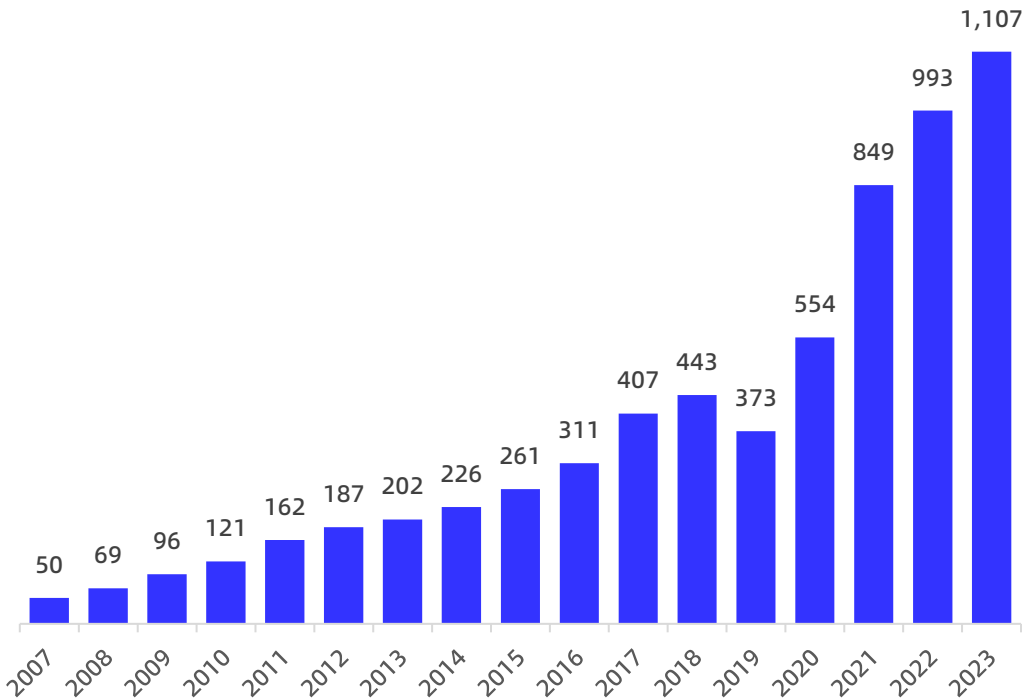
2024年中国头部生猪养殖企业养成成本一览（元/斤）



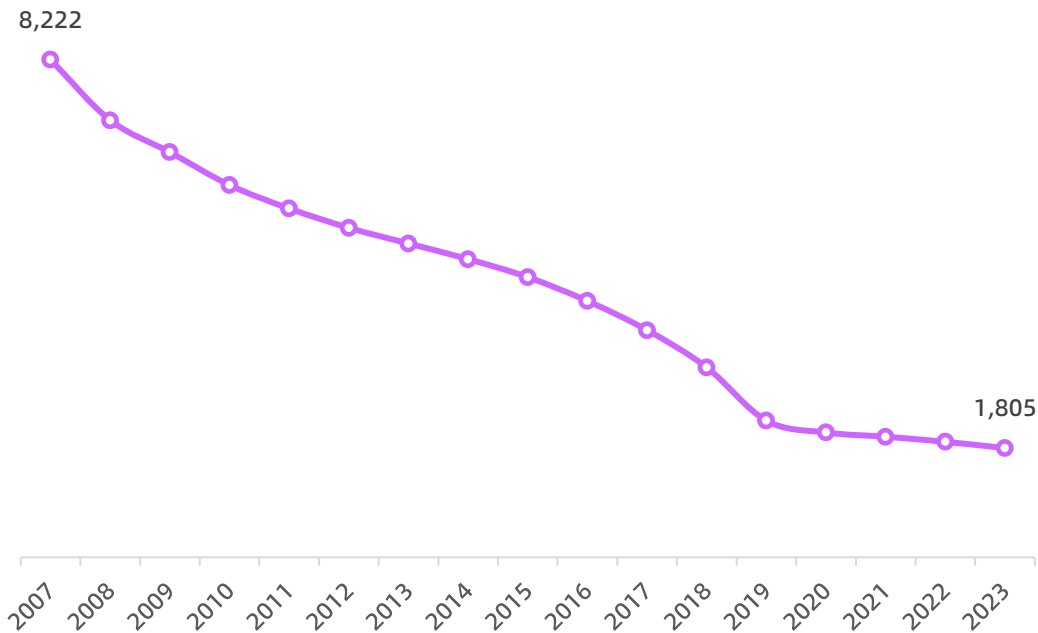
09. 行业中游：政策引导加效率提升推动生猪行业规模化加速

- 猪行业规模化特征愈发明显，已成为当前产业发展的核心趋势之一。一方面规模化养殖推动了生产效率的大幅提升，核心指标如PSY（母猪年提供断奶仔猪数量）、料肉比（饲料转化效率）等均显著改善。另一方面政策是规模化的重要推手。近年来，国家通过产能调控与环保政策，加速推动行业整合。从结果来看，行业5万头以上的养殖企业数量逐年上升而500头以下的生猪养殖场数量逐年下降。

5万头以上养殖企业数量逐年上升（家）

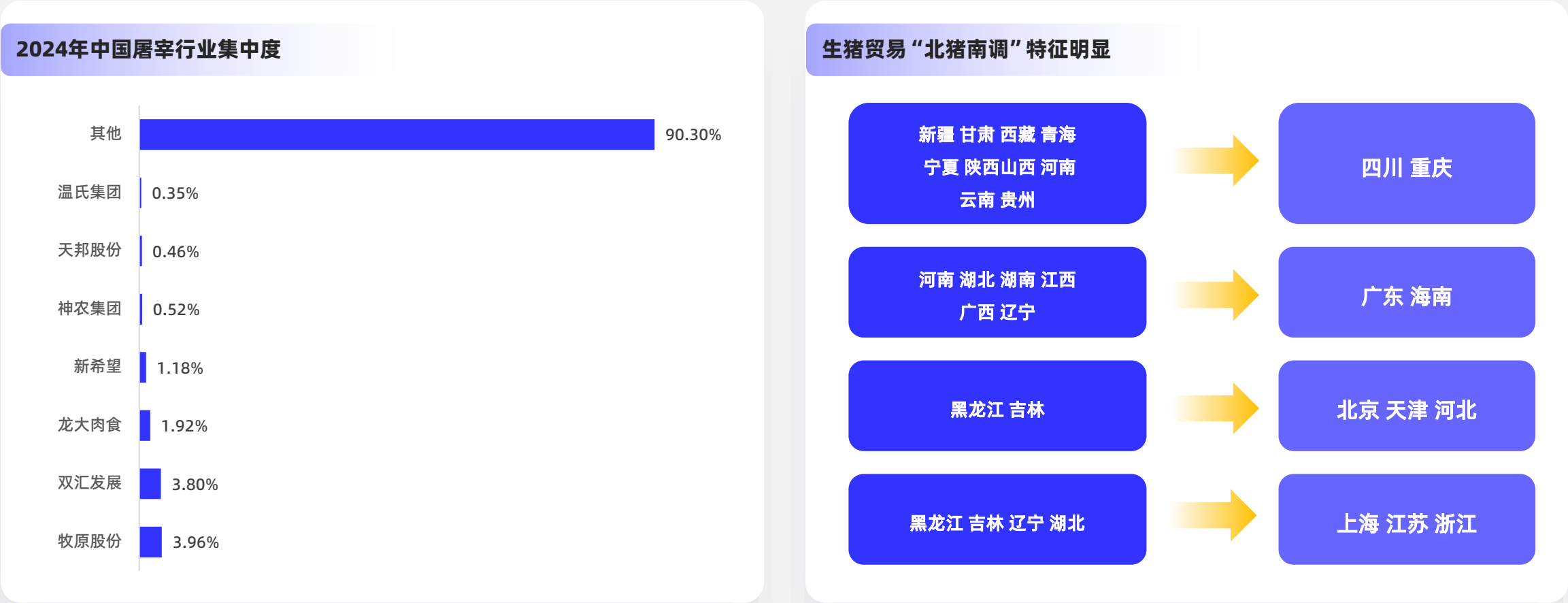
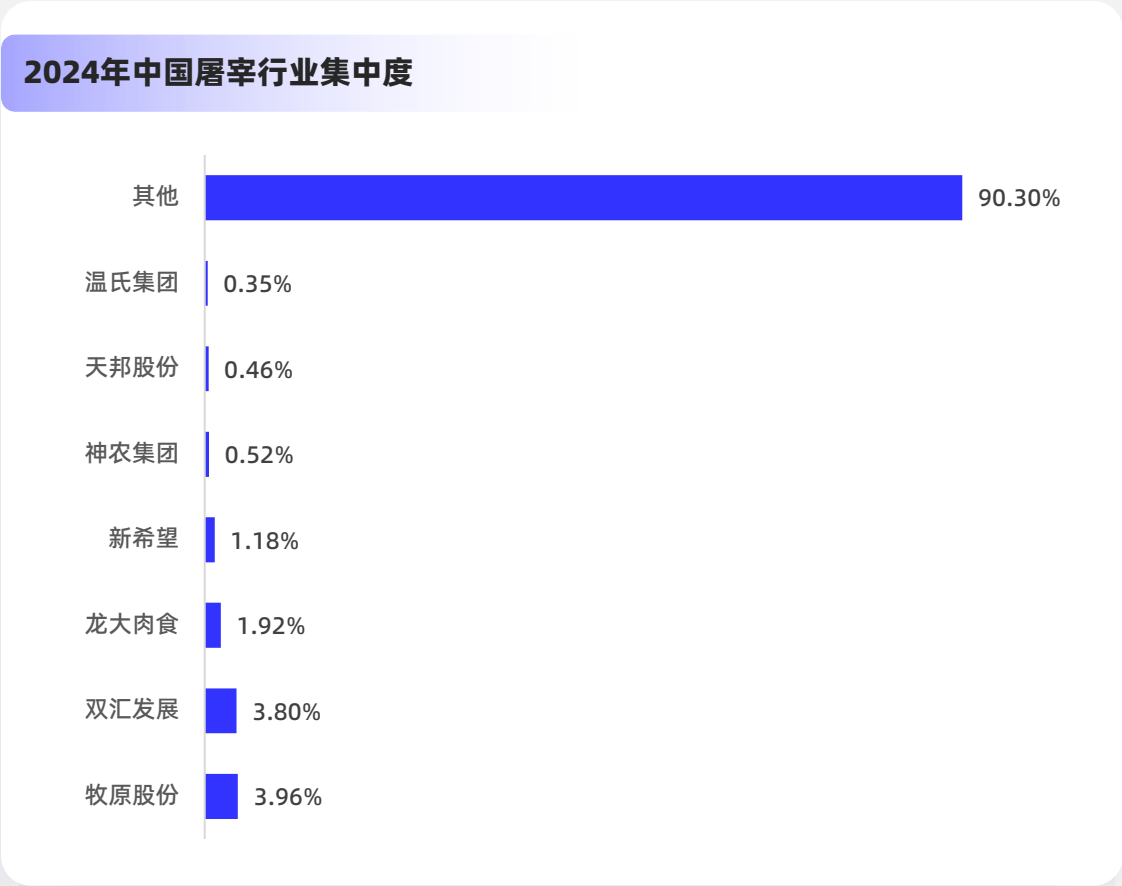


500头以下生猪养殖场数量逐年下滑



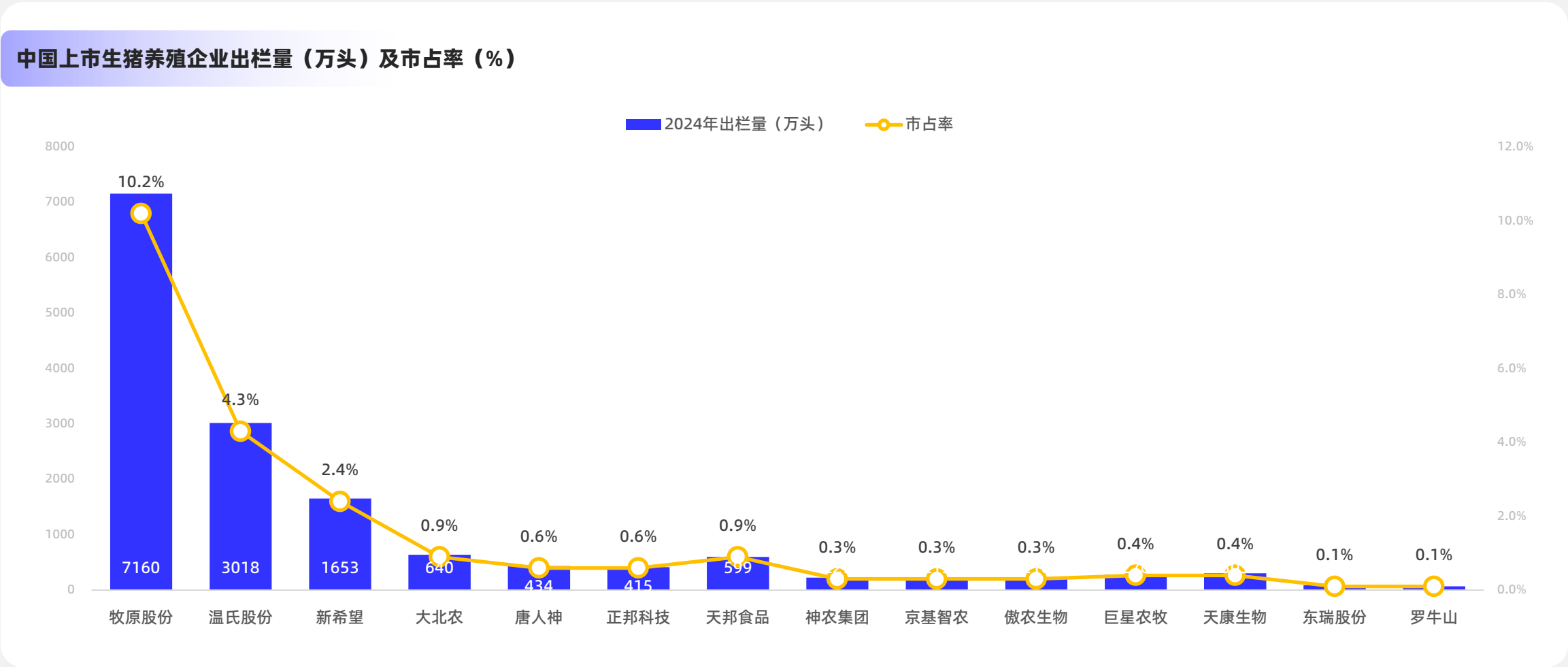
10. 行业下游：生猪贸易“北猪南调”，屠宰行业集中度稳步提升

- 生猪行业下游涵盖屠宰加工、零售贸易及消费终端等环节，是连接养殖端与消费者的核心纽带。随着行业规模化、标准化、品牌化进程加速，下游环节正经历从“传统粗放”向“现代精细”的深度转型。
- 屠宰是生猪从“养殖”到“消费”的关键转化节点，其效率与规范化程度直接决定猪肉产品的品质与安全。近年来，行业集中度稳步提升，头部屠宰企业逐渐占据主导。同时由于南方是我国猪肉消费的核心市场，人口密集、经济发达（如广东、浙江、上海等长三角、珠三角地区），猪肉消费量占全国总量的60%以上，因此我国生猪贸易流通呈现北猪南调的特征。



11. 竞争格局：生猪养殖头部出栏量拥有绝对优势

- 生猪养殖头部企业的出栏量拥有绝对优势，这是当前行业竞争格局最显著的特点。头部企业资金雄厚，在猪价低迷的“猪周期”底部，有能力持续扩张产能，构筑起了一骑绝尘的规模和成本护城河。2024年我国年出栏量超过千万的猪企有3家，其中牧原股份是绝对的龙头，其7160万头出栏量远超第二名温氏股份和第三名新希望。



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

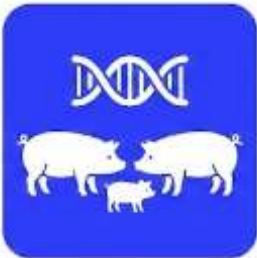
12. 企业案例：牧原股份

- 牧原股份1992年由秦英林、钱瑛夫妇创立，总部位于河南省南阳市，2014年在深交所上市。公司深耕行业三十余年，已构建从饲料加工、生猪育种、养殖到屠宰加工的全产业链体系，是全球领先的生猪养殖企业，致力于为社会生产安全、美味、健康的高品质猪肉食品，提升大众生活品质。2024年公司生猪出栏7160万头、屠宰量1252万头，营收1379亿元；旗下308个子公司业务覆盖25省（区）、109市、225县（区）。国际化方面，公司25年9月在越南成立全资子公司，与BAF农业合作投资32亿元建设高科技楼房养殖项目，达产后年存栏母猪6.4万头、出栏商品猪160万头，标志着海外业务从技术输出转向实体养殖。

牧原股份四大业务板块



饲料



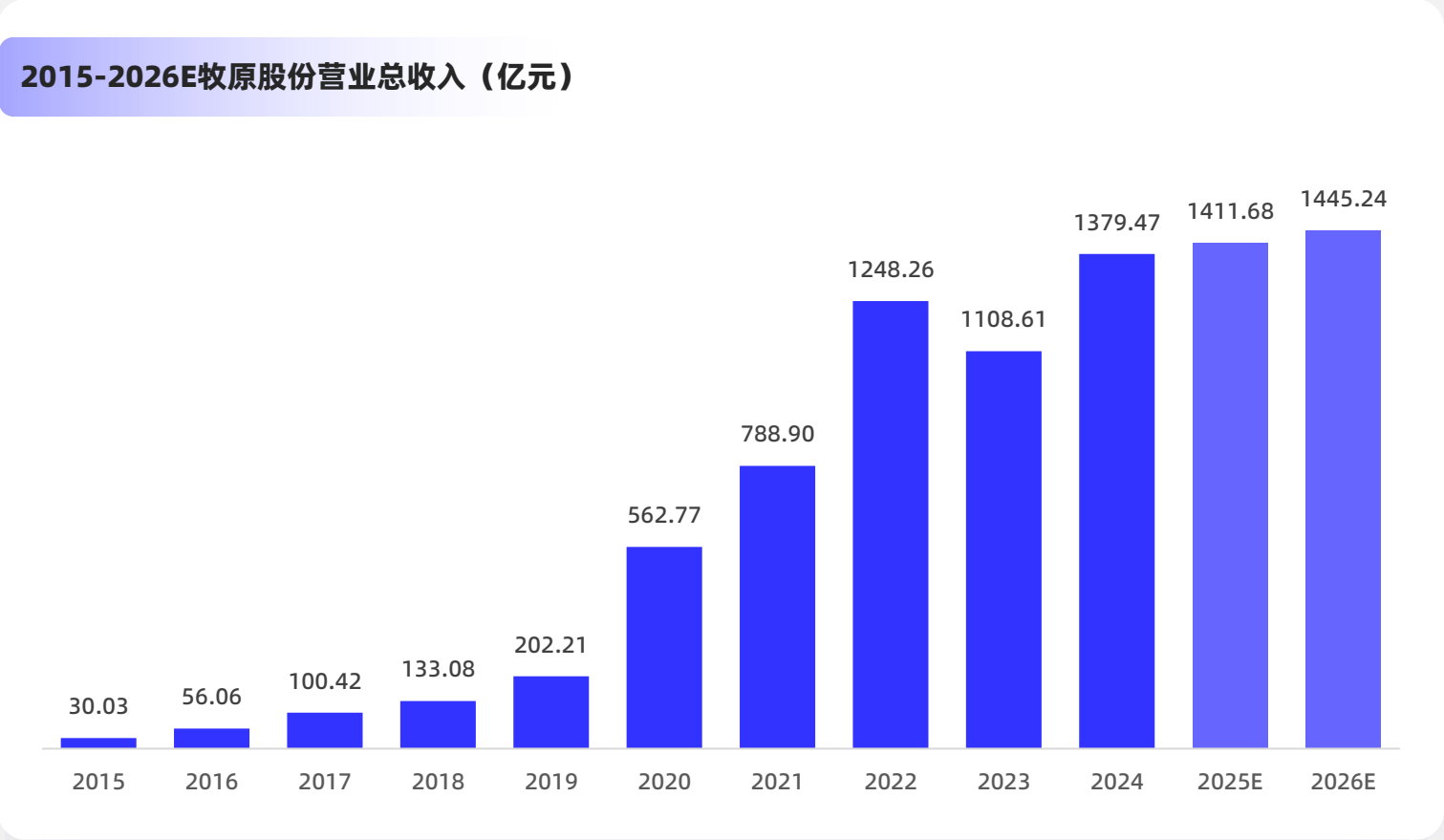
生猪育种



生猪养殖



屠宰加工



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

13. 生猪养殖行业未来发展的主要机遇

政策托底与产能优化机遇

01

国家启动生猪产能调控计划，通过“生猪产业大脑”智能预警系统与区域“产能蓄水池”机制引导供需平衡，头部企业响应政策调减低效产能可抢占市场先机，同时“退养转岗”补贴与代养体系为散户转型提供路径，政策红利加速行业结构升级。

技术革新驱动生产效率与成本优化

03

智能化养殖（AI巡检、环境控制、精准饲喂）、数字化管理（全流程溯源、生长模型预测）及生物育种（瘦肉率、抗病性改良）技术的普及，显著提升单产效率。技术突破推动行业从规模竞争转向效率竞争。

消费结构升级支撑市场空间

02

猪肉占我国肉类消费比重超60%，年消费量约5500万吨，需求刚性强且受人口基数、饮食文化支撑。同时，消费结构向冷鲜肉、深加工产品（如火腿、预制菜）升级，推动产业链附加值提升。头部企业通过布局屠宰加工（如牧原“运猪”转“运肉”）、发展品牌肉制品，可突破单纯养殖环节的周期波动，分享下游高毛利红利，打开第二增长曲线。

育种突破带来的核心资产重估

04

过去中国生猪核心种源（曾祖代）长期依赖进口（美系、丹系、法系），处于产业链价值微笑曲线的底部。在粮食安全和地缘政治背景下，生猪育种被提升至国家战略高度。行业正处于从“引种”向“独立选育”的质变期。能够建立独立自主、适应中国本土环境（高抗病力、耐粗饲）育种体系的行业力量，将掌握行业的“生物芯片”，从单纯的“卖肉”转向高毛利的“卖基因”。

14. 生猪养殖行业未来发展的主要挑战

原材料依赖进口的风险

01

我国大豆极度依赖进口，玉米紧平衡。生猪养殖本质是粮食转化的中介。随着国际地缘政治博弈加剧，饲料粮供应链的脆弱性暴露无遗。中国养殖行业面临着无法掌控成本端（饲料）的战略被动。同时，在“大食物观”下，如果过多土地用于种植饲料粮而挤占口粮耕地，政策端可能会对养殖规模设定天花板，导致成本端长期受制于人的困境。

疫病防控的持续风险挑战

02

非洲猪瘟虽未大规模复发，但变异毒株（如弱阳性毒株）防控难度加大，口蹄疫、猪蓝耳病等传统疫病仍呈区域性流行。企业需持续投入生物安全设施、检测设备及人员培训，单头养殖防疫成本较2018年前增加明显。此外，疫病导致的产能折损（如扑杀、禁运）可能引发短期供给缺口，但也考验企业应急响应能力，中小场户因防控体系薄弱，仍是疫病传播的高风险环节。

“高固定成本”特征导致产能出清迟滞

03

随着行业进入规模化时代，资产结构由轻变重，高昂的固定资产投入（厂房、设备）和生物资产维护成本构成了极高的退出壁垒。在周期下行时，由于停产的沉没成本过高，规模化主体往往选择“熬”而非“退”，导致全行业的产能去化速度显著慢于散户时代。这种博弈机制导致行业亏损期被结构性拉长，对全行业的现金流管理提出了前所未有的严苛挑战。

环保与土地约束限制产能扩张边界

04

环保政策趋严要求养殖企业配套粪污处理设施（如有机肥厂、沼气工程），吨粪污处理成本约50-80元；部分地区因“双碳”目标限制养殖用地审批，头部企业新建产能需转向丘陵、山地等非基本农田，土地获取成本上升。中小散户因环保不达标加速退出，但头部企业扩张也面临“选址难、落地慢”问题，长期或制约行业整体产能增速。

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：
mcr@chinamcr.com或021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

