

行業概覽

本節及本文件其他章節所載的資料及統計數據乃摘錄自我們所委託弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告，以及各種官方政府刊物。我們委託弗若斯特沙利文就[編纂]編製弗若斯特沙利文報告（獨立行業報告）。來自官方政府來源的資料並無經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]及任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，且概無就其準確性發表任何聲明。

資料源及可靠性

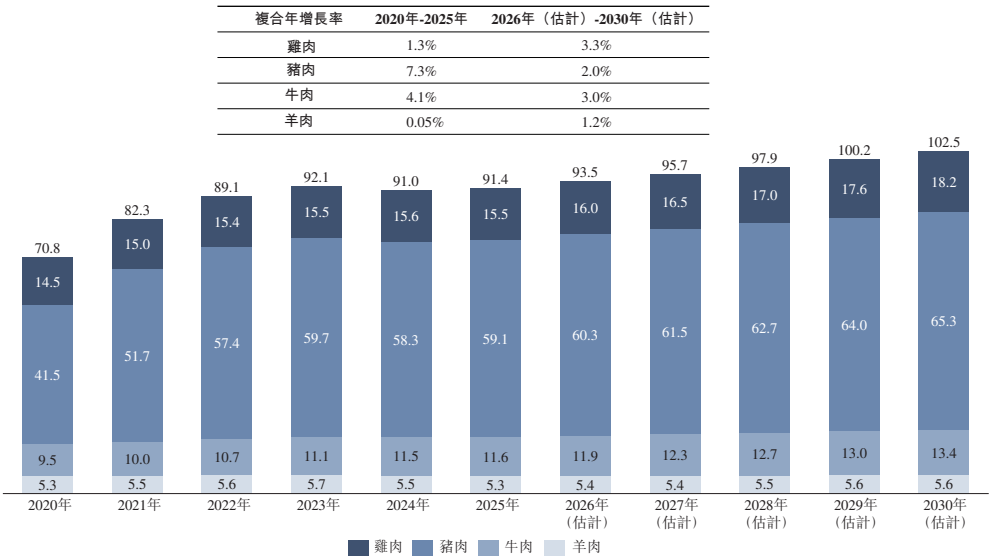
本節載有摘錄自弗若斯特沙利文報告的資料，該報告由我們委託弗若斯特沙利文編製，因為我們認為該等資料能讓我們更好地了解該行業。弗若斯特沙利文為一家全球諮詢公司，並為獨立第三方。弗若斯特沙利文提供各種行業的市場研究和其他服務。我們已同意就委託業務向弗若斯特沙利文支付總費用人民幣610,000元，我們認為該費用與市場費率一致。我們認為，支付該等費用不會損害弗若斯特沙利文報告中結論的公平性。在編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文進行了一手及二手研究，一手研究涉及對領先的行業參與者和專家進行採訪，二手研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文研究數據庫的數據。弗若斯特沙利文亦假設中國經濟於預測期內可能會保持穩定增長；中國的社會、經濟及政治環境可能於預測期內保持穩定。

中國肉類消費量概述

中國肉類消費的主要類別包括豬肉、雞肉、牛肉及羊肉。豬肉是目前中國消費量最大的肉類，於2025年總消費量約為59.1百萬噸，2020年至2025年的年均複合增長率為7.3%。雞肉是第二大最常食用的肉類，2025年總消費量約為15.5百萬噸，2020年至2025年的年均複合增長率為1.3%。第三大最常食用的肉類是牛肉，總消費量約為11.6百萬噸，2020年至2025年的年均複合增長率為4.1%。未來，中國豬肉總消費量預計將保持穩定增長，雖佔整體肉類消費的比例仍居首位，但佔比將略有下降，雞肉佔比則有望因健康意識提升、低脂蛋白需求增加等因素逐步上升。就豬肉、雞肉、牛肉及羊肉的總消費量而言，預計該數字將於2030年分別達到65.3百萬噸、18.2百萬噸、13.4百萬噸及5.6百萬噸，自2026年起的複合年增長率分別為2.0%、3.3%、3.0%及1.2%。

行業概覽

中國肉類消費市場規模，2020年-2030年（估計）



附註：市場規模以百萬噸總肉類消費量衡量。

來源：中國國家統計局、弗若斯特沙利文

中國商品雞養殖行業概覽

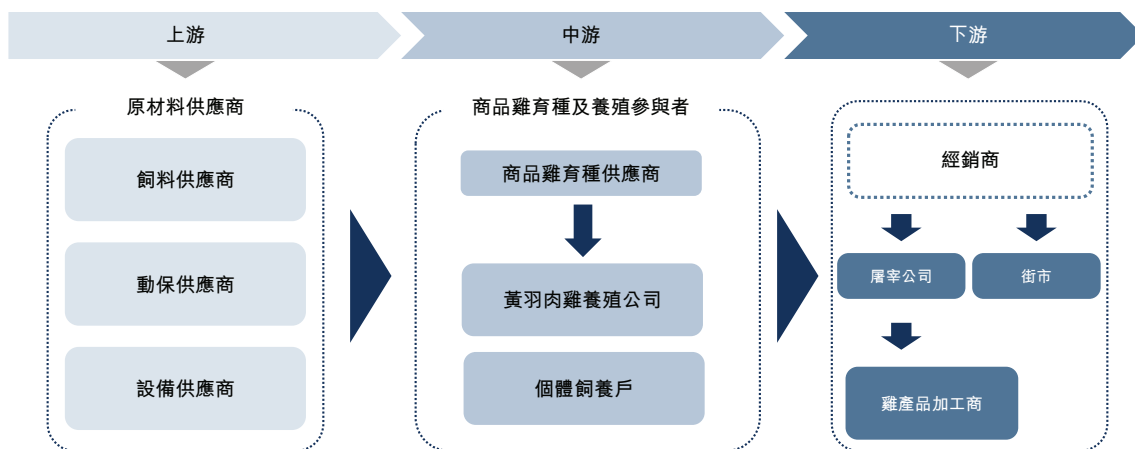
中國商品雞養殖概述

中國商品雞市場主要由白羽肉雞、黃羽肉雞和雜交肉雞多個類別構成。白羽肉雞和黃羽肉雞在生長周期、養殖模式及應用場景方面具有明顯差異。白羽肉雞具備生長周期短、飼料轉化效率高等特點，適應集中化、標準化的養殖體系，廣泛應用於加工肉製品和快餐渠道。相反，黃羽肉雞則以風味突出為特徵，更契合中式餐飲和高品質雞肉需求，在鮮食市場中保持穩定消費基礎。近年來，白羽肉雞產業在種源體系逐步恢復的帶動下，產能有所回升，行業規模穩步擴大；而黃羽肉雞依托本土育種能力及穩定的終端需求，維持相對穩定的發展節奏，尤其在中高端餐飲市場及區域品牌化市場中具備一定競爭力。

中國商品雞養殖行業價值鏈

下圖展示雞養殖行業的價值鏈。公司作為黃羽肉雞養殖參與者，於產業中游環節開展業務。

行業概覽



來源：弗若斯特沙利文

中國商品雞行業主要養殖模式

自營養殖模式：使企業能夠直接監管養殖標準、生物安全管理與生產流程，對於資本密集度較高、生產週期較長的豬隻養殖業務尤為重要。此模式有助於符合法規要求，並利於在核心生產基地推行統一的管理體系。

家庭農場模式：使企業能夠利用分散的養殖產能，同時借助當地的經驗和勞動力資源。通過契約安排、技術支持及集中化的投入品供應，企業可將家庭農場納入其生產網絡，而無需承擔全部固定資產投資。此模式獲廣泛採用，以提升區域覆蓋範圍與營運靈活性，同時有效管理資本支出與營運風險。

混合養殖模式：結合自營與家庭農場模式的要素，常見於大型綜合畜牧企業。通過在不同農場類型間實施統一的養殖標準、疾病預防規範及採購體系，此模式在維持營運一致性的同時支持規模化擴張。此模式亦使企業能在週期性市場環境下，平衡產能增長與風險分散。

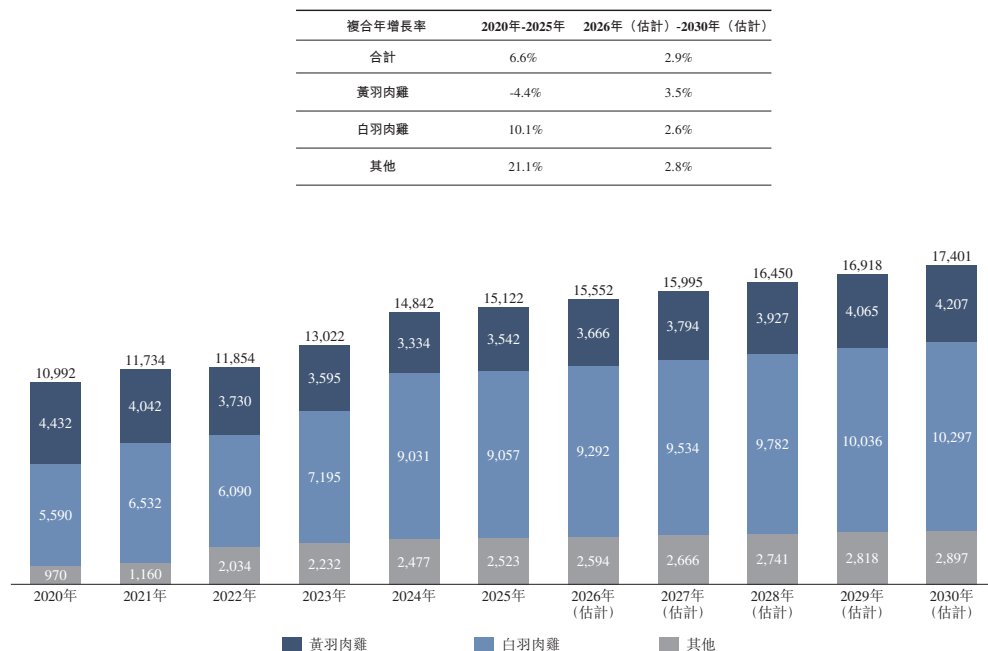
中國商品雞養殖行業的市場規模

中國肉雞的出欄量由2020年的10,992百萬羽增至2025年的15,122百萬羽，2020年至2025年的複合年均增長率為6.6%。預計到2030年將進一步達到17,401百萬羽，2026年至2030年的複合年均增長率為3.5%。

在整體肉雞市場中，中國黃羽肉雞出欄量在2020年至2025年由4,432百萬羽下降至3,542百萬羽，複合年均增長率為-4.4%。導致出欄量下滑的主要原因包括：活禽銷售限制對傳統鮮食渠道造成衝擊；同時，養殖成本上升及疫病防控壓力也限制了產能的擴張。在此期間，雖然大型、快速生長型黃羽肉雞的產量持續萎縮，但生長速度較慢、品質較高的產品卻錄得增長，反映出產業正朝著以品質為導向的方向進行結構性調整。展望未來，在消費需求與餐飲活動復甦，以及消費者對高品質雞肉偏好日益增強的帶動下，預計產量將逐步回升。預計到2030年，出欄量將達到4,207百萬羽，2026年至2030年間的複合年均增長率為3.5%。

行業概覽

肉雞市場規模，按出欄量計，2020年-2030年（估計）



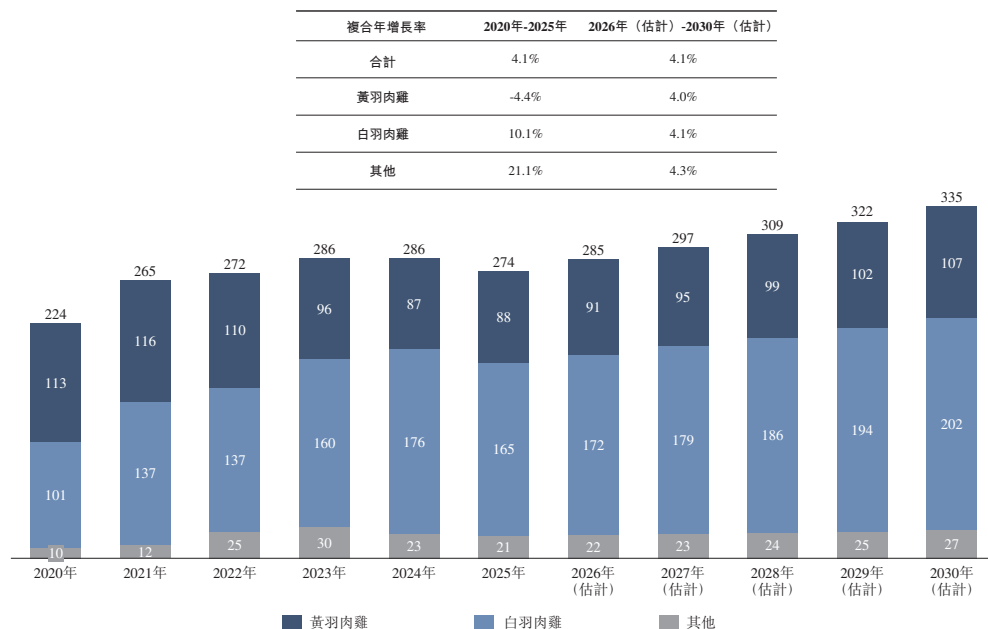
附註：市場規模以出欄量計算，單位為百萬隻。

來源：中國畜牧業協會、弗若斯特沙利文

肉雞行業的市場規模（按營收計）由2020年的人民幣224十億元增至2025年的人民幣274十億元，2020年至2025年的複合年均增長率為4.1%。預計到2030年將進一步達到人民幣335十億元，2026年至2030年的複合年均增長率為4.1%。

在整體肉雞市場中，中國黃羽肉雞市場規模由2020年的人民幣113十億元下降至2025年的人民幣88十億元，複合增長率為-4.4%，受疫情及活禽交易法規收緊等因素影響，行業短期承壓。但隨著餐飲場景恢復、銷售產品逐步多元化，預計2026年市場規模回升至人民幣91十億元，並預計將於2030年進一步增長至人民幣107十億元，2026年至2030年間複合年均增長率為3.5%。

肉雞市場規模，按營收計，2020年-2030年（估計）



行業概覽

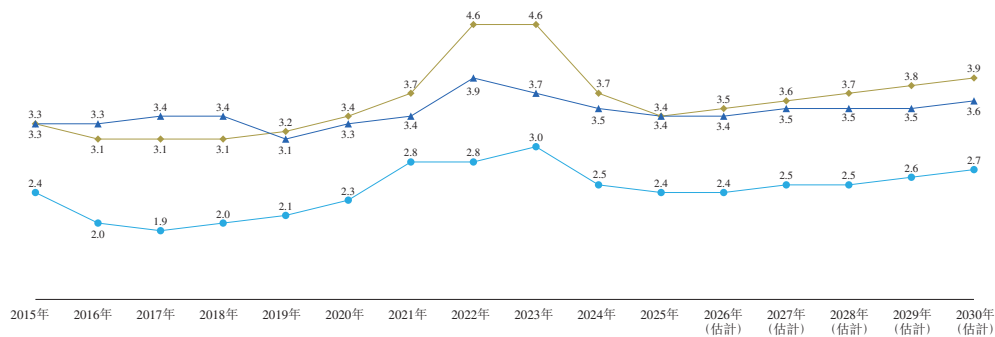
附註：市場規模以收益計算，單位為人民幣十億元。

來源：中國畜牧業協會、弗若斯特沙利文

肉雞養殖及飼料成本

肉雞養殖成本與飼料成本息息相關，也影響企業與養殖戶當年的擴欄意願。黃羽雞養殖成本中最主要是飼料成本，佔比超過70%，其中以玉米和豆粕為主要原料。玉米作為能量飼料，佔飼料配方成本的約50%-60%，其價格波動對整體養殖成本具有直接影響，其餘成本則由疫苗、藥品、農戶養殖費及其他管理費用組成。下圖載列黃羽肉雞養殖相關飼料的歷史價格及預測。

中國肉雞飼料成本（人民幣元／公斤），2015年-2030年（估計）



來源：中國農業農村部、弗若斯特沙利文

中國清遠雞養殖行業概況

清遠雞是黃羽肉雞的代表性地方品種之一，因原產於廣東省清遠市而得名，具備歷史悠久生長周期長、肉質緊實及風味濃鬱等特徵，廣泛用於中式菜餚製作，擁有高市場接受度及消費者認可度。清遠雞屬於慢速型黃羽雞，其出欄周期多在120天以上，而適度延長的養殖周期有助於形成良好的肉質風味和脂肪沉積。

清遠雞產業起步較早，目前已形成涵蓋種源培育、標準化養殖、屠宰加工及分銷的完整產業鏈體系。作為具有地理標誌屬性的傳統品種，清遠雞在華南地區具備穩定的消費基礎和成熟的品牌認知度，在全國範圍內也逐步建立起「高品質雞種」的品類形象。隨著消費者對雞肉品質的關注度上升，清遠雞在黃羽雞品類中的市場辨識度持續增強，成為高品質雞肉市場品牌化發展的重要載體之一。

清遠雞通常採用自然光照或半開放環境下的散養或平養方式，頭部企業推廣林下生態養殖，以提升雞隻活動空間並提高肉質風味。出欄周期顯著長於快速雞，更長的養殖期有助於肌肉纖維成熟和脂肪沉積，形成風味濃鬱、肉質緊實的感官特點；在飼料管理方面，清遠雞飼料配方強調穀物類、植物蛋白原料的佔比控制，頭部企業在後

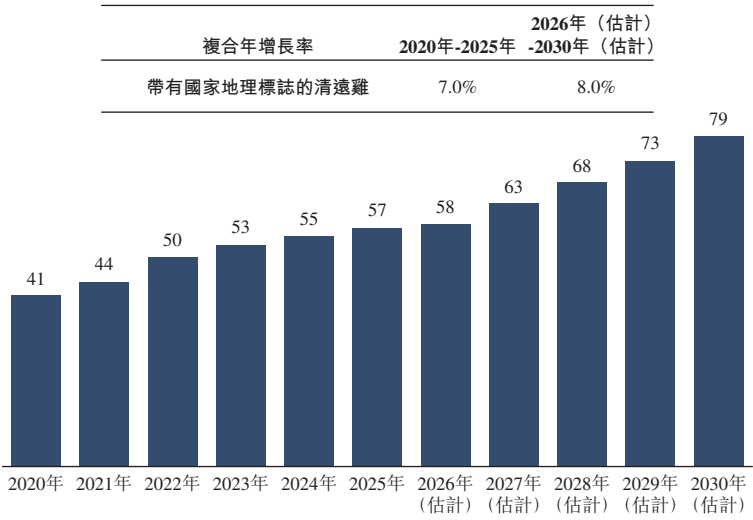
行業概覽

期育肥階段採用定向營養調控，以兼顧生長速度與風味表現。由於育種體系主要源自清遠雞純種血緣的繁育體系，行業在種源管理上對疾病淨化和健康防控要求較高，常配套專屬孵化場與苗雞配送體系。

中國帶有國家地理標誌的清遠雞市場規模

2020年至2025年，中國清遠雞出欄量由41百萬隻增長至57百萬隻，複合年均增長率為7.0%。一方面，清遠雞作為地方優質雞種，被納入地方產業規劃，地方政府通過財政補貼、品牌扶持等方式，鼓勵龍頭企業擴大標準化養殖規模，提升種源體系與產業鏈整合能力。另一方面，隨著育種技術與飼養管理水平的持續提升，養殖企業在苗種質量控制、養殖周期優化及疫病防控等方面取得進展，有效提升單位產能與成活率，為存欄結構改善提供支撐。預計至2030年，中國清遠雞出欄量將增長至79百萬隻，2026年至2030年間複合年均增長率為8.0%。

中國帶有國家地理標誌的清遠雞市場規模，按出欄量計，2020年-2030年（估計）



附註：市場規模以出欄量計算，單位為百萬羽。

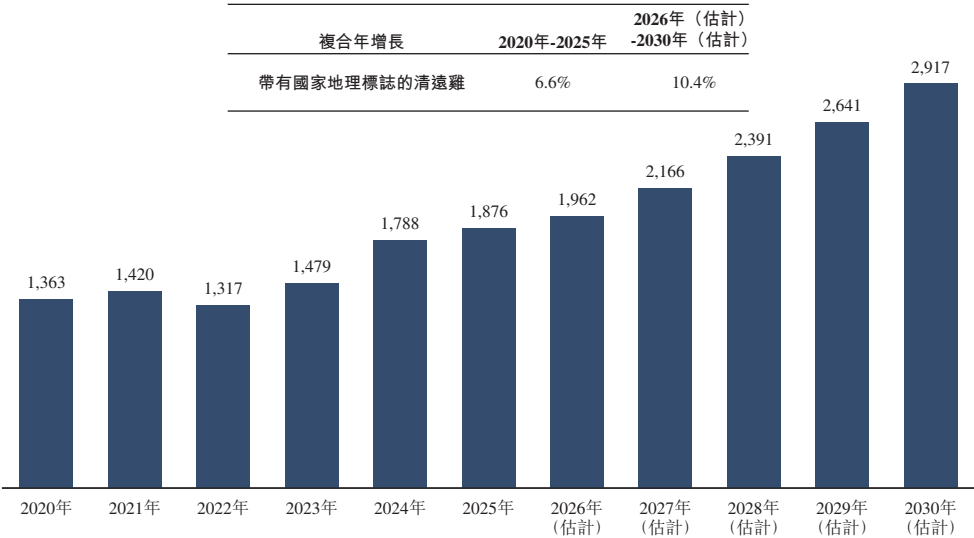
來源：廣東省農業農村廳、專家訪談、弗若斯特沙利文

帶有國家地理標誌的清遠雞市場規模（按營收計）自2020年的人民幣1,363百萬元增長至2025年的人民幣1,876百萬元，複合年均增長率達6.6%。得益於政策支持及清遠雞品牌的認知提升，預計帶有國家地理標誌的清遠雞市場規模將於2030年進一步增長至人民幣2,917百萬元，2026年至2030年間複合年均增長率達10.4%，截至2025年，帶有國家地理標誌的清遠雞市場規模僅佔中國黃羽肉雞市場的約2.1%，整體滲透率仍處於較低水平，未來仍具備顯著的擴張潛力。目前清遠雞銷售中毛雞佔比仍超過60%。然而，由於冷藏產品線在超市和社區零售渠道的滲透帶來了高毛利率，該產品線持續

行業概覽

提升了整體市場價值。隨著冷鏈物流體系不斷完善及電商渠道快速擴張，帶有國家地理標誌的清遠雞市場的品牌化、高品質化趨勢日益顯著，已成為黃羽雞品類中增長最為迅速的細分市場。

中國帶有國家地理標誌的清遠雞市場規模，按營收計，2020年-2030年（估計）



附註：市場規模以營收計，單位為人民幣百萬元。

來源：廣東省農業農村廳、專家訪談、弗若斯特沙利文

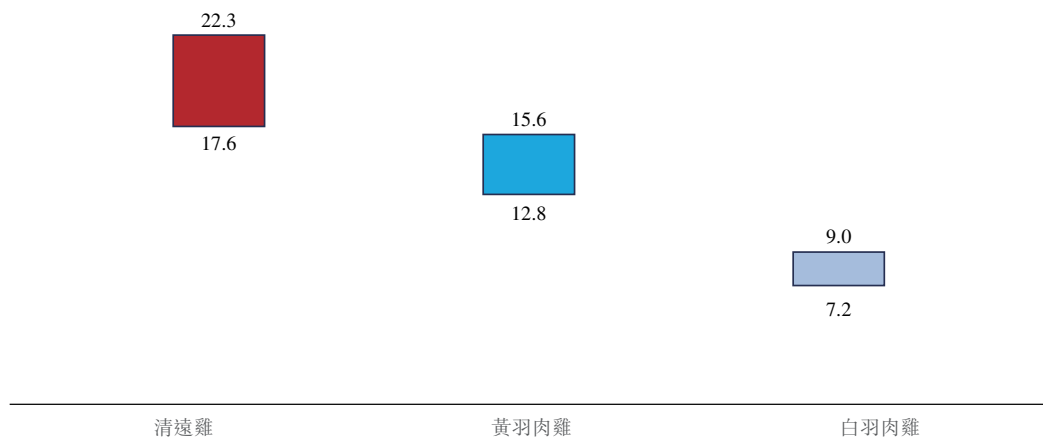
* 國家地理標誌：認證因特定地理來源而具有獨有品質及聲譽的農產品。僅有在清遠市清城、清新、英德及佛岡根據指定標準飼養的清遠雞方符合資格獲得此項認證。

中國清遠雞與其他商品雞均價比較

2020年至2025年，白羽肉雞的平均市場售價在人民幣7.2元至9.0元／公斤之間波動，整體保持在相對低位，價格波動主要受集中化產能釋放與終端渠道價格敏感度影響。同期，黃羽肉雞價格水平相對穩定，主要維持在人民幣12.8元至15.6元／公斤區間，較溫和的價格波動主要體現在活禽市場管控政策及企業屠宰比例提升後對價格形成一定的支撐。而清遠雞作為高品質雞肉，價格水平持續高於行業平均。2020年至2025年，其平均售價在人民幣17.6元至22.3元／公斤之間，體現出其在高品質肉類市場中的穩定溢價能力，價格走勢雖受市場波動影響，但在結構性消費需求支撐下，清遠雞仍在價格上維持較強的價格穩定性。

行業概覽

中國商品雞價格區間（人民幣元／公斤），2020年-2025年



來源：中國畜牧業協會、廣東省農業農村廳、弗若斯特沙利文

中國清遠雞市場驅動因素

政策驅動：作為清遠特色農業的重要代表，清遠雞產業在政策、資金及基礎設施方面持續獲得當地政府的大力支持。自2021年起，該產業被列為「五大百億農業產業」中的重點項目，支持重點聚焦於品種保育、標準化養殖、品牌建設及冷鏈物流發展。

技術驅動：該產業在育種體系、養殖模式和疫病防控方面持續改善，推動了標準化與綠色發展。良種保育及本地化育種體系的發展，配合生態養殖、智能養殖等現代養殖模式的導入，提升了生產效率及產品一致性。

市場驅動：清遠雞憑藉其風味與區域品牌形象，在餐飲及高端消費場景中享有高度認可。消費者對品質與安全性的偏好日益提升，持續支撐其價格與銷量雙增長。

中國清遠雞養殖行業壁壘

種源壁壘。作為地理標誌產品，清遠雞的競爭力植根於其優越的遺傳資源與純正血統。核心種源集中於少數企業，形成較高的進入門檻。具備育種與選育能力的企業能確保品系穩定性，並提升生長性能及抗病力，從而建立上游優勢。

技術壁壘。產品品質有賴專業化養殖技術與繁育經驗。龍頭企業通常建置整合式育種及生物安全體系，實現各養殖階段的標準化、數字化管理。此外，隨著食品安全規範趨嚴及活禽交易管制加強，屠宰加工及冷鏈保鮮能力的重要性日益凸顯，構成關鍵技術門檻。

行業概覽

渠道壁壘。清遠雞主要定位於高端餐飲及中高端零售渠道，品牌信譽與供應穩定性為關鍵要素。龍頭企業通過冷鏈配送網絡及長期客戶關係，建立穩定的銷售網絡與區域品牌認知。具備全渠道營運能力的企業，更能有效拓展市場覆蓋範圍並維持議價優勢。

中國生豬養殖行業概覽

中國豬肉消費概述

於2025年，中國豬肉產量達59.4百萬噸，消費量為59.1百萬噸，其中家庭消費佔54.2%。受非洲豬瘟影響，產能一度收縮並隨後出現補欄，中國豬肉消費曾出現階段性波動，但目前已恢復至常態區間。

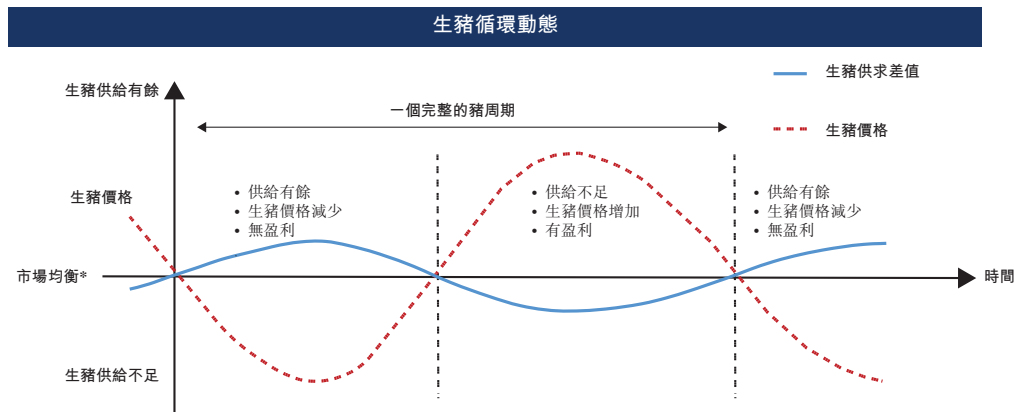
中國豬肉消費分佈佔比

中國的豬肉消費區域分佈較為均衡，主要集中在西南、華東、華中及華南地區。2025年，西南地區憑藉領先的豬肉產量和消費量，佔全國消費總量約22.0%，位居首位；華東、華中和華南地區的消費份額分別約為20.0%、17.0%和15.0%，長期以來均為豬肉主要消費區域，消費習慣穩定、渠道體系完善。相比之下，華北、東北及西北地區的消費佔比分別約為13.0%、9.0%和4.0%，整體水平較低，主要原因在於地區飲食文化及肉類選擇的偏好上存在差異。

中國豬周期

豬週期指受供應變化主要驅動的生豬價格週期性波動，因為中國的豬肉需求維持穩定。供應受疾病爆發及產能週期等因素影響。2022年之前，一個典型的週期持續四至五年，高價格促使產能擴張，隨後出現供過於求、價格下跌以及後續產能縮減。近年來，更嚴格的法規已經使波動性趨緩。於2024年3月，政策指引設定約39百萬頭能繁種母豬的目標，以穩定生產及價格。因此，價格波動已收窄，且未來豬週期預計將變得更穩定。

行業概覽

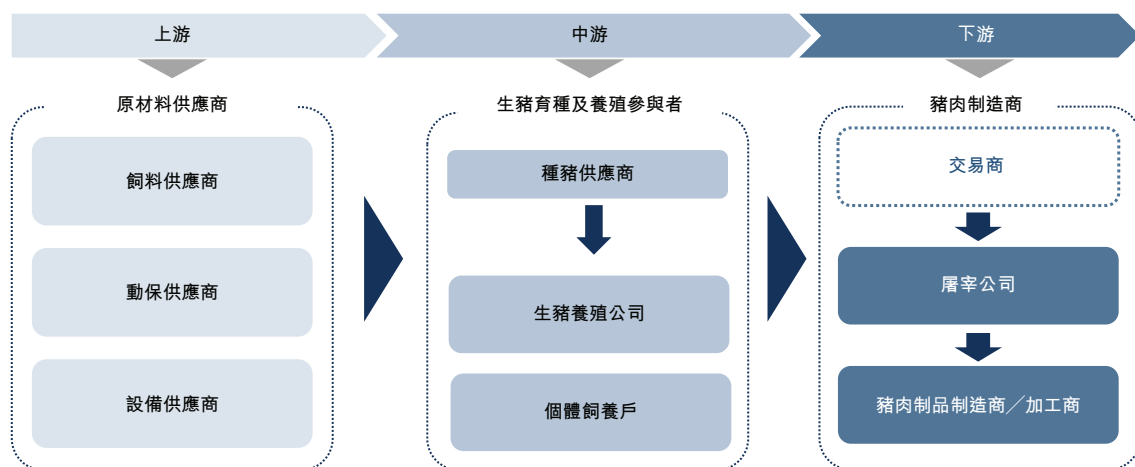


中國生豬養殖行業概述

作為中國生豬養殖行業最引人注目的趨勢之一，過去十年，中國生豬養殖行業已轉向規模化養殖（指年生豬出欄量為500頭以上的養殖企業）：於2015年，規模化生豬養殖的滲透率僅為43.3%，而其於2025年達70%以上。工業化為生豬養殖行業帶來規範性及穩定性，有效降低價格波動。隨著規模化專業管理業務逐步取代小型生豬養殖場，行業集中度不斷提升，生產流程變得更加標準化且生產量更加可預測。這種結構性轉變平抑生豬市場價格傳統的大起大落，從而穩定了市場。

中國生豬養殖行業價值鏈

中國生豬養殖行業的價值鏈主要包括原料供貨商、生豬養殖公司和豬肉供貨商。根據商業模式的不同，生豬養殖公司在價值鏈中可能扮演一個或多個角色。



來源：弗若斯特沙利文

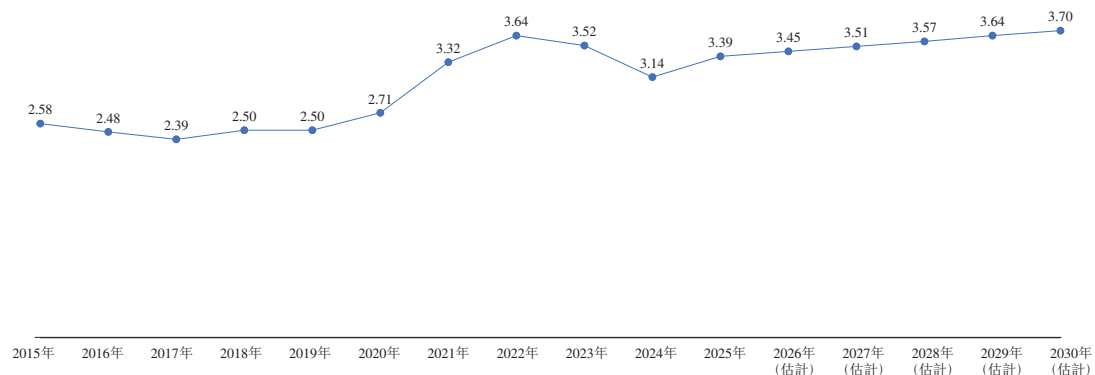
行業概覽

中國主流生豬養殖模式及飼料成本

中國主流養豬模式大致可分為自營模式及家庭農場模式兩種。自營模式下，公司建立並經營自有養殖基地，能夠全面掌控育種、育肥及疫病預防，並支持標準化生物安全管理及穩定產品質量。相比之下，家庭農場模式下，公司與個體農戶合作，提供哺乳仔豬、飼料、疫苗及技術支持。儘管該模式所需的資本投資相對較低因而較容易擴大規模，但對養殖業務及疫病管理的控制較少，可能導致產品質量參差不齊。

以下是2015年到2025年中國生豬養殖的飼料成本及未來五年預測：

中國生豬養殖飼料成本（人民幣元／公斤），2015年-2030年（估計）



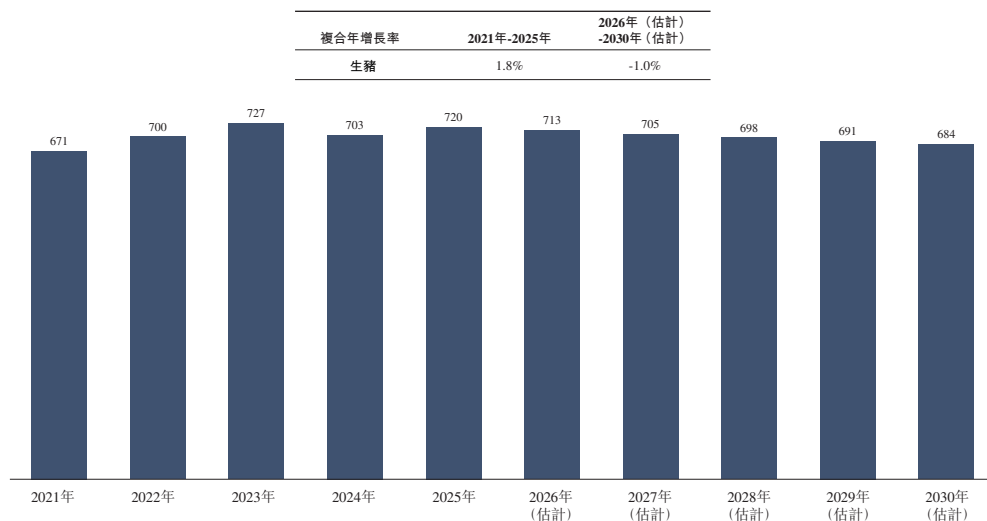
來源：中國農業農村部、弗若斯特沙利文

中國生豬養殖市場規模

生豬出欄量為衡量行業供給水平的核心指標。於2021年，中國肉豬出欄量為671百萬頭。隨著產能恢復及規模化養殖效率提升，其於2025年增至720百萬頭，2021年至2025年的複合年增長率為1.8%。該增長主要由養殖種母豬存欄量的恢復及生產效率提升所推動。展望未來，在政策驅動下對養殖種母豬規模的調控、行業集中度提升以及企業擴張節奏更為審慎的背景下，肉豬出欄量預計將逐步回落至更合理水平。預計到2030年將調整至684百萬頭，2026年至2030年的複合年增長率為-1.0%。

行業概覽

中國生豬養殖市場規模，按出欄量計，2021年-2030年（估計）

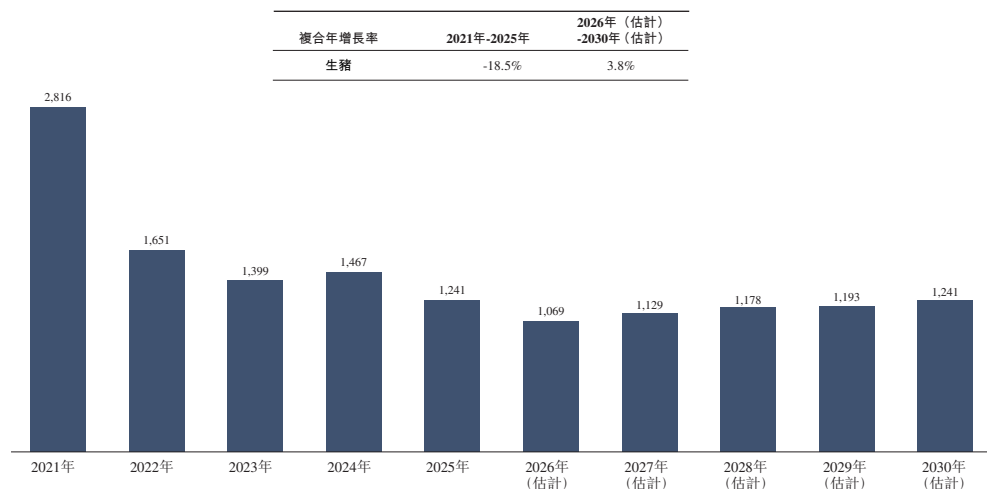


附註：市場規模以出欄量計算，單位為百萬頭。

來源：中國農業農村部、弗若斯特沙利文

中國生豬養殖行業的市場規模高度依賴生豬價格的波動。於2021年，受生豬價格上漲支撐，市場規模達到人民幣28,160億元。隨著產能恢復及生豬價格下跌，市場規模於2025年下降至人民幣12,410億元，2021年至2025年的複合年增長率為-18.5%。於該期間內的收縮主要受價格調整而非銷售量顯著下降所推動。展望未來，在對養殖種母豬存欄量進行政策調控以及行業從擴張向產能管理轉型的背景下，整體供應預期將維持相對穩定。市場規模預計到2030年將回升至人民幣12,410億元，2026年至2030年的複合年增長率為3.8%，反映在市場預期生豬價格溫和反彈的背景下市場規模的復甦。

中國生豬養殖市場規模，按收入計，2021年-2030年（估計）



附註：市場規模按收入計算，單位為人民幣十億元。

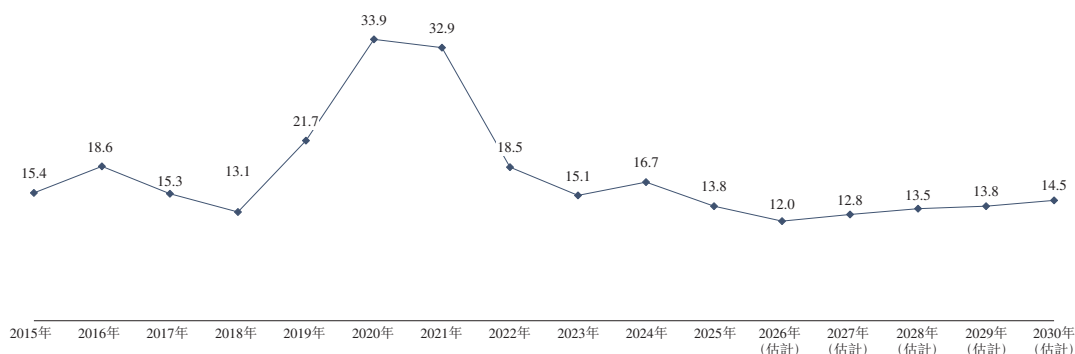
來源：中國農業農村部、國家統計局、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國生豬平均價格

過去十年，受供需的動態變化、政策干預及飼料成本波動的多種因素的影響，中國的生豬市場售價歷來呈周期性波動。2020年的生豬市場售價飆升至每公斤人民幣33.9元。然而，隨著中國生豬產能於2022年快速恢復，中國的生豬市場售價亦相應降低。於2025年，因生豬供應增加令平均價格進一步下跌至每公斤人民幣13.8元。展望未來，受規模化養殖趨勢、產能管理趨嚴以及產能監管見效的推動（從種母豬存欄量逐步減少及生豬產量趨於平穩可見一斑），預期豬肉市場的供需平衡將有所改善，進而支撐豬肉價格逐步回升至更合理的區間。

中國生豬平均市場售價（人民幣元／公斤），2015年-2030年（估計）



附註：價格以人民幣元／公斤呈列。

來源：中國農業農村部、弗若斯特沙利文

* 於2022年之前，豬價週期更為顯著，主要由於大規模養殖滲透率有限、缺乏有效的生產調控政策，以及靈活供應調整及疫病管理能力不足

中國生豬養殖行業驅動因素

行業整合。在鼓勵屠宰產能向養殖區域轉移的政策支持下，頭部企業正日益整合上游飼料生產及生豬繁育與下游屠宰業務，形成更完整的價值鏈。這有助於提升成本控制能力、資源配置效率及產品可追溯性，推動行業更加協調發展。

推進可持續實踐。頭部企業正通過樓房豬舍、優化飼料配方及廢棄物利用系統等技術，加強環境管理，減少排放及環境影響。隨著ESG要求日益嚴格，預計將有更多生產商推進可持續發展實踐。

中國生豬養殖行業壁壘

技術壁壘。現代化生豬養殖需要具備育種改良、疾病防控、飼料配比及智能化管理能力。頭部企業通過基因選育、自動飼喂及環境控制提升生產效率、降低死亡率並保障產品品質，從而形成強大的技術優勢。

行業概覽

資金壁壘。生豬養殖屬高度資金密集型行業，標準化設施及生物安全體系的建設均需大量投資。鑒於行業週期長且價格波動大，企業必須具備較強的現金流量管理及風險應對能力。頭部企業憑藉規模化及一體化佈局，能夠更好地控制成本並提升抗風險能力。

種源壁壘。核心種源資源是行業競爭力的基礎。優質種豬決定生產性能及效率，而遺傳改良則需要長期積累。僅有少數大型企業具備自主育種體系，形成難以複製的競爭優勢。

市場競爭分析

黃羽肉雞及清遠雞市場競爭格局

中國黃羽肉雞行業集中度持續提升，頭部企業的市場份額已達到較高水平，2025年中國黃羽肉雞行業前十家企業的合計市場份額約為67.1%。頭部企業形成較強的市場壁壘，在行業週期性波動中保持較高的經營穩定性。

儘管產業集中度持續提升，但其結構仍較為分散，約有超過120家大型黃羽肉雞養殖企業，同時存在大量中小規模企業及個體養殖戶，形成競爭激烈的市場格局。主要進入壁壘包括種源、技術及渠道方面的障礙。市場參與者還面臨供需失衡、其他肉類的替代、消費模式的轉變、成本壓力，以及週期性價格波動等挑戰。

中國清遠雞市場集中度處於極高水平。2025年，行業內排名第一的企業已佔據約65.3%的市場份額，遠超其他競爭對手，形成絕對領先地位。憑藉在品種、品牌及全產業鏈整合方面的優勢，領先企業建立了顯著的市場壁壘。

按營收計，本公司在中國黃羽肉雞企業中排名第六。

中國黃羽肉雞企業排名，2025年

排名	公司	營收 (人民幣十億元)	市場份額
1	公司A	34.8	39.7%
2	公司B	14.6	16.7%
3	公司C	3.6	4.1%
4	公司D	2.9	3.3%
5	公司E	1.7	1.9%
6	本集團	1.6	1.8%
7	公司F	1.3	1.5%
8	公司G	1.0	1.1%
9	公司H	0.9	1.0%
10	公司I	0.7	0.8%
總計		87.6	100%

行業概覽

* 營收指肉雞產量 (包括用於生鮮及其他產品的黃羽肉雞)，不包括雞苗

附註：

公司A：該公司成立於1992年，為深圳證券交易所上市的大型農牧企業，總部位於廣東省。公司業務涵蓋生豬與肉禽養殖、飼料生產及食品加工等環節，形成從種源、飼料到屠宰銷售的全產業鏈佈局。

公司B：該公司成立於1997年，為深圳證券交易所上市的農業企業，總部位於江蘇省，是一家集科研、生產、貿易於一身、以畜禽養殖為核心產業的一體化農業企業。

公司C：該公司成立於2003年，為深圳證券交易所上市公司，總部位於湖南省。該公司採用一體化模式從事黃羽肉雞的育種、加工和銷售，業務涵蓋從育種和養殖到加工和分銷的各個環節。

公司D：該公司成立於2014年，為香港聯交所上市公司，總部位於四川省，為一家集飼料研發、種豬繁育、家禽及商品生豬養殖為一體的綜合型農牧企業。

公司E：該公司成立於2000年，總部位於廣西壯族自治區，是一家以家禽飼養、畜牧飼養、種畜禽生產為主的企業。

公司F：該公司成立於2002年，總部位於廣西壯族自治區，是一家主要從事黃羽肉雞養殖、種蛋銷售；雞苗、鴨苗孵化的公司。

公司G：該公司成立於2006年，總部位於廣西壯族自治區，是一家集農牧科研、畜禽苗銷售、畜禽養殖與銷售、肉產品加工、飼料生產與銷售為一體的綜合型農牧集團企業。

公司H：該公司成立於1991年，總部位於廣東省，是一家從事集家禽養殖，飼料生產，家禽批發，家禽屠宰與商品雞食品加工於一體的大型綜合性企業。

公司I：該公司成立於2006年，總部位於廣西壯族自治區，是一家主要從事集黃羽肉雞、生豬兩大板塊的科學育種、生態養殖、飼料加工、有機肥生產、屠宰深加工、產品研發、銷售於一體的農業公司。

按出欄量計，本公司在中國清遠雞企業中排名第一，市場份額佔中國清遠雞市場65.3%。

中國清遠雞企業排名，2025年

排名	公司	出欄量 (百萬隻)	市場份額
1	本集團	37.3	65.3%
2	公司J	5.0	8.8%
3	公司K	2.2	3.9%
總計		57.1	100%

* 出欄量指肉雞產量 (包括用於生鮮及其他產品的清遠雞)，不包括雞苗

附註：

公司J：該公司成立於2014年，總部位於廣東清遠，是一家主要從事黃羽肉雞及清遠雞養殖、加工及銷售的企業。

公司K：該公司成立於2017年，總部位於廣東清遠，是一家主要從事黃羽肉雞、清遠雞飼養的企業。

行業概覽

生豬養殖市場競爭格局

按營收計，本公司在中國西南地區生豬養殖企業中排名第十。

中國生豬養殖企業西南地區排名，2025年

排名	公司	營收 (人民幣十億元)	市場份額
1	公司L	13.7	4.6%
2	公司C	13.2	4.4%
3	公司M	7.0	2.3%
4	公司N	6.5	2.2%
5	公司O	5.7	1.9%
6	公司A	4.8	1.6%
7	公司P	4.4	1.5%
8	公司Q	3.3	1.1%
9	公司R	2.9	1.0%
10	本集團	2.7	0.9%
總計		64.3	100%

附註：

公司L：該公司成立於1997年，為深圳證券交易所上市公司，總部位於四川省，以現代農牧與食品產業為核心業務，也是中國最大的飼料生產企業之一。

公司M：成立於2013年，為上海證券交易所上市公司，總部位於四川省，是一家集種豬、飼料、商品豬生產於一體的農業產業化經營企業，擁有生豬養殖行業較為完整的一體化產業鏈。

公司N：成立於1999年，總部位於江西省，是一家全國性大型農牧集團，致力於飼料研發與製造、生豬養殖、糧食貿易、金融服務等業務。

公司O：成立於1992年，為深圳證券交易所及香港聯交所上市公司，總部位於河南省，是一家集約化養豬規模位居全國前列的農業產業化企業，也是中國較大的生豬自育自繁自養大規模一體化的養殖企業。

公司P：成立於1999年，為上海證券交易所上市公司，總部位於雲南省，是集飼料生產、生豬養殖、屠宰加工、食品深加工為一體的農業產業化企業。

公司Q：成立於1921年，為上市公司，總部位於泰國曼谷，業務涉及農牧、零售、電信、地產、金融。

公司R：成立於1992年，總部位於四川省，為一家以飼料生產與畜禽養殖為核心業務的綜合性企業。公司主要從事畜禽及水產飼料的研發、生產與銷售，並延伸至養殖及農產品加工領域。