



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年度业绩

2026年3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	2025	2024	变动
商品大猪销售均价（人民币元/公斤）	13.39	16.53	-19.0%
生鲜猪肉销量（万吨）	34.1	26.2	+30.3%
品牌盒装猪肉销量（万盒）	6,187.6	4,231.7	+46.2%
生鲜猪肉业务中品牌收入占比（%）	32.1%	29.4%	+2.7ppt
肉类进口销量（万吨）	6.5	6.6	-1.7%



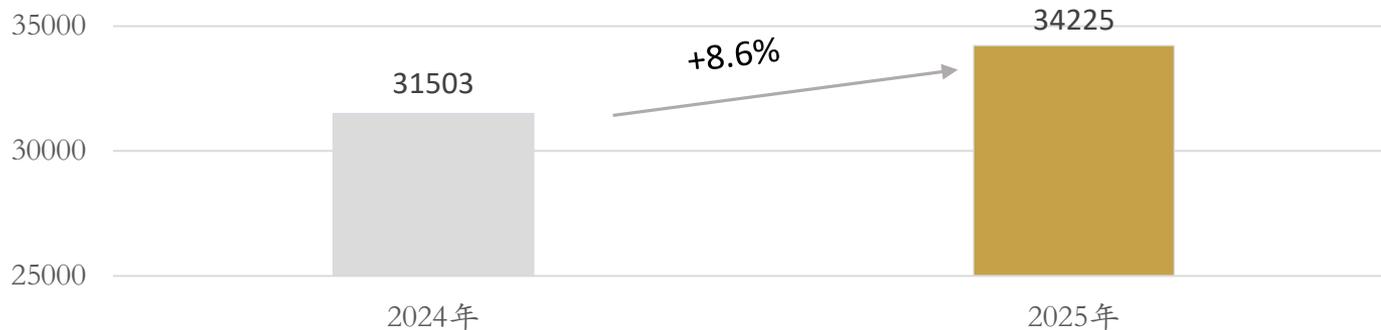
2025年主要财务指标



主要财务指标	2025	2024	变动
营业收入（人民币亿元）	185.8	163.3	+13.8%
净利润（人民币亿元）（调整前）	-2.90	2.75	减少5.65亿元
其中：本公司拥有人应占净利润（调整前）	-2.92	2.59	减少5.51亿元
净利润（人民币亿元）（调整后）	-7.44	5.54	减少12.98亿元
其中：本公司拥有人应占净利润（调整后）	-7.46	5.38	减少12.84亿元
每股基本盈利（人民币元）（调整前）	-0.0637	0.0566	减少0.1203元

董事会已决议不宣派截至2025年12月31日止年度股息

全国工业饲料产量 (万吨)



- 2025年，国内饲料产量同比稳步增长，据中国饲料工业协会数据，全年全国工业饲料总产量34,225万吨，同比增长8.6%

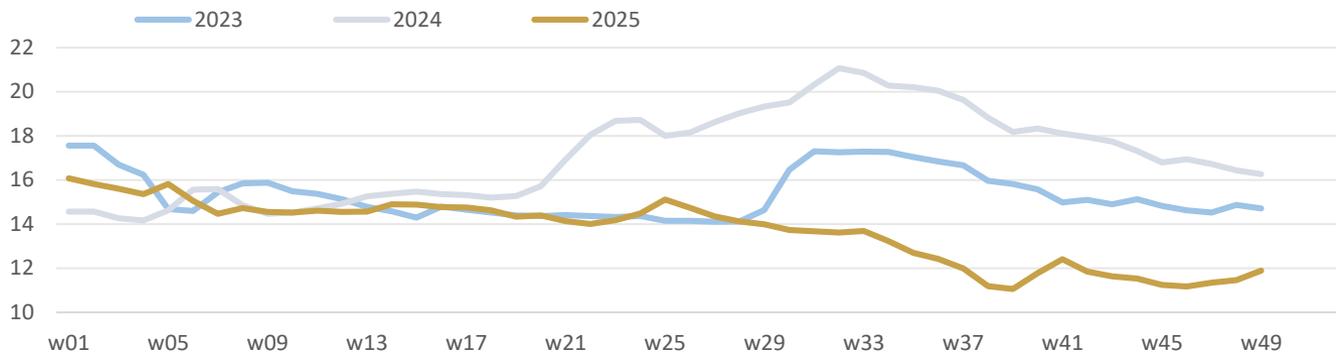
饲料原料价格 (元/吨)



- 2025年玉米现货价格先涨后跌再反弹，从年初的2050元/吨上涨至12月末的2320元/吨，但全年均价同比下跌2.9%；豆粕价格四月冲高至4062元/吨，而后回落至2800元/吨-3200元/吨区间震荡，全年均价同比下跌2.9%

数据来源: wind、国家统计局

中国生猪价格（元/公斤）



- 2025年生猪价格年初涨至16.4元/公斤的全年最高位，随后持续震荡下行，10月创下10.81元/公斤的四年内低点，尽管年末在节日效应下小幅反弹，但全年价格重心显著下移。根据钢联数据，全国生猪均价13.71元/公斤，同比下跌17.9%

中国猪肉产量和进口量（不含猪副）



- 2025年，中国猪肉产量5,938万吨，同比增长4.1%；猪肉进口量（不含猪副）98万吨，同比下降9.0%

数据来源：wind、国家统计局，中国农业农村部，Mysteel钢联数据中心

- 1 全力推进养殖分部降本增效
- 2 持续深化饲料研发、采购联动，助力降本
- 3 加快推动新质生产力应用及成果转化
- 4 品牌拉动生鲜分部量、利均实现突破式增长
- 5 深化牛肉工贸结合
- 6 打造全链条生态循环绿色发展模式



加速种群轮换：持续开展种群轮换工作，淘汰低效产能，优质种猪占比提升



养殖结构优化：提升合作养殖出栏占比。合作养殖业务关键生产指标优于自养平均水平，发挥联农带农作用的同时，降低了养殖成本



防疫体系升级：大力引进专业兽医人才，优化疫病防控体系，搭建养殖部-区域-场区三级联防架构，提升防控精准性与响应速度，保障生产稳定



养殖成本专项攻关：将养殖成本改善细化为健康成本、饲料成本、料肉比、精准饲喂、人效提升等九大专项，内外部精准对标，针对性制定改善措施并加大现场管理执行力度，改善落后区域经营质量，区域间成本差距缩小

- 协同效应显著增强，研发采购联动实现降本增效，提升饲料核心竞争力：



协同优势：持续加强内外部协同。猪料内部协同量同比大幅提升，同时在配方优化方面提供有力支持，协助养殖分部改善饲料成本；进一步深化与蒙牛的反刍料协同，打造新型“饲牧奶”产业链，进一步实现双方优势互补



原料采购：养殖与饲料联合制定原料采购策略，发挥家佳康规模优势，加强谈判力度；同时提升大宗原料的行情研判精准度，有效把控采购成本



研发创新：搭建高水平研究平台。聚焦饲料产业前沿技术攻关，在饲料节粮、原料优选、精准营养、低蛋白日粮、禁抗等领域展开研究和应用，全年完成15种饲料原料替代方案的落地应用，助力降本增效；推进妊娠母猪精准饲喂，打造标杆模范场，提升科学饲喂水平，显著改善料肉比，减少饲料浪费。

牵头成立“反刍动物健康养殖产业技术创新联合体”，联合知名科研机构及高校，从饲料配方优化、硒源选择和生物转化率等环节开展滩羊富硒肉研发，有效支撑客户开拓和产品销售。

推动研发成果转化。大力开发鹅料、鸽子料等差异化料型，提升盈利能力。



完善科创体系：成立家佳康研究院，下设生猪育种、动物营养、动物健康、先进智造等6个中心，专注产业应用与成果转化



育种技术攻关：深化产学研融合，加速科研高端人才引进，联合知名高校共建实验室，持续开展育种技术攻关



基因育种：升级基因组育种平台，加大基因芯片检测数量，各主选性状育种值准确性均提升，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



智慧养殖：升级养殖场智能化装备，搭建数智化运营平台，对环境监测、精准饲喂、疫病预警、生产管理等全流程进行智能化改造，依托精准饲喂模型、环控与疫病模型，解决高耗低效、疫病风险高、环保压力大等痛点难题

品牌引领生鲜整体

生鲜整体业务营收 53.1亿元
同比+9.4%

生鲜品牌业务营收 17.0亿元
同比+19.7%

亚麻籽引领品牌业务



不断扩展渠道覆盖区域



新品开发

开发大型餐饮客户

消费者/客户好评

建立常态化消费者洞察体系

聚焦核心单品，提升产品力

- 聚焦便捷化与家庭烹饪场景
- 持续创新, 年内成功上市多款新品
- OEM合作与品牌联名, 拓宽产品线

稳优势渠道，拓新增渠道

- 巩固北上武市场, 攻坚华南潜力市场
- 线下网点增加, 线上渠道升级合作
- 成功进入香港小包装猪肉市场

坚定投入，强化品牌形象

- 体育航天强关联, 强化安全健康形象
- 充分利用分众媒介, 触及目标人群
- 2025央企品牌引领行动优秀成果



进口业务：深耕下游渠道，打造牛肉价值链

二零二五年，全球牛价进入上行周期，国内牛肉进口量减价增，本公司准确研判行情，坚决执行“锁单高周转”策略，提前布局上游采购，同时深耕下游渠道，围绕终端客户需求，深化贸易和加工结合模式，并复制到更多价值客户，打造牛肉价值链

肉制品：扎实推进“三力提升”战略，实现BC端销量、营收双增长

肉制品营收

7.9亿元
同比+5.9%

肉制品总销量

2.2万吨
同比+4.7%

- 产品力：聚焦猪牛优势品类，研发驱动升级
- B端大客户粘性增强，深度绑定连锁餐饮大客户，全年上市30款新品；
- C端差异化破局，聚焦“清洁标签”与牛肉品类，牛肉产品销量同比翻倍



产能扩张

- 顺利并购浙江嘉兴平湖工厂，新建东台二期工厂，两个工厂均已投产
- 总产能增长2.9万吨/年



- 渠道力：聚焦成长渠道，线上线下全覆盖
- B端聚焦连锁大餐饮客户，实现稳定增长。荣获麦当劳敏捷供应奖、百胜卓越供应链奖等荣誉；
- C端聚焦电商、前置仓渠道，持续增加线上线下售点。电商渠道销量增加，已实现重点前置仓客户全覆盖；与线下渠道深化合作，增加铺市



- 品牌力：创新营销模式，精准投放
- 线上直播与线下展会结合，发布新品，吸引新客户
- 跨渠道精准广告与销售转化，覆盖精准客群
- 主题场景营销与全渠道促销，有效拉动销量增长



种养结合助力循环发展

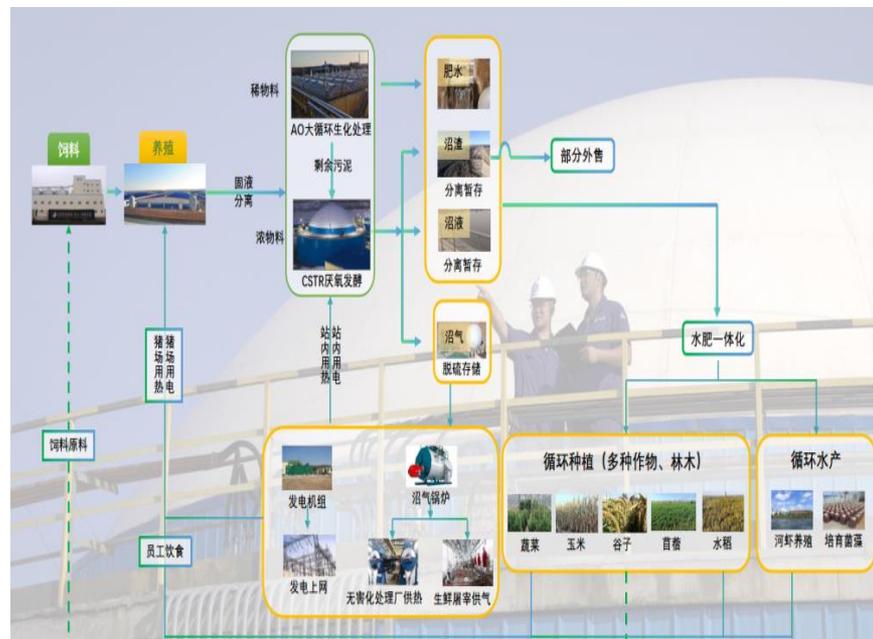
- 资源化利用沼液水肥，施用土地面积超25万亩，灌溉作物超40种，如水稻、苜蓿、林木、蔬菜等
- 对外直接服务超120个合作社，改良盐碱地约6万亩，改良沙地约2万亩，并促进农民增产增收

产业链节能降碳诊断

- 核算覆盖饲料生产、养殖、粪污处理、运输等全生命周期环节，采用国际认可的LCA方法，获中国船级社核查并颁发碳足迹评价证书
- 测算结果优于行业平均水平

“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



江苏改良盐碱地开展有机种植



碳足迹评价证书



2025年中国ESG卓越案例



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

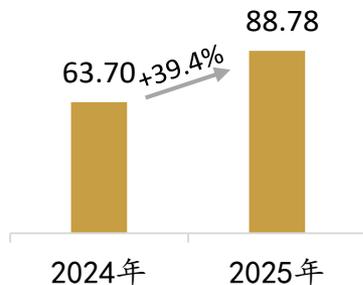
1 整体实现营业收入**185.79**亿元

2 坚定品牌投入、加大研发力度，销售、研发费用同比上升；受期内支付收购中粮嘉华对价款影响，财务费用同比上升

生猪养殖

(人民币亿元)

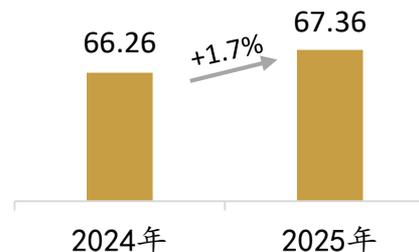
- 2025年生猪养殖业务营业收入88.78亿元



中粮饲料

(人民币亿元)

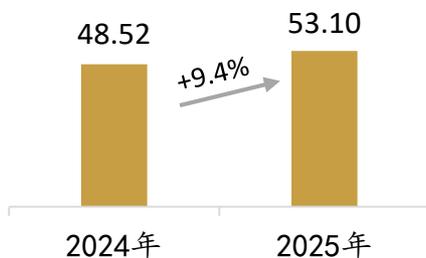
- 2025年饲料加工销量207.4万吨，同比提升6.6%



生鲜猪肉

(人民币亿元)

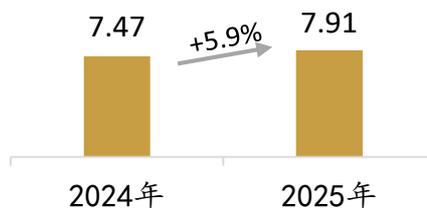
- 2025年生鲜猪肉销量为34.1万吨，同比增长30.3%



肉制品

(人民币亿元)

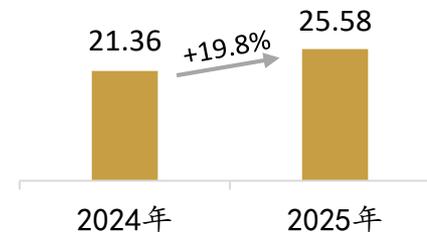
- 2025年肉制品销量2.2万吨，同比增长4.7%



肉类进口

(人民币亿元)

- 2025年肉类进口业务营业收入25.58亿





2

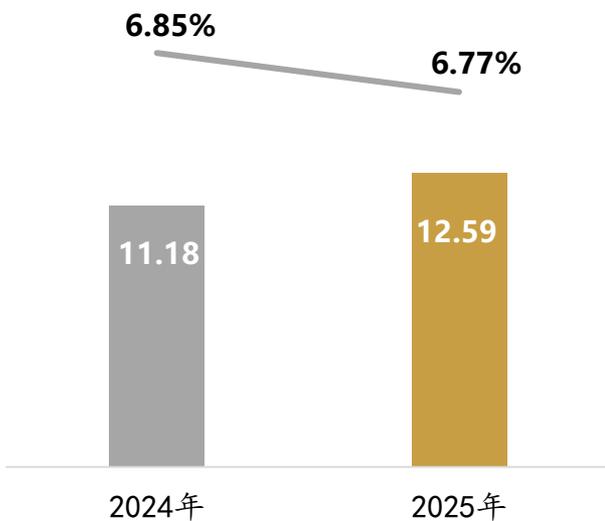
坚定品牌投入、加大研发力度，销售、研发费用同比上升；受期内支付收购中粮嘉华对价款影响，财务费用同比上升



中粮
COFCO
自然之源 智慧中粮

销售、管理费用合计

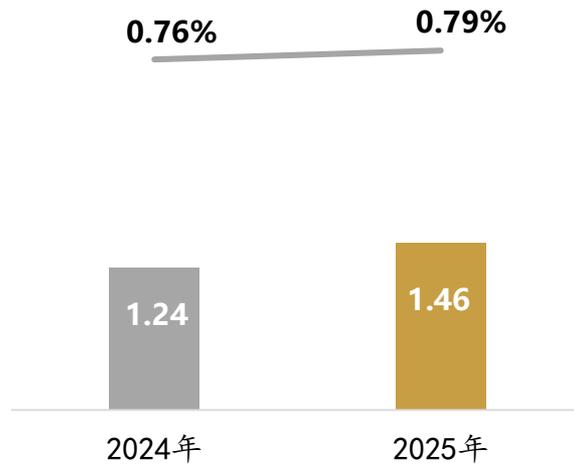
(人民币亿元)



■ 销售、管理费用合计 — 销管费用率

财务费用

(人民币亿元)



■ 财务费用 — 财务费用率



第1章	业务摘要
第2章	财务摘要
第3章	策略与展望

1

坚定推进全价值链成本管控

- 开展专项攻坚，重点推进健康成本、饲料成本、人效提升等养殖九大专项任务，全面压降养殖成本

2

坚定推进科技创新

- 育种领域：高质量推进育种工作，优化基因组选择技术体系；深化与高校及科研院所的合作，充实人才队伍，加速科研成果转化
- 饲料研发领域：升级数智化配方系统，完善动态原料数据库，更新优化配方，助力降本
- 数智化领域：加速智慧养殖升级，打造养殖专用AI大模型，升级运营管理平台，逐步改造老旧猪场，提升运营智能化与精细化水平

3

坚定推进品牌业务高速增长

- 明确家佳康、万威客两大品牌定位，稳定生鲜盈利模式，推动肉制品C端快速增长
- 家佳康品牌坚定深耕亚麻籽猪赛道，不断丰富产品矩阵；万威客开发牛肉全系列产品，聚力打造品牌差异化竞争优势

4

持续践行绿色发展理念

- 健全绿色可持续发展模式，围绕循环农业、粪污处理节能降本、绿色种植创造利润、环保合规体系健全及校企合作科研攻关五个板块，打造绿色节约型环保体系

5

培育关键人才，提高人工效能

- 健全人才培养体系，聚焦育种、研发、兽医、品牌营销等关键人才引进；优化激励措施，激发团队活力