

礼遇美味：牛肉零食的 文化与创新趋势白皮书

2024年12月

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，沙利文保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。沙利文开展的所有商业活动均使用“沙利文”的商号、商标，沙利文无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表沙利文开展商业活动。

目录

序 章 零食伴手礼化发展

第一章 牛肉零食的起源和发展

第二章 探寻牛肉零食趋势

第三章 牛肉零食企业发展解析

序章 ——

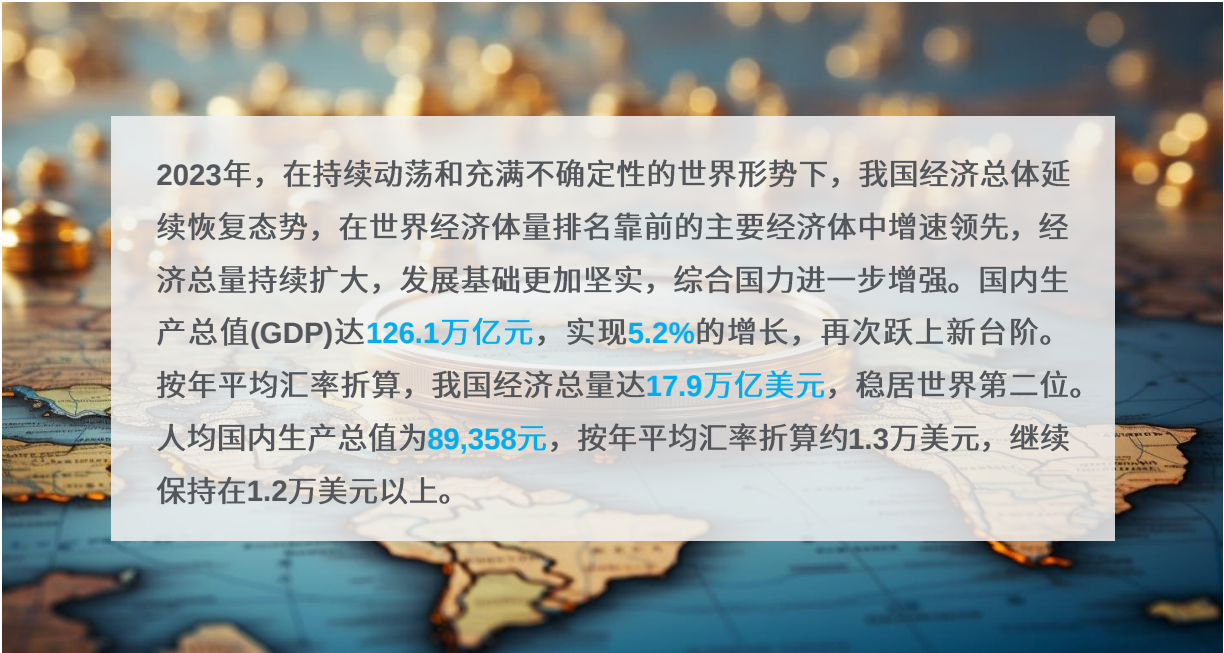
零食伴手礼化发展

Prologue 前言

伴随经济发展和消费升级，食品消费作为居民日常开支中的重要组成部分，正呈现出新的发展趋势。其中，零食不仅满足了消费者对口味和便捷的需求，更融入了中国深厚的送礼文化，作为伴手礼正呈现出显著的潮流化趋势。从古代贸易馈赠到现代社交情感表达，伴手礼文化始终植根于人际交往之中，其形态和内涵随着时代演变不断丰富。

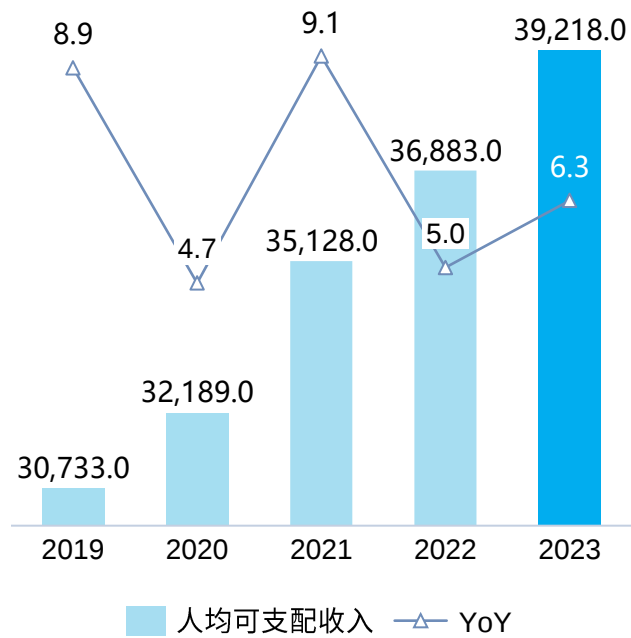
在零食市场的多元化发展背景下，牛肉零食因其高蛋白、便携性及丰富的口味组合成为消费者关注的焦点。为进一步洞察牛肉零食在伴手礼文化与日常消费中的潮流趋势，沙利文特别开展此次调研活动，旨在梳理行业动态与消费偏好，为消费者与从业者提供全新视角与实践参考。本次调研成果将整理呈现为《礼遇美味：牛肉零食的文化与创新趋势白皮书》，以期为市场提供专业、全面的洞察，助力行业创新发展，同时为消费者提供更优质的零食选择，提升生活品质。

中国经济繁花盛，居民消费意韵浓

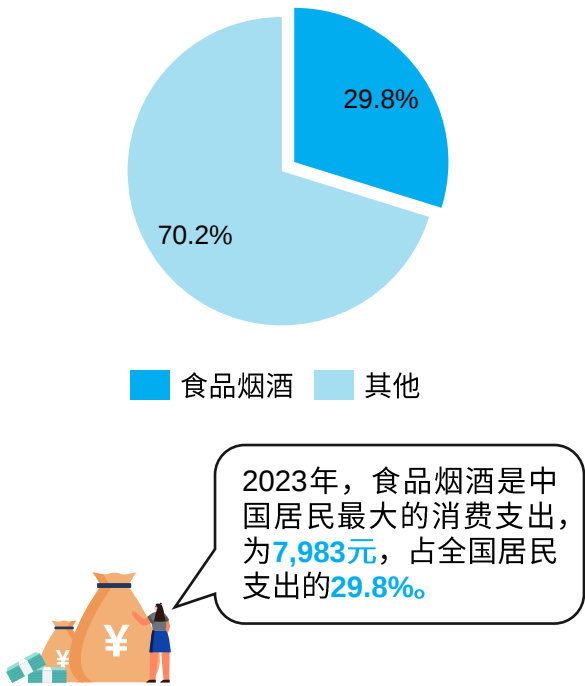


2019-2023年中国人均可支配收入

单位：元；%



2023年中国人均支出及构成



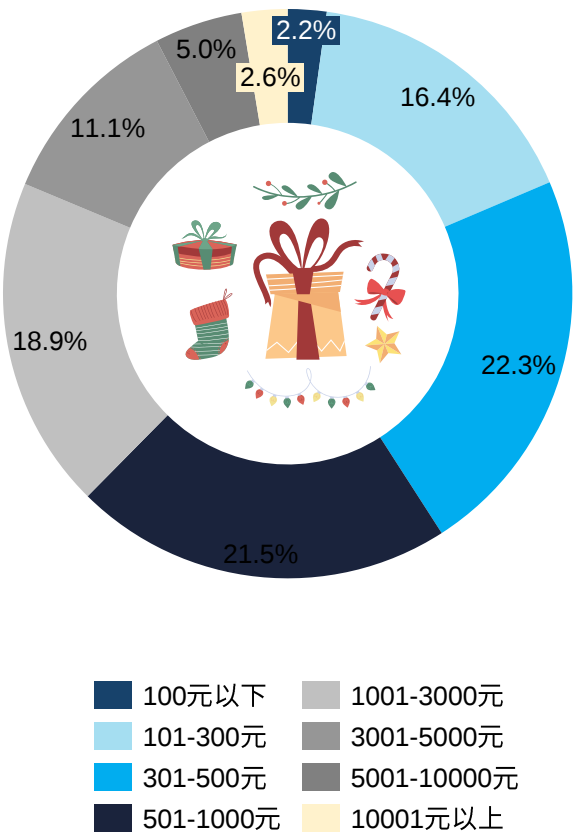
来源：国家统计局，沙利文研究

■ 聚前备礼，情伴手传



2023 年中国送礼消费金额深度剖析

单位：%



- 中国送礼文化起源于远古祭祀活动，人们向神灵奉献物品以祈庇佑，后在氏族社会末期的交际礼节中初见雏形，如“**贄见礼**”的出现。周朝完备的纳贡制度与礼制让送礼行为规范化、制度化，“**礼尚往来**”观念也由此确立。传统儒家思想进一步强化其内涵，将送礼视为表达情感、维系关系、彰显修养与品德的重要手段。
- 随着中国经济的强劲持续发展，消费者在食物选择领域得以享有更为丰富多元的空间与可能。但现代生活节奏的不断提速以及工作压力的持续攀升。在此背景下，零食凭借其突出的便捷性与即时性特点，精准契合了这种现代生活模式的需求，不仅满足了人们日常的口腹之欲，还成为了亲朋好友间往来**馈赠伴手礼的上佳之选**。
- 往昔，牛肉于传统文化中地位显赫，《礼记》所记“诸侯无故不杀牛”，尽显其珍贵。现今，牛肉零食伴手礼既承袭牛肉珍贵特质与文化内涵，又兼具零食便捷之性，包装精美、口味多元，**在众多伴手礼里崭露头角，成情达意之优选**。

第一章 ——

牛肉零食的起源和发展



牛肉零食历史悠久，产品早有起源



牛肉零食发展的起源

- 牛肉零食从三国甚至更早的秦朝时期就有流传，三国时期蜀国张飞有用上等牛肉加工而成的牛肉零食类产品，在战争凯旋之后犒劳将士。而在秦朝时期，有记载秦军在在一次战斗中携带牛肉零食（牛肉干）出征，由于体积小、重量轻，秦兵可边行军边食用，并且保持很好的体力，最终战争获胜。
- 传统的牛肉零食产品往往来源于手工作坊，随着生活水平的提高，这个专注于餐饮场景的品类开始进军休闲食品市场，牛肉零食逐渐标准化、规模化发展。



牛肉零食发展历史



时间

三国时期 - 20世纪末

21世纪初 – 2016年

发展历程分析

- 相传牛肉零食（牛肉干）的发展可以追溯到三国时期，是往往用于犒劳士兵、官宦的高端食材。而其中卤牛肉的发展历史可以追溯到清朝康熙元年。
- 随着市场经济的发展和消费者对便捷、健康食品需求的增加，牛肉零食开始从传统手工作坊向工业化生产转变。这一时期，一些地方品牌开始出现，并尝试将这一传统食品推向更广阔的市场，成为人们日常饮食中的重要部分。
- 中国牛肉零食行业逐步引入现代化生产技术和设备，行业标准和食品安全规范逐渐建立和完善。品牌意识增强，通过提升产品质量和品牌营销策略，扩大市场份额。**GB 2726-2016 食品安全国家标准熟肉制品**的公布为特定工艺下该类产品生产过程的质量控制提出了明确要求。

牛肉零食产业整合升级

牛肉零食发展历史



时间

2017年 – 2022年

2023年-至今

发展历程分析

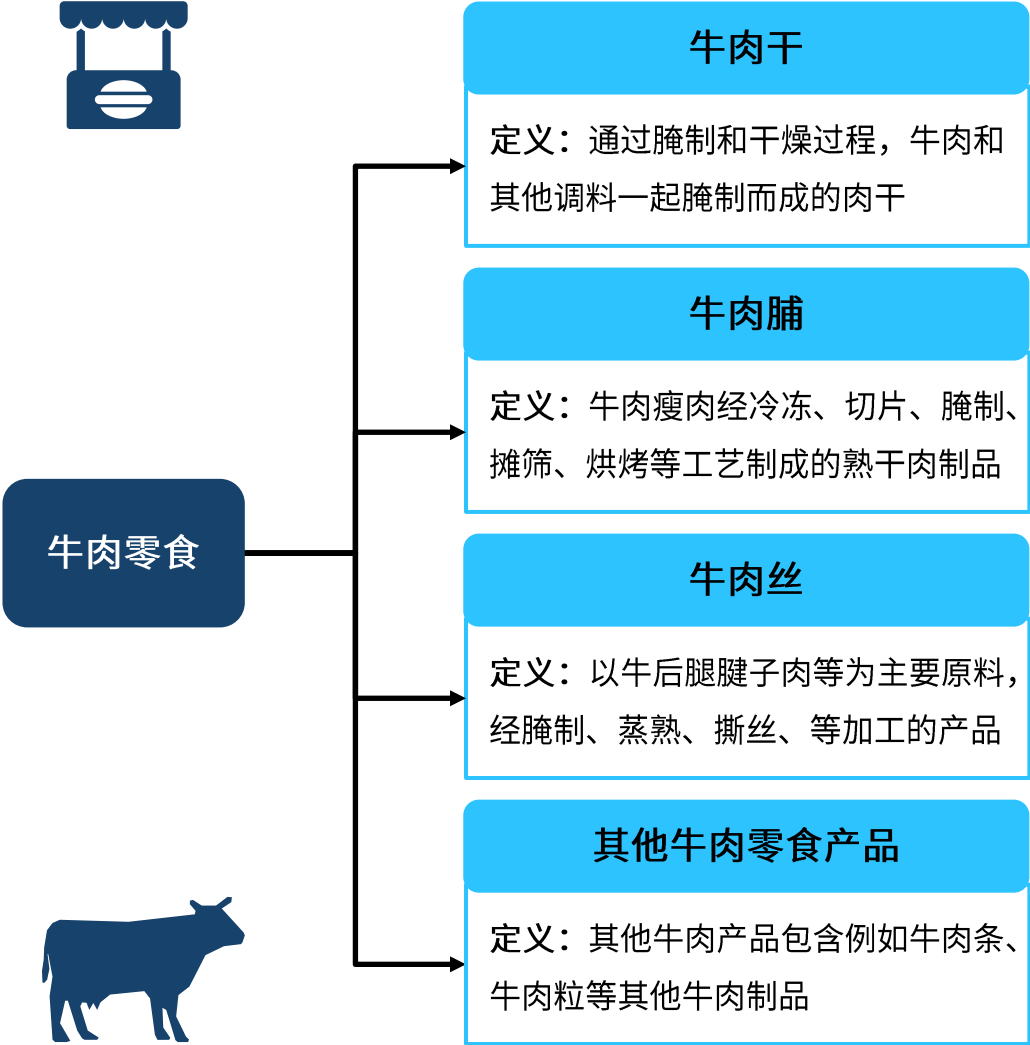
- 行业经历了一轮整合，市场竞争加剧，头部企业通过技术创新和渠道拓展巩固市场地位。这一时期，中国宏观经济环境的稳定增长为牛肉零食行业提供了良好的外部条件，城乡居民收入的提高和消费升级趋势促进了对高品质休闲食品的需求。
- 中国牛肉零食行业将继续保持平稳增长态势，市场对高质量、方便快捷的健康食品需求持续上升。行业内部关注点转向产品创新、品牌建设、以及满足多样化消费需求上，同时积极探索电商和新零售渠道，以适应消费市场的变化。



牛肉干、牛肉脯等构成了主要的牛肉零食产品

- 牛肉零食是以牛肉为主要原料，添加盐、香辛料等辅料，通过卤制、腌制、风干、烘烤、熏制等工艺加工而成的非正餐即食食品。它们通常具有丰富的蛋白质和浓郁的风味，种类多样，包括牛肉干、牛肉条、牛肉脯、牛肉丝、牛肉粒等。
- 此外，牛肉零食的饮食模式逐渐多元化发展，例如新兴的菜谱式牛肉休闲食品，不仅是零食，也可以作为开胃下饭菜，在旅游、追剧、办公等多场景下食用。随着生活节奏的加快，携带方便的菜谱式牛肉休闲食品逐渐成为了年轻人和上班族的首选，市场需求持续增加。

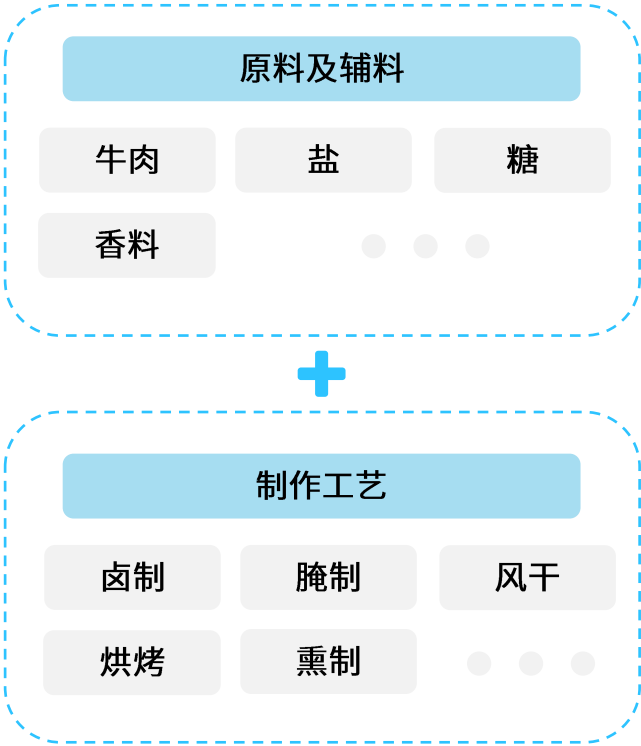
牛肉零食产品分类



■ 考究的原料及工艺形成牛肉零食产品优势



牛肉零食产品主要原料及工艺



牛肉零食产品的优势

产品营养丰富，富含蛋白质

牛肉零食产品多样化特征

• 牛肉零食含有高蛋白低脂肪，有助于增强免疫力和维持身体机能，且牛肉零食富含多种矿物质，如铁和钙，对维持身体健康至关重要。

• 牛肉零食产品种类包含牛肉干、牛肉条、牛肉脯、牛肉丝、牛肉粒等。且由于产品小包装的便携性，非常适合在多元化场景中随时随地地享用。

产业链上游：肉牛养殖及肉牛屠宰

上游：原材料供应商

肉牛养殖

肉牛养殖企业



- 肉牛养殖企业的优劣直接关系到肉牛的生长发育和肉质品质，因此需要重视科学管理和技术创新，提高养殖效率和生产水平。
- 在肉牛养殖中，西门塔尔仍是最主要品种，有 29 个养殖集团将其作为主要饲养品种。安格斯、和牛、海福特等品种也呈现出蓬勃发展势头。



肉牛屠宰

肉牛屠宰企业



- 规范化、规模化屠宰加工是中国肉牛屠宰加工行业的发展方向，满足下游行业企业在技术创新和产品质量安全提升等方面的需求。

产业链中游：牛肉零食加工企业

中游：牛肉零食加工企业

牛肉零食加工企业

- 牛肉零食加工企业根据其经营模式主要分为两类：单一品类企业和综合平台企业。单一品类企业通常专注于牛肉零食这一特定产品，以线下销售渠道为主，采用重资产模式进行生产和销售，同时逐步拓展线上市场以适应数字化趋势。这些企业往往拥有较为稳定的产品质量和忠实的消费者群体。

单一品类企业

综合平台企业

- 中国是世界上最大的牛肉消费国之一，牛肉作为主要的肉类消费品种之一，在市场需求方面具有广阔的前景。随着人们生活水平的提高和对休闲食品的需求增加，牛肉零食加工产品的市场需求呈现出增长的趋势。

牛肉零食加工企业的产品特色及趋势

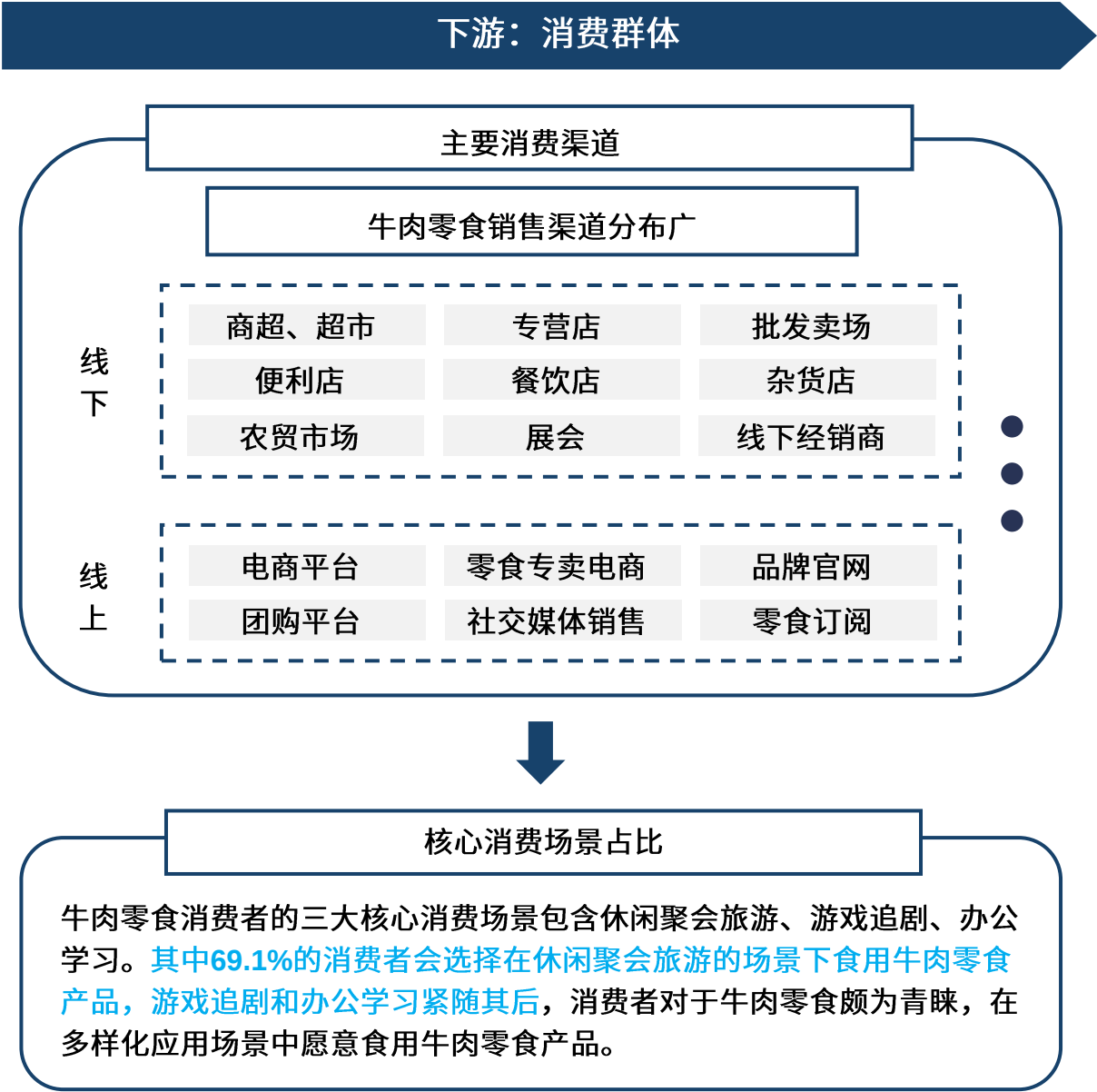
产品具备区域性特色

地方特色品牌利用本地资源优势，结合地域文化，开发具有地方特色的牛肉零食产品，向全国市场范围快速拓张，如四川的麻辣风味牛肉、牛肉丝等，促进全国化产品销售的同时增强客户黏性

健康零食需求增长

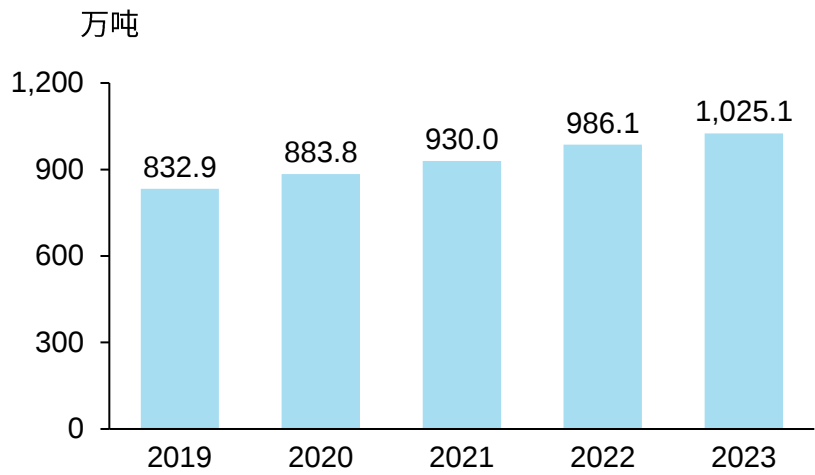
随着健康饮食热潮涌动，牛肉因有着低脂、低热且饱腹感强的特点而与健康、减肥挂钩。相比普通食物，牛肉粒复合了多重营养成分，可以很好的抑制身体的饥饿感，远离高热量以及高脂肪食品的诱惑

产业链下游：牛肉零食销售渠道分布广

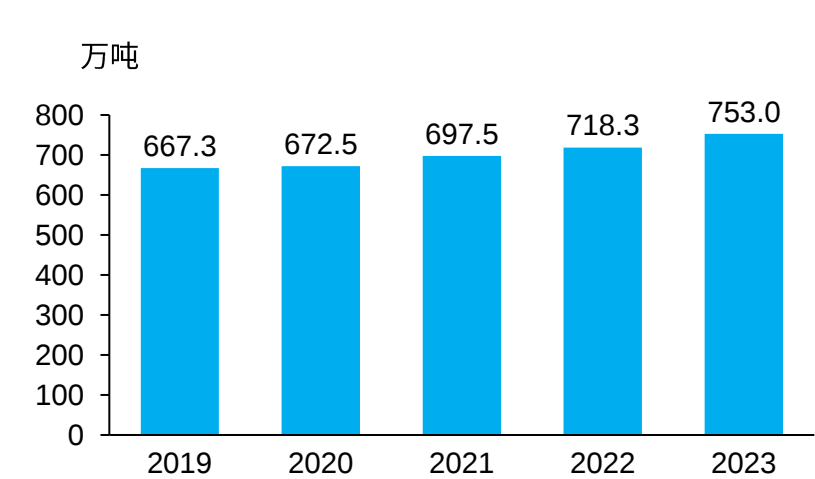


中国牛肉供应量、产量、进口量逐年增长

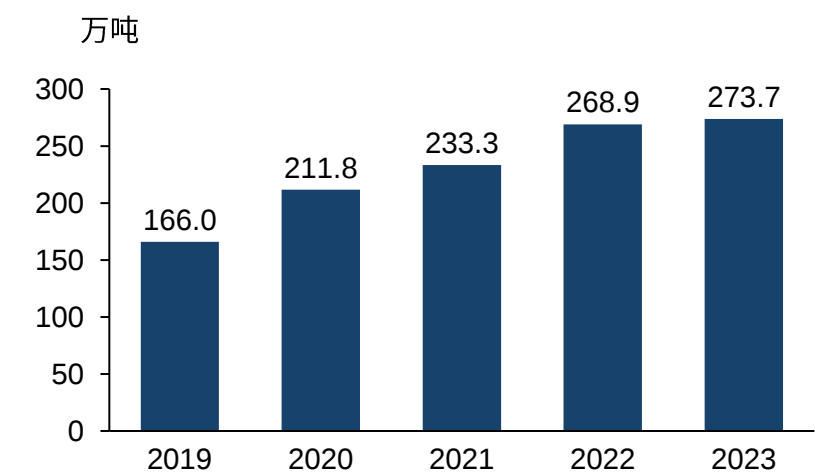
中国牛肉供应量，2019-2023年



中国牛肉产量，2019-2023年



中国牛肉进口量，2019-2023年

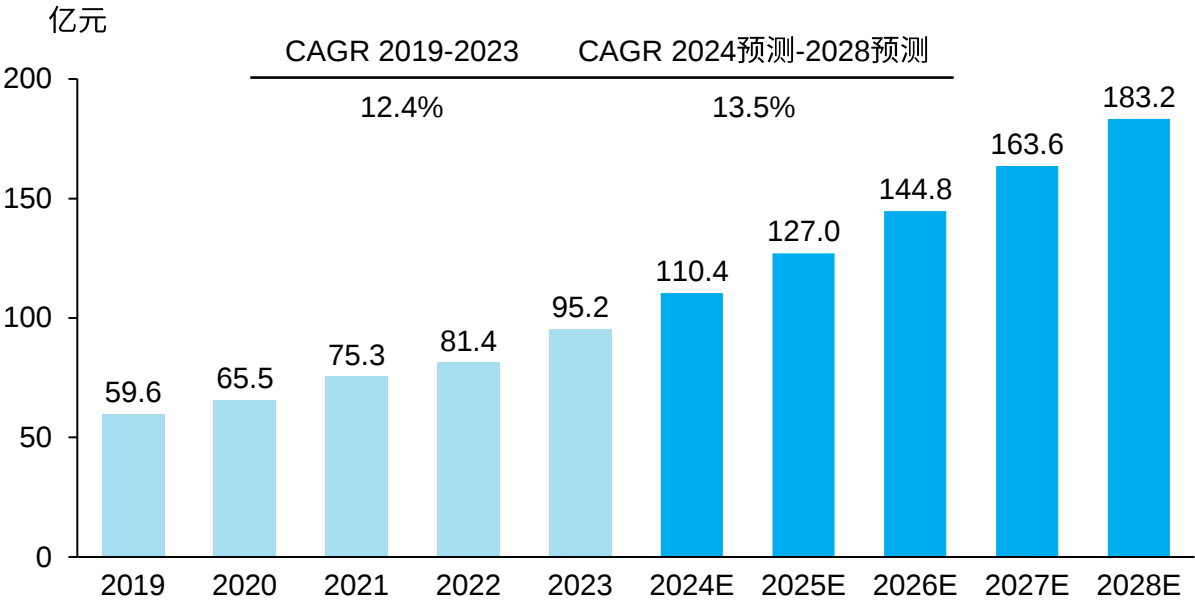


牛肉已从高端消费品逐渐成为更多中高收入家庭的常见食品，是中国肉类消费结构中增速最快的部分。而随着中国居民对健康食品的需求不断增长，牛肉作为一种高蛋白、低脂肪的食品，越来越受到消费者的青睐。人们逐渐更多地将牛肉作为一种零食产品以及休闲食品享用，不仅仅局限于餐桌之上。2019年至2023年，中国牛肉供应量由832.9万吨增长至1,025.1万吨，期间年复合增长率达到5.3%。2019年至2023年，中国牛肉产量由667.3万吨增长至753.0万吨，期间年复合增长率达到3.1%。同期内，中国牛肉的进口量由166.0万吨快速增长至273.7万吨，期间年复合增长率达到13.3%。

中国牛肉供应量、产量、进口量逐年增长

- 随着消费者对健康饮食的需求增加，牛肉零食中富含**蛋白质、氨基酸、维生素及钙、镁、磷、铁等多种微量元素**的特点被挖掘，这些营养成分对人体健康有多方面的益处，如增强体质和提高免疫力。

中国牛肉零食市场规模，2019年至2028年预测



- 牛肉零食适合人们在各种场合食用，如旅游、野餐、办公等，甚至可以满足代餐的需求。牛肉零食不仅口感鲜美，不同地域特色的产品还具备独特的风味，**满足了市场对多样化美食的需求**，吸引了越来越多的消费者和注重健康的群体。



- 未来，随着牛肉零食创新产品口味的开发以及产品质量和品牌建设的持续提升整合，牛肉零食市场有望继续保持稳定的增长势头。

第二章 ——

探寻牛肉零食新趋势

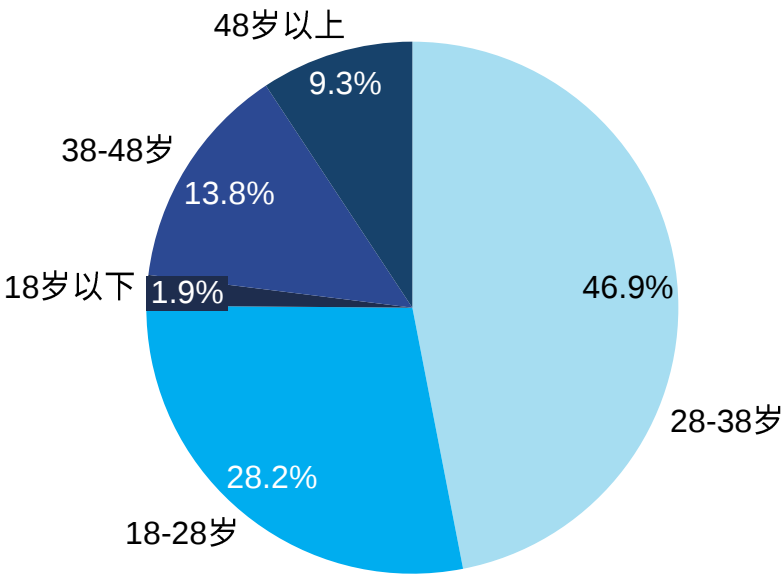
■ 休闲食品网购消费者年轻化趋势显著



□ 影响消费人群结构偏年轻化的两个因素

- 1、**消费观念**：18-28岁的消费人群，零食为消费群体带来的不只是生理上的消费满足，更是其生活方式和消费观念的价值表达；
- 2、**经济实力**：28-38岁的消费群体，拥有更强的经济实力、愿意在零食中投入更多金钱获取满足感。

休闲食品网购消费者年龄结构



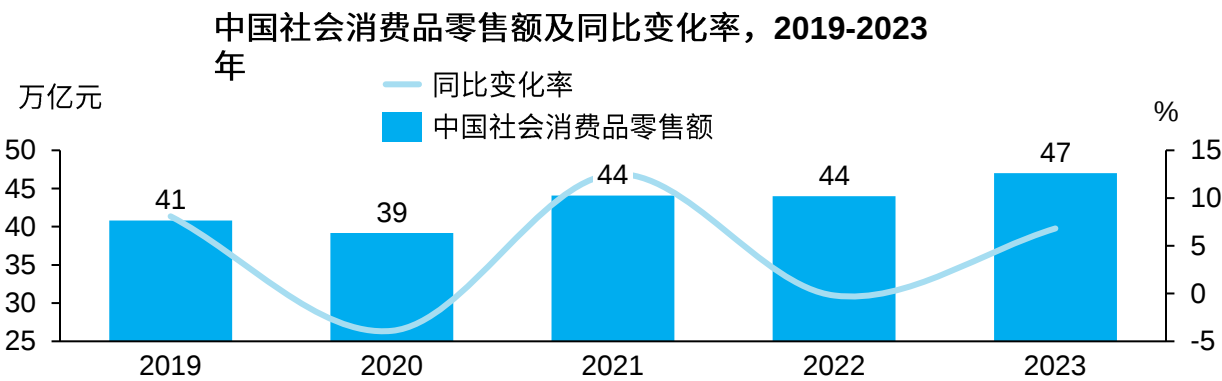
牛肉零食消费群体中，年轻群体和女性增多

年轻群体和女性消费者的比例持续上升，成为行业增长的重要驱动力之一

年轻人追求**高蛋白、低脂肪**的健康饮食趋势，与牛肉零食的营养价值高度契合，使其在该群体中备受欢迎。而女性消费者则更倾向于选择方便、美味且包装精美的休闲食品，这推动了企业在产品研发中更加注重口味的多样化和包装设计的时尚化。此外，社交媒体平台上的种草内容和短视频营销也进一步拉近了牛肉零食品牌与年轻消费者的距离，形成良性互动，为市场带来更多增长空间。

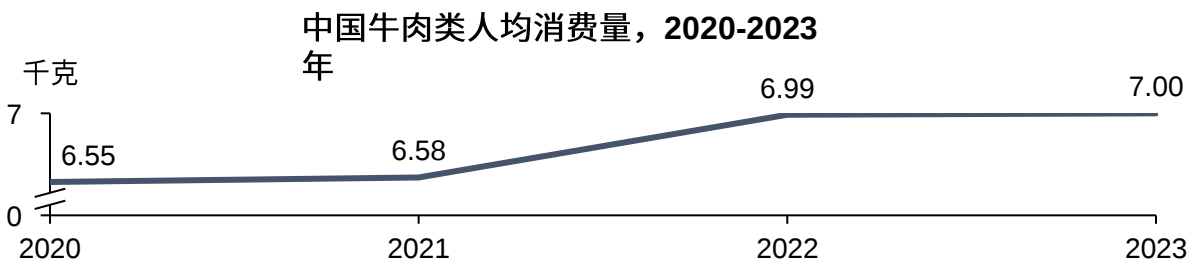
社会消费品零售总额的提升

随着中国经济的持续增长，居民收入水平提高，社会消费品零售总额逐年增加为牛肉零食等休闲食品行业提供了广阔的市场空间。消费者对于高品质休闲食品的需求增加，推动了牛肉零食行业的发展。



牛肉人均消费量的增长

随着健康意识的提高和饮食结构的改善，中国消费者对高蛋白、低脂肪的牛肉需求不断增长。牛肉零食作为一种**方便携带、易于储存**的牛肉制品，满足了消费者对健康食品的需求，从而促进了行业的发展。



牛肉零食遍布生活各类应用场景

牛肉零食主要应用场景多样

牛肉零食凭借其**便捷性、营养价值和美味口感**，在旅行中作为理想的能量补充，工作中迅速恢复精力的提神小食，以及学习时持久助力的营养选择，成功融入了现代人快节奏的生活方式，成为了旅行探索、职场奋斗和学术钻研三大场景中的必备休闲食品，展现了其跨越多种生活场景的**广泛适应性和消费魅力**。如在旅行场景中，牛肉零食不仅满足了户外活动对高蛋白、便捷食物的需求，还能增强旅行的乐趣与体验感。



旅行中的“口粮”

- 轻便易携
- 能量补给
- 口感多样

工作加“能量”

- 快速充能
- 健康选择
- 便于分享



学习“食力派”

- 集中注意力
- 即食便利
- 营养均衡



牛肉零食产品向礼品化方向探索创新

包装设计向高端化和精致化转型

传统牛肉零食包装多以简易塑料袋或普通纸盒为主，无法满足消费者对美观与实用的双重需求。

近年来，随着消费者对产品外观及品牌形象关注度的提高，企业在包装设计上不断投入创新。**精致礼盒**、可重复利用的环保材质以及融入地方文化、艺术设计的包装形式逐渐成为主流。这种变化不仅提升了产品的附加值，也为消费者在**馈赠亲友**、**商务礼品**等场景中提供了更具吸引力的选择。



牛肉零食产品向礼品化方向探索创新

产品多元化和定制化满足不同场景需求

礼品化和伴手礼化趋势促使企业在产品组合上推出更多创新。除了传统风味的牛肉零食外，企业还开发了更符合送礼需求的高端系列，例如加入珍贵香料的牛肉制品、特殊节庆限定口味、以及小份装便携版等。这种多样化的产品设计不仅满足了不同人群的口味需求，还拓宽了消费场景，如节庆礼品、伴手礼、旅游纪念品等。



牛肉零食产品向礼品化方向探索创新

品牌故事与文化元素的注入

随着消费者对产品文化内涵的重视，越来越多企业将品牌故事和文化元素融入牛肉零食的包装和营销中。例如，结合地方牛肉生产的历史故事、特有风味的地域标签以及现代健康理念等，通过传递文化和情感价值，进一步提升了牛肉零食作为礼品的独特性和吸引力。这种方式不仅帮助品牌建立差异化竞争优势，也增强了消费者的品牌忠诚度。

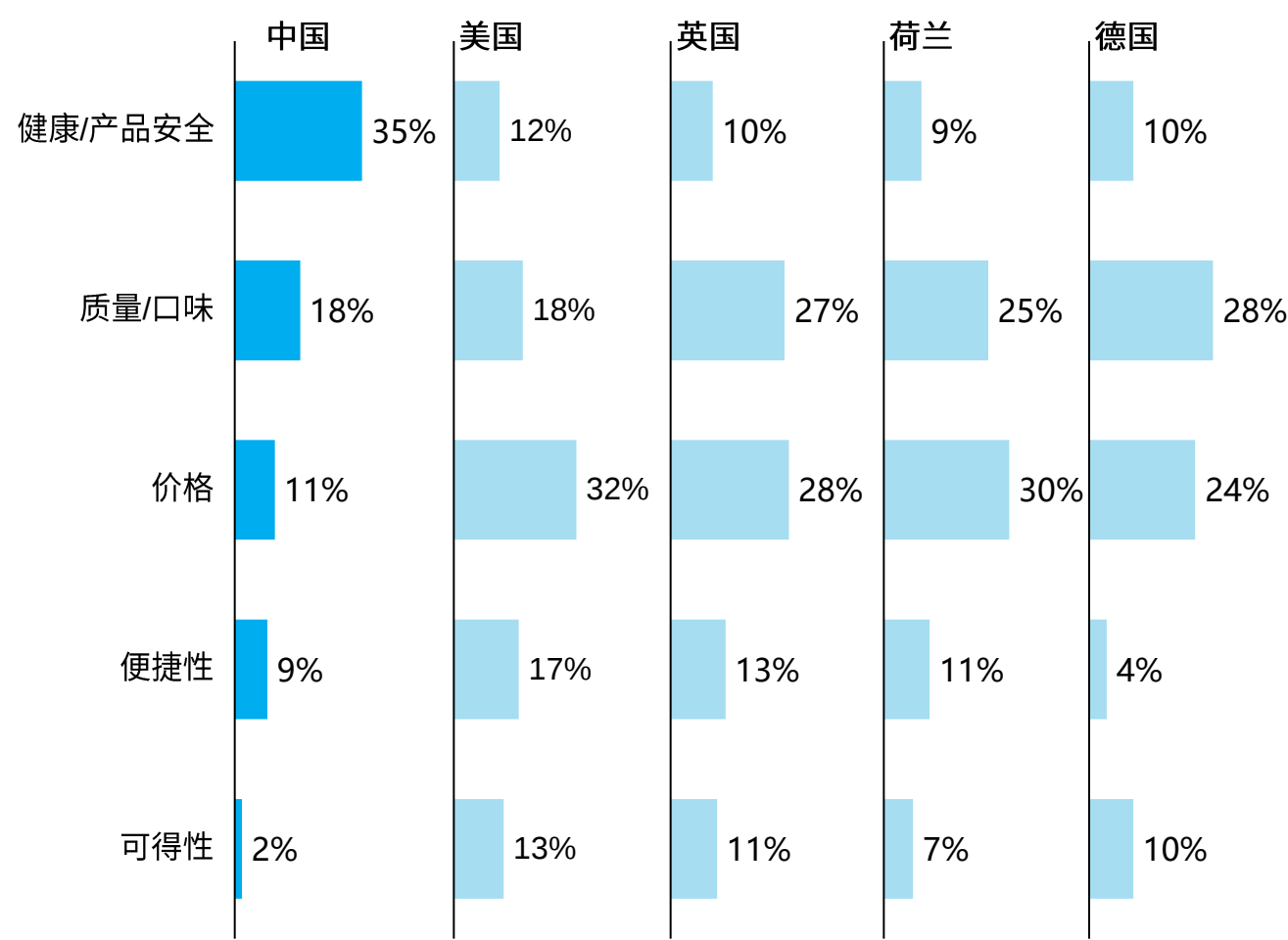


中国消费者购买牛肉零食注重健康和食品安全

各国购买牛肉零食时的关键购买因素对比

中国消费者在购买牛肉零食时，将**健康和食品安全**作为关键因素，显示出对食品安全的高度关注，同时对质量和口味也有较高要求，这与他们对生活品质的追求和健康意识的增强密切相关。除了健康和**安全**，中国消费者也非常注重**食品的质量和口味**。牛肉零食的制作工艺、肉质的新鲜度、口感的丰富性以及是否符合个人口味偏好等。相比之下，美国、英国、荷兰、德国等国家的消费者则更倾向于考虑价格和**质量**口味，反映出不同国家消费者在消费习惯和价值观上的差异。这种差异性要求牛肉零食的生产者和销售者深入了解各市场特点，以满足不同消费者的期望和需求。

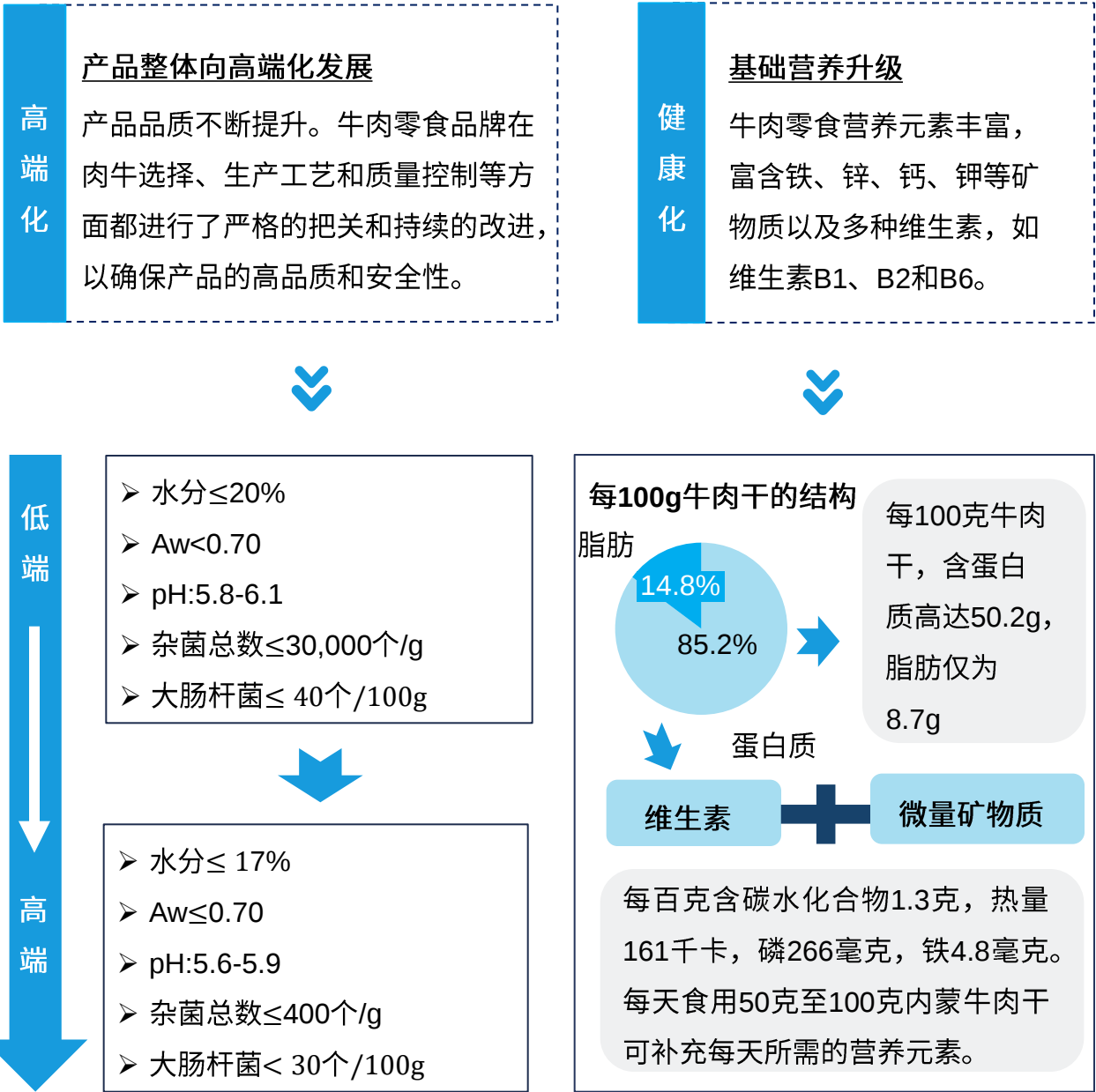
各国消费者购买牛肉零食时关注的因素



牛肉零食产品高端化发展

□ 行业升级带来了产品向高端化发展的趋势

行业升级带来了产品向**高端化发展**的趋势。产品品质不断提升，肉牛选择、生产工艺和质量控制严格把关，确保高品质和安全性。同时，基础营养得到升级，此外，市场细分明显，针对不同年龄段、体质和需求推出定制化产品。



低糖、低脂、低钠等健康产品的兴起成为市场热点

牛肉零食产品开始从传统口味向富含维生素、矿物质等营养升级方向发展，逐渐注重食品的健康和营养价值。低糖、低脂、低钠等健康产品的兴起成为市场热点，不仅满足了消费者对高蛋白零食的需求，也契合了当前注重健康生活方式的饮食趋势。这种营养升级与健康化转型推动了牛肉零食在中高端市场的竞争力。



代餐牛肉逐渐成为全新康养人追求的绿色健康产品

例如张飞牛肉推出的代餐牛肉采用高品质的原材料、充氮气锁鲜装再高温灭菌的制作工艺，其零添加防腐剂、零添加色素、零添加香精和零添加蔗糖的特点，受到追求健康的消费者的青睐。



第三章 ——

牛肉零食企业发展解析

张飞牛肉：承载文化的经典味道



千年传承，源远流长

□ 三国时期蜀将张飞镇守巴西郡（今阆中）时，魏将张郃来犯，张飞领兵拒之，大破张郃于八蒙（今四川渠县）。得胜后，张飞以特烹喜食之牛肉犒劳将士，邑人将此牛肉制作方法传于后世，称“张飞牛肉”。

来之不易，为国为民

□ 1956 至-1978 年，阆中县礼拜寺街的牛羊肉加工厂主营牛肉加工。计划经济时期，牛受政策保护禁止随意屠宰，因阆中数千回族民众饮食习惯特殊，当地职能部门鉴定老残牛后由该厂屠宰，回族民众可凭政府肉食供应票按月定量购买牛肉。



革故鼎新，推陈出新

□ 2002 至 2005 年，四川龙盛公司收购阆中牛羊肉加工厂组建新公司，改造建筑，革新工艺，既承传统腌蒸之法，又施现代铝膜包装、真空处理与高温灭菌技术，2003 年登报宣告去除牛肉表面百草霜，产品达国家安全标准。



国家严选，千年瑰宝

□ 张飞牛肉二十一世纪工厂，建筑面积超三万平方米，引入国际先进设备，墙地采用 304 不锈钢无缝焊接，构建全流程自动化、智能化生产线，从源头到终端严格把控质量，主产传统招牌、休闲零食、预制菜、生鲜食材、调味品等多类产品。因其深厚历史文化底蕴与卓越匠心品质，中国商务部授予张飞牛肉“中华老字号”称号。



张飞牛肉：多种牛肉零食，享受每一口风味

张飞牛肉——多种牛肉零食，享受每一口风味

- 张飞牛肉源自四川阆中，经岁月沉淀，已从普通食品演变为文化遗产的象征。多年来，张飞牛肉以初心致匠心，弘扬民族品牌，铸就国货之光，依据市场需求改良产品和营销策略，塑造了知名民族品牌形象。作为专注牛肉食品的“中华老字号”的国货品牌，其旗下产品深受消费者喜爱。
- 张飞牛肉独特风味、精美包装及文化内涵使其具备伴手礼属性。张飞牛肉伴手礼具有国际范且是代表中国味道的特色产品之一。

传统招牌系列



- 大块原切牛肉，天然香辛料腌制后清水煮制而成，不添加淀粉和色素

灯影牛肉丝系列



- 精选优质牛后腿肉，经多道工序匠心制作而成的百年川味零食

牛肉筋系列



- 精选优质原材，经多道工序匠心出品，口感Q弹有嚼劲

经典休闲系列



- 精选牛肉三扒一霖部位肉，独立小包装，不添加淀粉和色素

手撕牛肉系列



- 优选纤维感十足的牛臀肉，十余种天然香辛料腌制，肉质紧实，丝丝劲爽，干而不柴有嚼劲

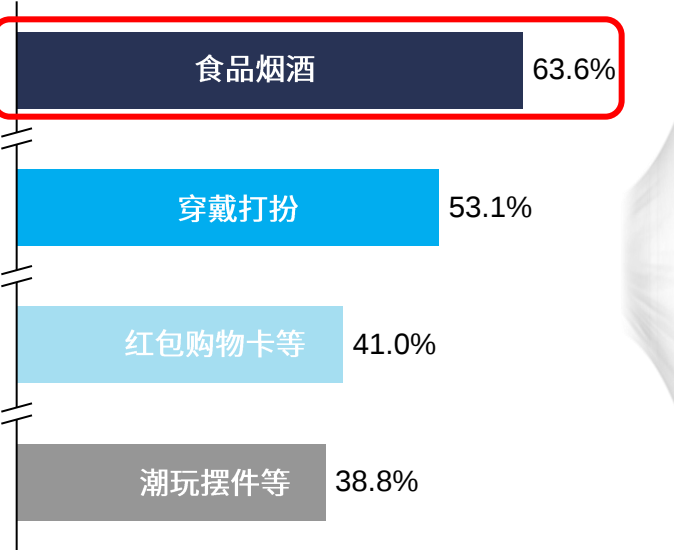
牛肉酱系列



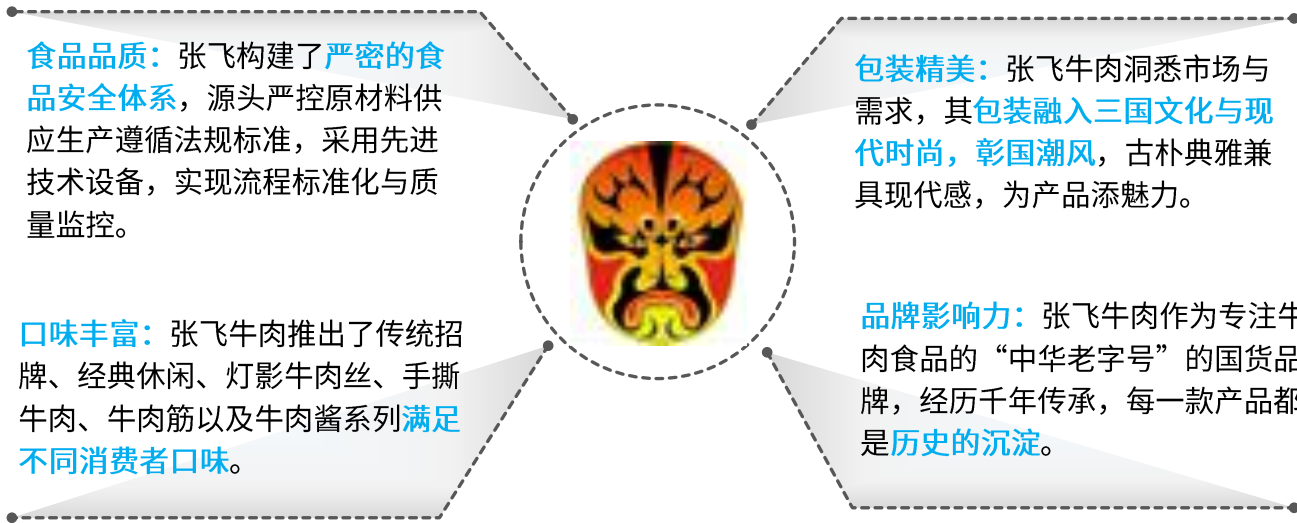
- 甄选优质原料，秉承传统工艺和配方，全程严苛检验，开盖即食，多样化吃法

■ 张飞牛肉：牛肉零食伴手礼，传递美味的心意

消费者会选择哪些产品作为伴手礼（多选），2023年
单位：%



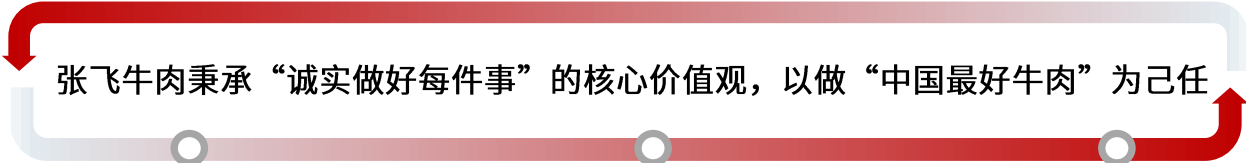
消费者对食品烟酒伴手礼的考虑



□ 张飞牛肉——牛肉零食伴手礼，传递美味的心意

- 在选择伴手礼产品时时，更多的消费者青睐于选择食品烟酒类型的产品，其中，63.6%的消费者会选择食品烟酒，53.1%的消费者会选择穿戴装扮类型的产品，41.0%的消费者会选择红包购物卡等，38.8%的消费者会选择潮玩摆件等。在挑选食品烟酒伴手礼时，消费者尤为注重品质、包装、口味以及产品影响力等要素。张飞牛肉凭借其**卓越的食品品质、精美且富有文化内涵的包装设计、丰富多样的口味选择**，以及作为“中华老字号”积累的深厚品牌影响力，脱颖而出，成为消费者青睐的牛肉零食伴手礼。按照2023年10月至2024年9月期间的销售额计，张飞牛肉是中国**牛肉零食伴手礼排名第一**的品牌。

■ 张飞牛肉：严选食材、把控品质



张飞牛肉秉承“诚实做好每件事”的核心价值观，以做“中国最好牛肉”为己任

选材严格

工艺独特

口感丰富

- 优选**原辅料**，**严苛筛选食材产地**，重要指标必须通过专业检测
- 不同产品均有其**独特工艺**，经过多道**关键工序**精心制作而成
- 不同产品**不同工艺造就不同口感**，满足不同人群需求

□ **卓越**的品质保障

张飞牛肉始终坚持精选优质牛肉原料，从源头上把控产品质量。在制作过程中，严格遵循传统工艺与现代食品加工标准相结合的方式，确保牛肉具备独特的口感和风味、肉质鲜嫩多汁、纹理分明，经过精心调配的香料卤制后，香味浓郁且醇厚悠长。

□ 多元化的**市场推广**与**渠道建设**

通过多种渠道进行广泛的市场推广，提高品牌知名度与产品曝光度。不仅在传统的线下零售渠道，如超市、特产店等进行铺货，还积极拓展线上电商平台，借助网络营销的力量，让更多的消费者能够便捷地购买到张飞牛肉产品。

□ 张飞牛肉——严选食材、把控品质

- 张飞牛肉选材严格，建有检测中心对牛肉等原料及相关辅料的重金属、农药残留、兽药残留、添加剂及生产出来的产品的理化、微生物等指标进行检测，并针对肉源进行动物源(DNA)检测，专业的检测人员对**原辅料入厂**、**生产过程**、**产品出厂**进行全方位质量监管，确保生产的每批次产品达到国家规定标准。其严格的品质把控、独特的工艺以及丰富的口感获得了消费者的一致认可。

■ 科尔沁：内蒙古的牛肉零食制造商



公司成立

- 2001年，内蒙古科尔沁牛业在通辽市科左后旗建成采用顶级设备、遵循欧盟标准的工厂，年屠宰及产肉量可观。次年公司正式成立，并引进先进屠宰生产线率先开展冷鲜肉生产，同时“科尔沁”品牌开始在自治区崭露头角，连续获评驰名商标，为后续发展奠定基础。

品质成就品牌

- 2005年“科尔沁”荣获中国驰名商标，品牌影响力升级。2007年南阳工厂建成，扩大生产规模。2008年及2010年先后成为北京奥运会和广州亚运会牛肉供应商，大幅提升全国知名度。2012 年引进智能剔骨分割线推动深加工发展，并大力开拓电子商务领域，拓展销售渠道，品牌建设与市场拓展成果显著。

十年磨剑，荣誉加身

- 2013年公司投入资金购置欧美先进农机农具，种植优质牧草，实现养牛种植现代化，完善产业链上游。此后在行业内屡获殊荣，包括入选世界肉类组织协会、获评质量诚信企业、获得有机认证等，入围央视品牌榜，于2018 年获评自治区优秀民营企业。

砥砺前行，不忘初心

- 2019年，企业于内蒙古民营企业排名居前且入选农业产业化国家重点龙头企业，后续持续获此荣誉。2023年，依托线上平台在牛肉市场掀起冷鲜肉风。2024年，明确方向，拟启动深加工园区开发预制食品以提升市场份额，并再度入选重点龙头企业，推动企业多元高质量发展。

■ 科尔沁：地处中国黄牛之乡

□ 科尔沁牛肉——地处中国黄牛之乡

- 科尔沁牛肉诞生于享有“中国黄牛之乡”美誉的内蒙古通辽市，其所处的北纬42°至北纬45°区域，不仅是全球公认的玉米黄金种植带，更是肉牛养殖的绝佳地带，并且还是国家级种公牛站所在地，为优质肉牛的培育提供了得天独厚的条件。科尔沁牛肉公司积极贯彻通辽市政府提出的“**做好种群繁育、做大屠宰加工、做强品牌效应**”的发展战略方针，全力打通从养殖到加工再到销售的完整产业链条。

□ 科尔沁牛肉——主要产品介绍



科尔沁风干牛肉孜然味

- 科尔沁风干牛肉孜然味甄选牛后腿肉，经传统手工与现代技术结合，腌制入味后自然风干。其口感紧实有嚼劲且软硬适中，孜然风味浓郁独特，有多种规格，采用真空包装。



科尔沁风干牛肉五香味

- 科尔沁风干牛肉五香味精选牛优质部位肉，肉质紧实有嚼劲，营养成分保留充分。其五香味由多种天然香料精妙调配并充分融入牛肉，香而不腻、回味悠长。



科尔沁风干牛肉辣味

- 科尔沁风干牛肉辣味选用优质牛肉，以传统结合现代工艺精准风干，造就紧实嚼劲口感。上等辣椒精心调配出浓郁辣味，辣而不失本味。富含蛋白质与微量元素，是美味营养兼具的牛肉零食精品，适合多种场合食用。



科尔沁风干牛肉原味

- 科尔沁风干牛肉原味，精选牛后腿嫩肉，经传统工艺自然风干，精心把控条件，保留原始风味与营养。口感紧实有嚼劲，鲜香纯粹，色泽自然。低脂肪低胆固醇，是健康美味的休闲零食，居家、办公、出行皆适宜。

科尔沁：全产业链牛肉加工生产商

科尔沁——智能工厂以及多元化销售渠道

- 内蒙古科尔沁牛业股份有限公司经过20多年的发展，打造了全产业链模式，**总体生产规模达到年屠宰肉牛30万头，生产冷鲜、冷冻肉6万吨**，销售网络遍布全国。在工业4.0指导下打造智慧工厂，其加工厂生产线达欧盟食品卫生标准，技术装备先进，不仅建立HACCP食品安全质量控制体系，还集中引进家畜自动跟踪、自动分级、真空自动收集输送、生产加工PLC全程控制四大系统，采用先进工艺，从硬件与软件层面为高品质牛肉生产筑牢根基，推动企业不断发展，荣获众多荣誉，成为“内蒙古可持续发展品牌”。

科尔沁工业4.0 – 智慧工厂

养殖



通过物联网与 AI 智能技术升级，构建含养殖管理**云平台、大数据指挥中心、APP 和智能硬件**的“智慧牧场”。该全产业链系统依肉牛养殖特性研发，创新生态循环喂养模式，实现智慧养殖，助肉牛养殖降本、提质、增效、减排。

屠宰



借助智能系统可实时掌握设备运行状态，保障稳定**高效运行**；产品深加工环节，通过能源流转监测技术，实现**能源的优化配置与高效利用**；同时，利用数据标准检验手段对原辅料品质进行严格把关，从源头**确保产品质量符合高标准**。

加工



科尔沁加工生产设备通过**自动化与可视化、能源监测节能、品质数据检测追溯及智能管理决策**等维度，保障高效优质生产，提升竞争力与信任度。同时科尔沁积极打通电商销售渠道，把产品销至全球。

科尔沁的核心销售渠道及合作平台



■ 蒙都：以羊肉起家的牛肉零食品牌



□ 1998-2000：创始初期

- 1998 年，内蒙古蒙都羊业食品有限公司在赤峰市翁牛特旗食品工业园成立。
- 成立初期，公司主要专注于传统的羊肉加工和销售业务，通过当地的资源优势和传统工艺，生产基础的羊肉产品，初步建立了生产和销售渠道。

□ 2001-2010：扩展期

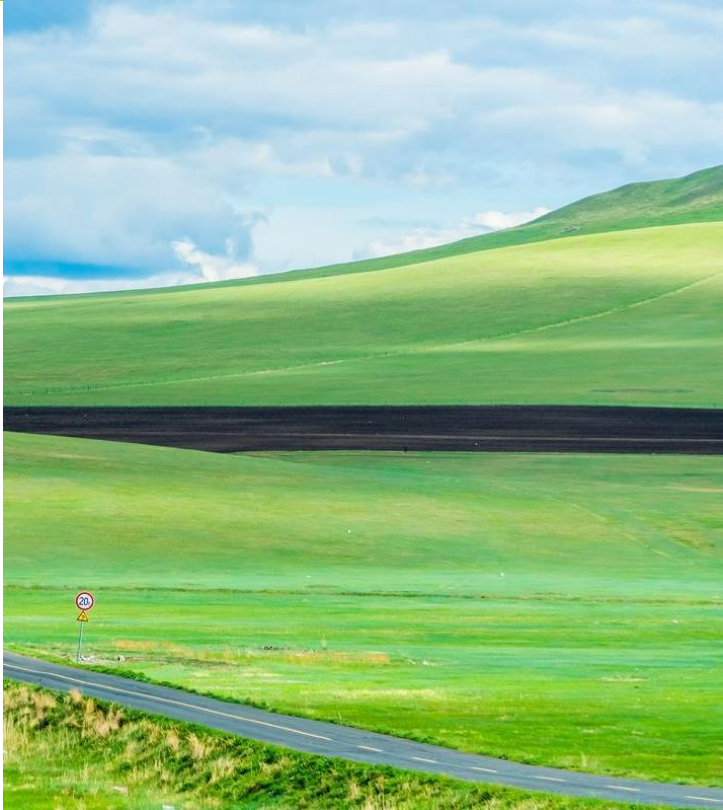
- 不断拓展产品种类，从单一的冷冻羊肉，逐渐增加了冷鲜系列、休闲系列、特产系列、调味佐餐系列等 100 多个品种。
- 积极开拓国内市场，在全国各地设立直营店、加盟店和商超店中店，提高了品牌的知名度和市场占有率。

□ 2011-2020：品牌建设

- 蒙都商标被认定为内蒙古自治区著名商标。
- 2014 年左右，蒙都发布了品牌 IP 形象小腾哥，且不断推出牛肉零食新产品，正式进军牛肉市场。其牛肉产品以风干牛肉为主。精选科尔沁草原上等黄牛，采用现代排酸工艺和 30 余种秘制调料腌制等严格的制作工艺。

□ 2021-至今：扩展期

- 积极探索数字化营销渠道，通过电商平台、社交媒体等进行产品推广和销售。线上线下销售渠道不断拓展，形成了线下与线上相结合的销售模式。
- 不断推出新产品，如牛肉粒、牛肉脯、牛板筋等，满足了不同消费者的需求。



■ 蒙都：产品丰富，选择多多



风干牛肉系列

- 精选优质牛肉，用传统与现代结合的风干工艺，精准控制条件。牛肉失水后蛋白质浓缩，肉质紧实有嚼劲，原味香浓，是牛肉爱好者的佳选。



手撕牛肉系列

- 牛肉纹理清、肉质嫩且有弹性。经特殊腌制和烹制，入味均匀、软硬度适中，可轻松手撕，方便分享和携带。



超干干系列

- 干燥程度高，几乎无水分，肉香浓郁。嚼劲十足，适合追求浓郁肉香和独特口感的消费者。



卤汁牛肉系列

- 采用秘制卤汁长时间炖煮，香料和调味料充分渗透。口感醇厚、肉质软嫩多汁，兼具营养与卤香。



休闲零食系列

- 该系列产品涵盖牛肉粒、牛肉脯、板筋以及各类创新产品，专为满足休闲场景下消费者的口味需求而精心打造。包装便于携带，可为休闲时光增添美味。

■ 蒙都：创新驱动，打造品质牛肉零食



蒙都与中国农科院农产品加工研究所、内蒙古农业大学达成长期战略合作伙伴。建立了“国家现代肉羊体系加工示范基地”“国家羊肉加工技术研发专业中心”，拥有国家发明专利7项、实用新型专利9项，自治区级科技成果4项。



蒙都是**农业产业化国家重点龙头企业、国家扶贫龙头企业、高新技术企业**。先后获得国务院颁发的科技进步二等奖、**中国牛羊肉产业大会领导品牌**等荣誉。



蒙都拥有先进的**生产车间、生产线设计与装备**，生产条件严格按GMP规范要求设计施工，其主要生产设备均来自于美日德进口及国内行业领先企业，**提升生产效率的同时，保证了食品安全和品质的稳定。**



Epilogue

结语

《礼记·曲礼》云：“礼尚往来，往而不来，非礼也。”自古以来，赠礼便是维系情感与社交的重要手段，体现人际交往的礼仪与尊重。《荀子·礼论》中提到，“礼者，敬人也。”伴手礼承载着人们表达敬意与情感的美好寄托，成为人际沟通中不可或缺的文化象征。时至今日，伴手礼文化在传承中不断创新，既保留了传统的庄重与仪式感，又融入现代审美与实用需求，延续了中华礼文化的深厚底蕴。

本次沙利文开展牛肉零食的文化与创新趋势调研，深入探索牛肉零食在伴手礼文化和日常消费领域的趋势动态，致力于为消费者和行业从业者提供前瞻性洞察与实践指导。

通过调研，我们发现牛肉零食凭借其便捷性、营养价值和美味口感，成功融入现代人快节奏生活，成为旅行、职场、学习三大场景的必备休闲食品。同时，牛肉零食行业呈现礼品化、高端化、健康化三大趋势。在礼品化方向，企业通过高端精致包装、多元化产品组合、品牌文化注入，提升产品附加值，拓展节庆礼品和伴手礼等消费场景；在高端化方向，注重肉牛选择、生产工艺和质量控制，推动产品品质升级；在健康化方向，开发低糖、低脂、低钠等营养升级产品，契合健康生活方式需求，助力牛肉零食行业在中高端零食市场竞争中持续突围。

方法论

- ◆ 沙利文布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 沙利文依托中国活跃的经济环境，从社会保险、人工智能、大数据等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，沙利文的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 沙利文融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 沙利文密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 沙利文秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归沙利文所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得沙利文同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“沙利文研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，沙利文可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，沙利文对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映沙利文于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，沙利文可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。沙利文均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，沙利文对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。