



中粮  
COFCO  
自然之源 重塑你我

中粮家佳康食品有限公司  
COFCO Joycome Foods Limited



# 2025年中期业绩

## 2025年8月



通过参加包含本次演示的会面，或通过阅读演示材料，阁下同意受以下限制约束：

- 本次演示所涉及的信息由中粮家佳康食品有限公司（“公司”，与其子公司合称“集团”）及/或其代表为集团在投资者会面中的演示而准备。本次演示所含任何部分不得构成或作为任何合同、承诺或投资决定的基础或者依据。
- 任何人均未对本材料所包含的任何信息或意见的公正性、准确性、完整性或正确性做出任何明示或者默示的陈述或保证，任何人也不应依赖本材料所包含的任何信息。无论公司还是公司的任何子公司、分公司、关联公司、顾问或代表，均无须为由本次演示或其内容引起的或其它与本次演示相关的任何损失承担义务或责任（不论基于疏忽或其他原因）。本演示材料所载的信息可能会更新、完善、修改、验证和修正，且此信息可能会进行重大更改。
- 本次演示基于现行有效的经济、法律、市场及其他条件。阁下应当理解，后续发展可能会影响本次演示中包含的信息，而公司、公司的子公司、分公司、关联公司、顾问或代表均无义务对其予以更新、修订或确认。
- 在本次演示中传达的信息包含一些具有或可能具有前瞻性的陈述。这些陈述通常包含“将要”、“可能”、“期望”、“预测”、“计划”和“预期”及类似含义的词汇。前瞻性陈述就其性质而言包含风险和不确定性，因为其涉及将在未来发生的事件并依赖于未来发生的情况。可能另有一些重大风险尚未被公司认为构成重大风险，或公司及其顾问或代表尚未意识到该等风险。针对这些不确定因素，任何人不应依赖这些前瞻性陈述。公司不承担任何更新前瞻性陈述或使其适应未来事件或发展的责任。
- 本次演示及于此所载资料并不构成或组成任何对公司证券的出售要约或发行或对公司或归属于任何司法管辖区的任何子公司或关联方的证券的购买或认购要约的招揽或邀请的一部分。本次演示及于此所载资料仅提供给阁下作为参考，不得作为阁下交易集团证券的依据，且不得被全部或部分的以任何形式复制或以任何方式分发给其他任何人。特别是，在本次演示中出现的任何信息或本次演示材料的任何副本均不能在美国、加拿大、澳大利亚、日本、香港或任何有相关禁止性规定的其他司法管辖区直接或间接地复制或传播给任何人。任何对以上限制的违反都可能构成对美国或其他国家证券法律的违反。本演示材料及其所载的任何信息不构成对任何的金钱、证券或其他对价的招揽，且任何基于本演示材料及其所载的任何信息而提供的金钱、证券或其他对价均不会被公司接受。
- 通过参加本次演示，阁下确认您将完全自行负责对集团市场地位以及市场的评估，并且阁下将自行进行分析并对集团业务的未来表现形成自己的观点或看法。任何基于某拟议证券发售而购买证券的决定（如有）应当仅仅基于为该发售而准备的发售通函或照顾说明书中的信息而做出。
- 通过审阅本演示材料，阁下将被视为已表示并认同阁下及阁下代表的客户并无受到任何可适用法律、法规或规定限制参加本次演示。



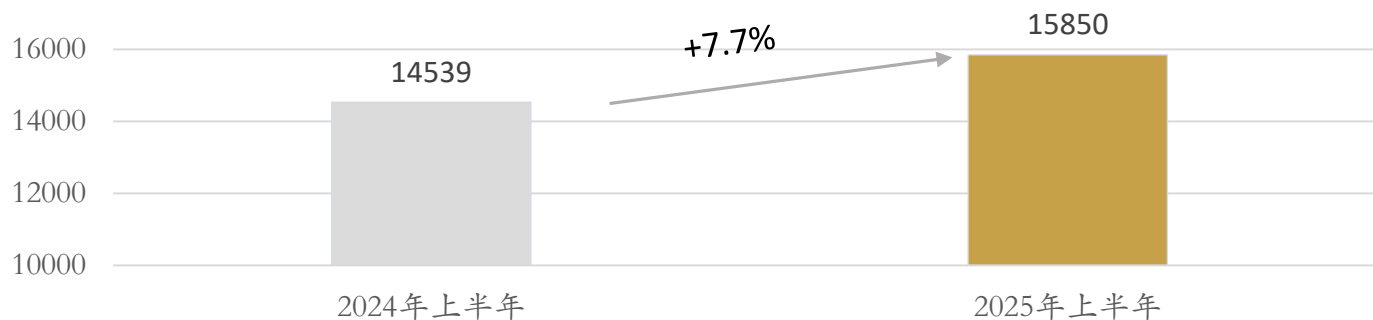
第1章	业务摘要
第2章	财务摘要
第3章	策略与展望

主要运营指标	2025H1	2024H1	变动
生猪出栏量 (万头)	289.8	158.4	83.0%
商品大猪销售均价 (人民币元/公斤)	14.59	15.28	-4.5%
生鲜猪肉销量 (万吨)	15.0	12.0	25.1%
品牌盒装猪肉销量 (万盒)	2,779	1,897	46.5%
生鲜猪肉业务中品牌收入占比 (%)	31.2%	26.7%	+4.5ppt
肉类进口销量 (万吨)	3.4	3.3	+2.5%

主要财务指标	2025H1	2024H1	变动
营业收入（人民币亿元）	89.63	74.83	19.8%
净利润（人民币亿元）（调整前）	2.03	-3.15	增加5.18亿元
其中：本公司拥有人应占净利润（调整前）	1.98	-3.22	增加5.20亿元
净利润（人民币亿元）（调整后）	3.22	3.23	减少0.01亿元
其中：本公司拥有人应占净利润（调整后）	3.17	3.16	增加0.01亿元
每股基本盈利（人民币元）（调整前）	0.0433	-0.0703	增加0.1136元

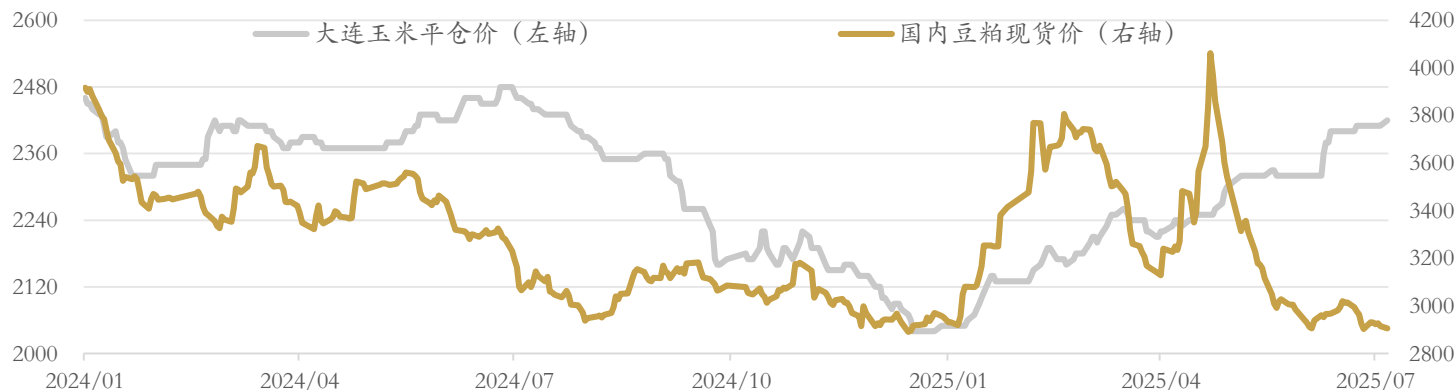
董事会已决议不宣派截至2025年6月30日止中期股息。

## 全国工业饲料产量（万吨）



- 2025年上半年，国内饲料产量同比有所增长，据中国饲料工业协会数据，上半年全国工业饲料总产量15,850万吨，同比增长7.7%。

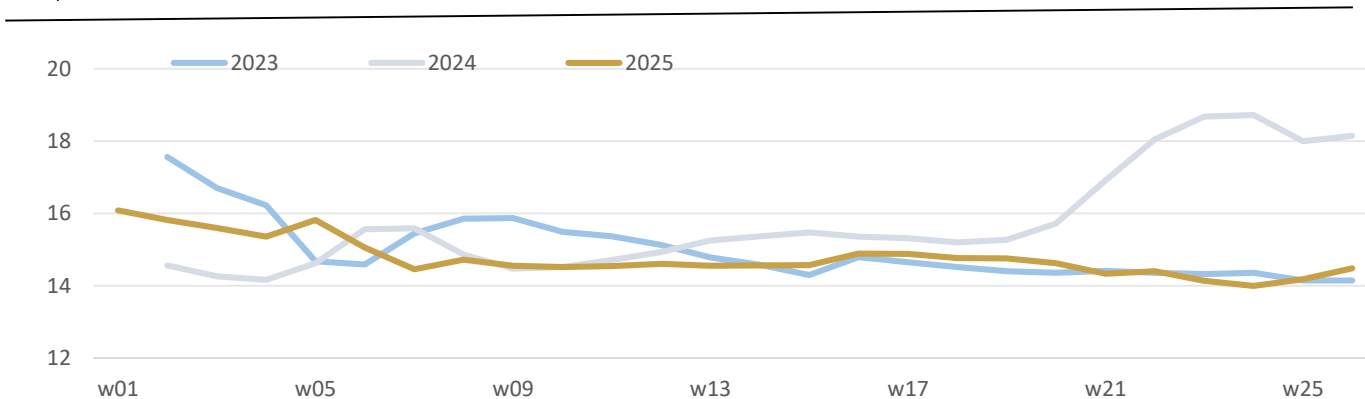
## 饲料原料价格（元/吨）



- 2025年上半年玉米现货价格持续上涨，从年初的2,050元/吨上涨至6月末的2,410元/吨，上半年均价同比下跌6.3%；豆粕价格则呈现出先涨后回落的走势，四月冲高至4,062元/吨，6月末回落至2,932元/吨，上半年均价同比下跌5.2%。

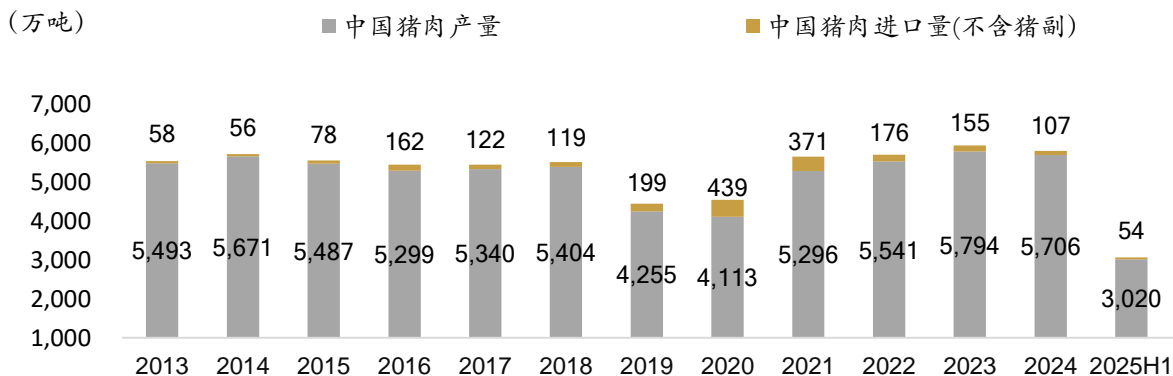
数据来源：wind、国家统计局

## 中国生猪价格（元/公斤）



- 2025年上半年生猪价格呈下跌态势，年初受春节备货短暂提振，价格小幅上移，但节后消费季节性回落拖累猪价下行。6月初，供强需弱，猪价探底，但六月下旬开始，供需格局阶段性改善带动价格有所反弹。据钢联数据，上半年全国生猪均价14.77元/公斤，同比下跌3.9%。

## 中国猪肉产量和进口量（不含猪副）



- 2025年上半年，中国猪肉产量3,020万吨，同比增长1.3%；猪肉进口量（不含猪副）54万吨，同比增加4.9%

数据来源：国家统计局，中国农业农村部，海关总署，Mysteel钢联数据中心

- 1 专项攻坚压降养殖成本
- 2 大力发展新质生产力
- 3 筑牢饲料业务核心竞争力
- 4 生鲜业务实现明显突破
- 5 深化牛肉工贸结合
- 6 构建全链条生态循环绿色模式





**养殖效率提升：**上半年整体运行平稳，产能充分合理利用，持续开展种群轮换工作，推进高效繁殖体系落地，逐步提高生产效率。



**养殖结构优化：**联农带农，积极拓展放养业务，打造中粮特色“公司+农户”业务模式，放养业务快速发展。



**成本持续改善：**聚焦关键环节，开展专项攻坚，紧盯料肉比、饲喂管理、药品疫苗成本和一线员工激励等重点事项，缩小区域间差距。



**基因育种：**继续依托基因组育种和生产一体化平台，加大基因芯片检测数量，各主选性状育种值准确性提升，在最早应用基因育种的吉林区域，生产成绩明显优于其他区域。已与知名高校科研团队设立生猪育种联合实验室，进一步推动育种技术攻关。



**智慧养殖：**开发数智化运营平台，吉林长岭、洮南等项目接入物联网智能设备集群，实时采集各类生产环节数据，依托饲喂模型与疫病防控模型，通过大数据分析平台联动，动态优化种猪个体与商品猪群体饲喂方案，实现精准调控、风险预判。



**高端人才：**加速科研高端人才引进，加大与华中农业大学等高校的科研合作，聘请高校教授作为外部专家，系统提升专业能力，搭建创新技术力量。

- 协同效应显著增强，“好产品、好服务、高效能、低成本”提升核心竞争力：



**协同优势：**猪料内部协同量增加；进一步深化与蒙牛的协同反刍料，打造新型“饲牧奶”产业链，优化牧场客户结构。



**研发创新：**养殖、饲料业务研发集成，25年4月成立饲料专业管理委员会，聘任三位中国工程院院士为学术委员，聚焦饲料产业前沿技术攻关，在原料优选、精准营养、低蛋白日粮等配方优化技术及饲料禁抗减粮等领域展开研究。

25年6月成立反刍动物营养创新联合体，与知名科研机构深度合作，研究反刍营养实用新型专利技术，同时，与产业研究机构组成专家组，从饲料配方优化、硒源选择和生物转化率等关键环节突破滩羊富硒肉研发瓶颈，研究成果形成专利。



**原料采购：**提升集中采购比例，同时依托完善的商情体系，充分研判玉米豆粕行情走势，提前锁定头寸，控制饲料原料采购成本。



**精细化管理：**坚持精细化管理，技、采、产、销四个环节高效联动，通过高周转提升效率，降低库存成本。同时提升销售团队素质和服务能力，持续优化团队和产品结构。

## 品牌引领整体突破

生鲜整体业务营收 **25.4亿元**  
同比+21.1%

生鲜品牌业务营收 **7.9亿元**  
同比+41.5%

## 亚麻籽引领品牌突破



覆盖北上广深及全国12个省份的重点城市



新品开发



电商平台  
加大曝光



消费者/客户好评

## 开展消费者洞察：挖掘消费需求，促进产品力、渠道力和品牌力提升

### 1-人群定位



单身/两口之家



幼儿家庭



三代同堂

### 2-产品定位

### 3-渠道策略

### 4-沟通策略

## 提升品质

- 国内生鲜行业首个“美食届奥斯卡奖”
- 产品对标测试，提升产品力
- 严控产品质量，受到消费者青睐

## 拓增渠道

- 深化与头部、胖改系超市合作
- 头部电商全面扩增亚麻籽销量

## 精准传播

- 精准传播，锁定群体，大流量覆盖
- 形象塑造，建立安心健康品质形象
- 痛点破解，构建场景营销传播矩阵



## 进口业务：行情研判准确，深耕下游渠道，打造牛肉价值链

上半年在全国牛肉进口量下降的情况下，本公司准确判断牛肉行情震荡上行趋势，提前布局上游采购，把握采购节点；同时深耕下游渠道，持续开拓价值客户；打造牛肉价值链，深化工贸结合，规模逆势增长。

## 肉制品：强产品、扩产能、拓市场，销量同比增长

### 强产品

- 巩固猪肉类产品：以卓越的供应链管理能力和发挥猪肉制品一条龙产业链优势，猪肉产品增长明显
- 大力创新牛肉产品：围绕年轻人消费场景拓展牛肉品类，牛肉产品凭借差异化卖点快速增长。



### 扩产能

- 并购浙江嘉兴平湖工厂，东台二期工厂预计2025年底投产
- 总产能将由2.3万吨/年增长至5.2万吨/年



### 拓市场

- B端：持续开发连锁餐饮，东台供应链管理体系和数智化建设，荣获百胜、麦当劳奖项
- C端：开发拳头产品，精准定位消费场景，提升渠道差异化竞争力和品牌价值



## 种养结合助力循环发展

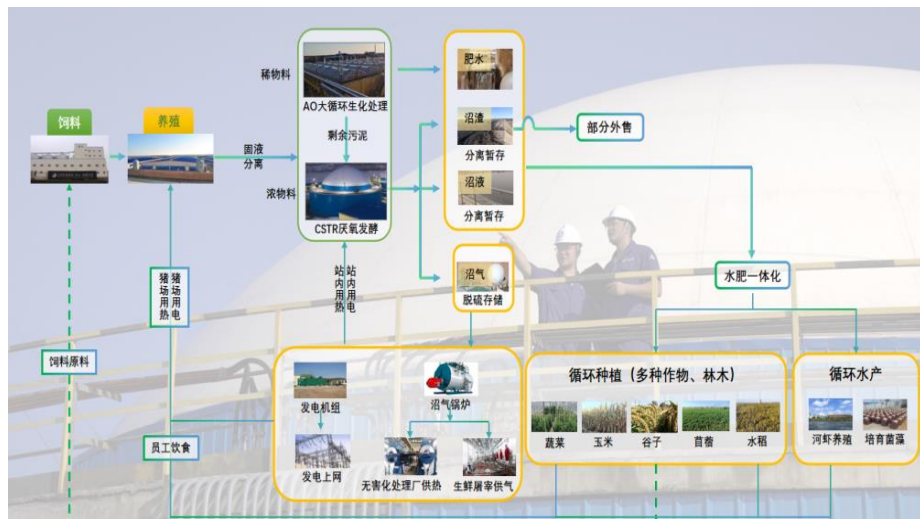
• 因地制宜，依据“一地一策”原则，在各养殖区域公司建设不同特色种养结合示范园，通过种养结合、废弃物资源化利用及能源梯级开发，打造从田间到餐桌的低碳闭环体系，实现环境效益与产业价值的共生共赢。

## 生态环保前沿技术探索

- 与多所高校开展联合研究，探索养殖粪污低碳处理与资源化利用、沼肥治理滨海盐碱地等前沿技术。
- 吉林公司建设沼肥研发中心，利用水肥一体化系统将沼液作为水溶肥用于不同生长阶段的大棚蔬菜

## “减负还田”极大降低环境压力

- 构建并不断完善「饲料生产—生猪养殖—粪污处理—沼气发电/供热—粪肥还田—循环种植—循环水产—饲料原料」的独特生态循环绿色模式。



种养循环绿色发展模式图



赤峰水肥喷施紫花苜蓿示范基地



张北公司菊芋示范田



河南公司沼液减负还田实践



吉林蔬菜大棚种养结合示范基地



第1章	业务摘要
第2章	财务摘要
第3章	策略与展望

1 整体实现营业收入**89.63**亿元

2 加强费用管控，提升运营效率，三项费用率同比均下降

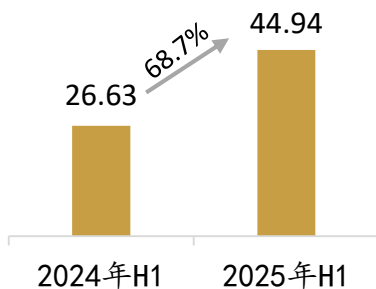
3 资产负债率较为稳定，受期内支付收购中粮嘉华实业有限公司对价款影响，净债务同比增加，净债务权益比率同比上升



## 生猪养殖

(人民币亿元)

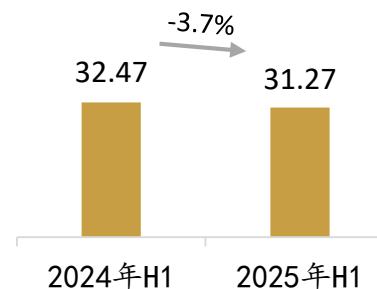
- 2025年上半年出栏量为289.8万头



## 中粮饲料

(人民币亿元)

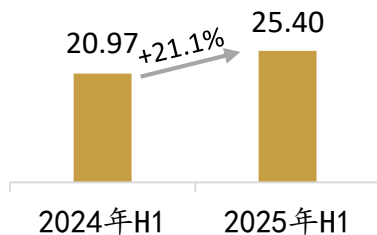
- 2025上半年饲料加工销量95.8万吨，同比提升1.6%



## 生鲜猪肉

(人民币亿元)

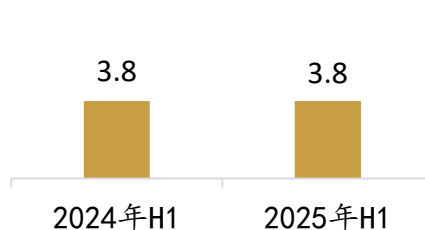
- 2025年上半年生鲜猪肉销量为15万吨，同比增长25.1%



## 肉制品

(人民币亿元)

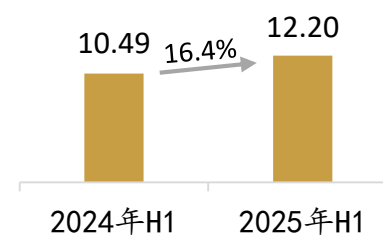
- 2025年上半年肉制品营业收入3.8亿



## 肉类进口

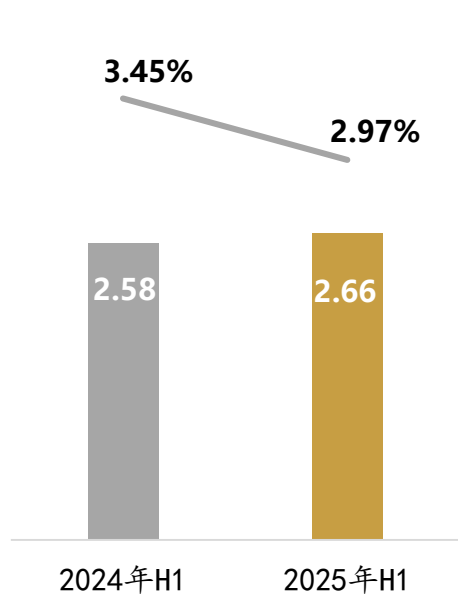
(人民币亿元)

- 2025年上半年肉类进口业务营业收入12.2亿



### 销售费用及销售费用率

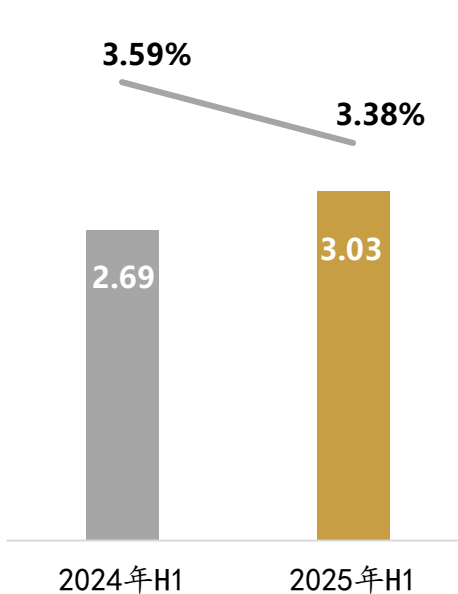
(人民币亿元)



■ 销售费用 — 销售费用率

### 管理费用及管理费用率

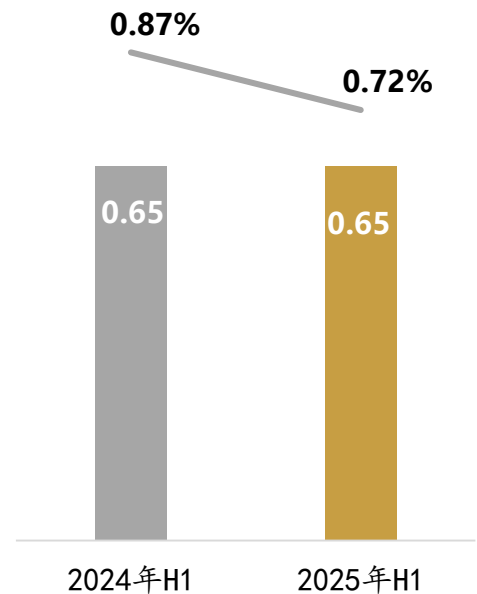
(人民币亿元)



■ 管理费用 — 管理费用率

### 财务费用及财务费用率

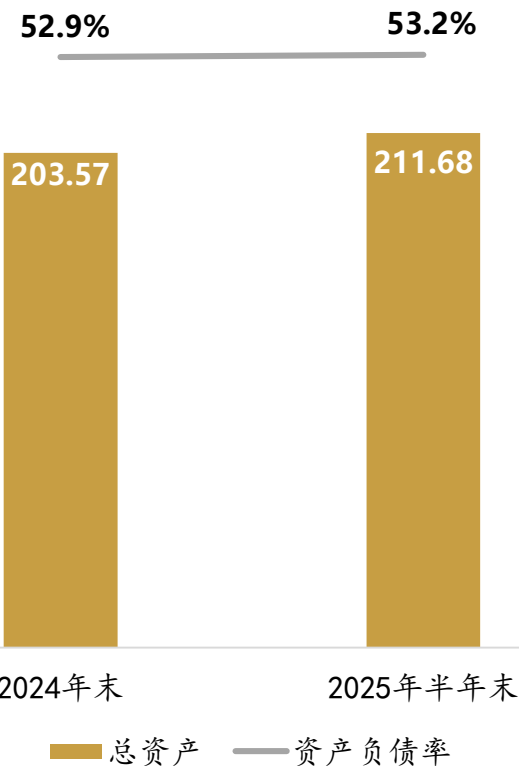
(人民币亿元)



■ 财务费用 — 财务费用率

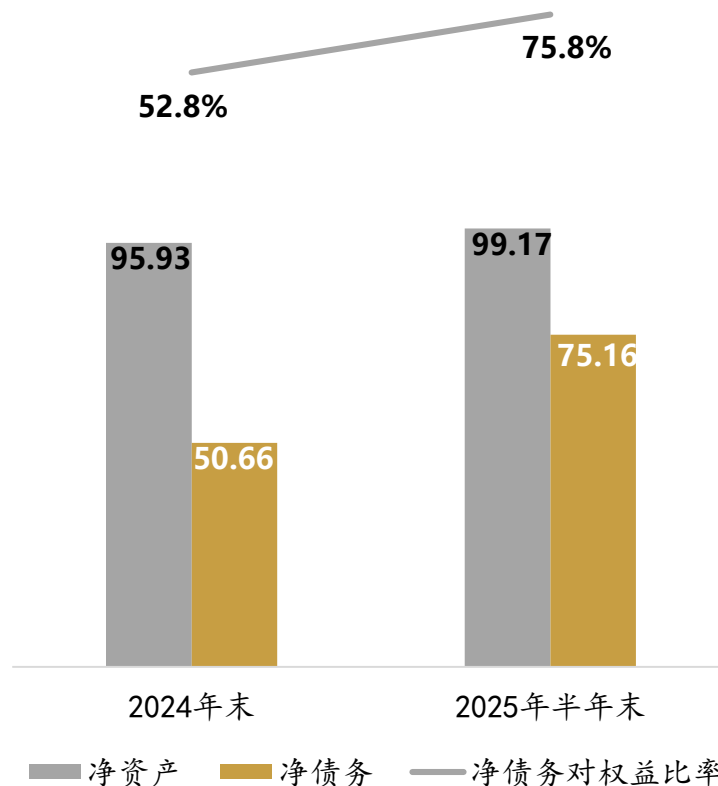
### 总资产及资产负债率

(人民币亿元)



### 净债务对权益比率

(人民币亿元)





第1章	业务摘要
第2章	财务摘要
第3章	策略与展望

## 1

## 全价值链成本管控

- 推动全要素、全环节、全员参与降本，建立专项提升任务，塑造公司跨越周期的成本竞争力。

## 2

## 坚定推进科技创新转型

- 育种领域：持续提升基因组育种技术水平，积累种猪基因组数据库，培育肉质优秀、性能高产的国产优质猪新品种；深化校企合作，加快科研成果转化。
- 饲料研发领域：加速完善营养数据库，及时通过优势原料替代等降低配方成本。
- 数智化领域：坚持技术体系标准化、业务管理数字化、运营管理智能化。

## 3

## 加大品牌建设

- 明确家佳康、万威客两大品牌定位，瞄准核心人群、创新产品，开展整合营销，不断提升品牌力。

## 4

## 持续践行绿色发展理念

- 坚持走好种养结合绿色低碳循环发展之路，加速粪污无害化处理和资源化利用，引领行业绿色发展。

## 5

## 健全人才培养激励体系

- 健全正向激励体系。
- 持续完善“五星计划”培训体系，全面提升人才发展水平。