

公司零距离·新经济 新动能

## 温氏股份：擦亮“中华土鸡”名片

■本报记者 丁 轶

在广东云浮的良洞云秋养殖小区,现代化鸡舍里数千只羽毛黄褐的中华土鸡在智能化养殖系统的投喂下吃着饲料。打开手机,农户就可以看到鸡群的生长数据和环境数据,包括用水量、活动量、采食量、温度、湿度、光照度等。只要在屏幕上轻轻一点,就可以调动智能化系统,自动为鸡群添加饲料、加水或清扫鸡舍。

中华土鸡是我国本土品种。我国有数千年的土鸡养殖历史,土鸡种类繁多。近年来,白羽鸡已占据国内超半数肉鸡市场份额,生长周期较长的中华土鸡市场持续受到冲击。对此,养殖龙头温氏食品集团股份有限公司(以下简称“温氏股份”)主动破局,通过运用人工智能、物联网、大数据等前沿科技,自研完善育种体系,建构起贯通上下游的全产业链体系,重新擦亮了“中华土鸡”这一名片。

“中华土鸡肉质扎实、口感鲜美。如果说,过去‘白羽鸡’解决了人们的吃鸡自由,那么未来‘中华土鸡’则让营养和口感更上一层楼。随着消费者对高品质肉鸡需求的增长,中华土鸡将重回‘餐桌C位’,未来市场发展空间广阔。”温氏股份董事长温志芬在接受《证券日报》记者采访时表示。

### 打通“农场到餐桌”

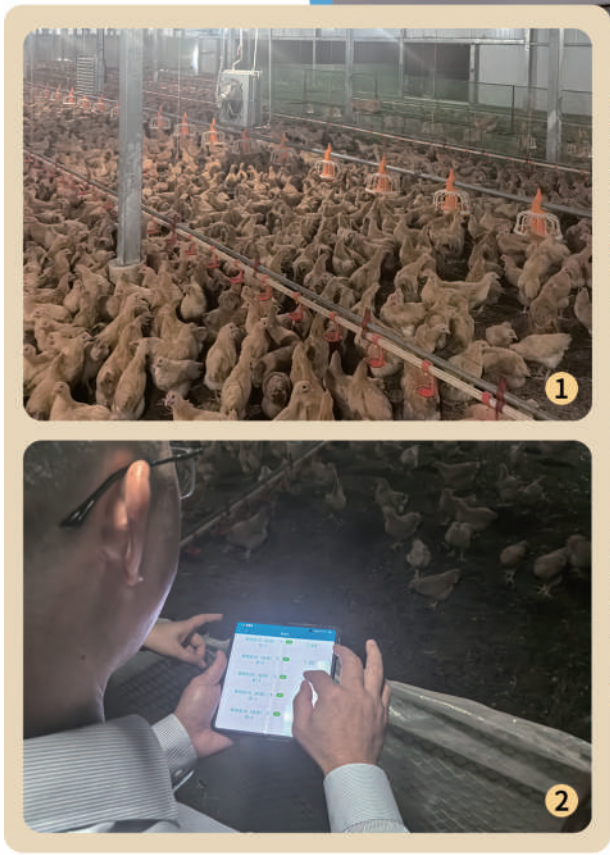
“有句老话‘无鸡不成宴’,家宴时炖一锅金黄鲜香的土鸡汤,可以让味蕾得到满足。不过,以前购买、宰杀和烹饪土鸡都不方便,所以我们一般安排在周末或者节假日。”消费者陈女士对《证券日报》记者表示。

中国银河证券股份有限公司研报显示,我国中华土鸡消费中,消费者偏爱购买整只活鸡,占市场份额54%。传统的整鸡销售模式,难以走近忙碌的年轻消费者家庭,这成为中华土鸡市场份额被快速挤压的重要原因之一。

“吸引年轻人消费中华土鸡,关键在于解决宰杀这一步骤,为消费者提供便捷的购买渠道和烹饪方式,使操作更加便捷,才能推动中华土鸡走向更多消费者。”温氏股份董事、鸡业一部总裁温蛟龙在接受《证券日报》记者采访时表示。

温氏股份开启了从“卖活畜”到“卖食材和食品”的战略转型。该公司积极从养殖业务延伸到屠宰、食品加工等下游环节业务,打通从农场到餐桌的供应体系,产业之树向食品端蓬勃延伸,展现出全新的生长形态。

随着生态农场、自有屠宰场、自有熟食工厂三位一体全产业链体系的形成,温氏股份逐步实现规模养殖、集中屠宰、冷链保鲜等环节的全面标准化,把中华土鸡真正“端上百姓餐桌”,让美味触手



图①广东云浮良洞云秋养殖小区的鸡舍

图②养殖户通过手机查看鸡舍情况

图③种类不同的中华土鸡

丁蓉/摄

可及。

“我们积极探索中华土鸡产业的创新发展模式,目前已经推出了丰富的中华土鸡产品,包括适合煲汤的、涮火锅的、小炒的等不同品质的中华土鸡食材,旨在将‘土特产’打造成‘国潮品’。”温蛟龙表示。

独木难成林,百川聚江海,温氏股份通过“公司+农户”模式,与全国各地数万农户紧密携手养殖业务,在全国全方位布局屠宰加工基地。这进一步缩短了温氏股份产品的供应距离。

据悉,目前消费者通过京东、美团等电商平台,就可以买到品种丰富的中华土鸡产品。此外,多个全国性餐饮连锁品牌也采用了温氏股份的中华土鸡食材。中华土鸡正在越来越丰富的消费场景中出现。

### 留住土鸡鲜美

中华土鸡要打“翻身战”,除了须构建现代化的屠宰、加工、供应体系之外,还需要通过育种科技和生态养殖方式留住土鸡鲜美。

在育种方面,拥有40多年中华土鸡养殖经验的温氏股份具有行业先发优势。1994年,温氏股份建立自己的育种公司,也是当时国内最早的育种公司之一,由此启动土鸡育种工作。

截至目前,温氏股份纯种鸡品种及其存栏规模行业领先,拥有约50个优质鸡纯系和肉鸡品种(配套系),基本上覆盖了我国市场上所有中华土鸡优质类型黄羽肉鸡品种,有9个品种配套系通过国家畜禽新品种配套系审定并获得畜禽

新品种证书。

通过基因测序和精准选育,温氏股份推出的中华土鸡的肉质中氨基酸含量可比普通肉鸡高出15%,这正是其口感鲜美的关键所在。基于丰富的育种品种,温氏股份还可根据市场的不同需求,供应具有不同优良性状的中华土鸡品种。例如:手撕鸡需要采用纤维更长的品种,而煲汤则要用脂肪更适中的品种。

在养殖方面,温氏股份将生态养殖与人工智能技术相结合,大幅提升中华土鸡的养殖效率。

《证券日报》记者在广东云浮的良洞云秋养殖小区走访调研时看到,打开鸡棚的大门,鸡舍干净整洁,鸡鸣声此起彼伏。鸡舍工作人员介绍,鸡舍里的传感器不仅可以将温度、湿度等数据实时上传至智慧大脑,还能够“听声”,通过人工智能大模型算法对鸡鸣声进行分析,判断鸡群是否健康。

“温氏股份的智能养殖基地已经实现‘人管机器、机器管鸡群’的常态化运营。过去一个养殖员只能管几千只鸡,现在能管2万只鸡,养殖效率大幅提升。更加关键的是,以前高度依赖养殖户经验,从业几十年的养殖户才能把鸡群养好。现在养鸡的门槛大幅降低。在人工智能技术的辅助下,这个古老的行业正焕发出新的生命力。”甚至部分濒临淘汰的中华土鸡品种在我们的育种和生态养殖技术的帮助下,重新得到保护,实现把“鸡味”留下来。”温氏股份董事、总裁黎少松对《证券日报》记者表示。

相比白羽鸡40余天的出栏周期,中华土鸡的出栏周期是其1倍

或者更长。“慢养”之下的中华土鸡,营养价值与口感都深受消费者喜爱。温氏股份明确其高端家禽的定位,让中华土鸡成为品质、文化与特色的象征,擦亮中华土鸡“金字招牌”。

“我们已经看到中华土鸡的巨大市场潜力。接下来,温氏股份将持续推动优质中华土鸡走向百姓餐桌,逐步实现‘好吃不贵’。一是继续通过产品创新,匹配市场需求;二是通过提升营销渠道掌控力,推进短链项目,减少中间流通环节的损耗与成本。”黎少松表示。

### 开启全球化征程

在深耕本土市场的同时,温氏股份开启了全球化征程。

2025年11月份,在该公司上市十周年投资者交流会上,温氏股份正式宣布了“出海”计划,首战目标东南亚,越南为“桥头堡”。这是温氏股份拓展发展空间、推动产业升级迈出的重要一步。

“我们已经组织专项业务团队,根据时间表持续推进‘出海’计划的实施。”温氏股份副总裁、董事会秘书蒋荣金对《证券日报》记者表示。

温氏股份的“出海”清单上,中华土鸡被放在最前面,这绝非偶然,一是其中中华土鸡品系具备较强竞争力,肉质、口感符合东南亚市场消费需求。例如,越南河粉、泰国冬阴功汤里需要“有嚼劲的鸡肉”。二是越南等东南亚国家与我国饮食文化相近,便于快速复制现有养殖与运营模式。

温氏股份的动物保健业务、农牧装备、环保业务早已通过东南亚

经销商进入当地市场。依托多年“出海”积累的经验与渠道,温氏股份优先推进中华土鸡业务“出海”,待模式跑通,再推动肉猪业务“出海”,最后是鸭业,挖掘国际增长空间。

为推动中华土鸡“出海”,温氏股份在组织架构上也做了充分准备。2025年上半年,该公司将养禽事业部拆分为三个事业部,其中的鸡业三部即负责管理广西、湖南、湖北和西南等区域内鸡养殖业务,探索肉鸡“出海”业务。这一组织架构调整使团队能够更精准地对接海外市场需求。

“我们不会局限于单一模式,将结合目标市场的政策环境、产业基础、消费需求等因素动态调整,可能采取‘合作养殖’‘自建基地’‘技术输出+品牌授权’等多种模式,确保业务落地效率与长期盈利。也就是说,未来,我们‘出海’的不仅是‘中华土鸡’,还有‘中国养殖方案’。”蒋荣金表示。

深圳市管理咨询行业协会出海服务业委员会主任郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示:“我国头部养殖企业‘出海’是大势所趋,‘出海’不仅关乎增量市场,更是跳出周期、输出商业模式、获得资本溢价的重要战略支点。”

中华土鸡走向海外餐桌的背后,是温氏股份作为我国养殖行业头部企业,向农牧食品企业成功转型的生动注脚,也是我国养殖产业走向世界的重要里程碑。展望该公司未来蓝图,温志芬表示:“温氏股份要打造中国百年畜牧品牌,要站稳第一梯队。”

## 两条主线支撑

## 2025年汽车产销规模再创新高

■本报记者 刘 钊

在政策支持、供给端持续丰富与基础设施改善等多重因素共同作用下,2025年我国汽车产业延续增长态势,产销规模再创新高。

1月14日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)举行信息发布会,会上,中汽协副秘书长陈士华发布的2025年中国汽车销量数据显示,2025年汽车产销累计分别完成3453.1万辆和3440万辆,同比增长10.4%和9.4%,产销规模连续3年保持在3000万辆以上,连续17年稳居全球第一。其中,新能源汽车继续扮演“增长引擎”,全年销量达1649万辆、同比增长28.2%,新车销量占汽车新车总销量的47.9%;同时,汽车出口达到709.8万辆、同比增长21.1%,为行业扩张提供重要增量。

### “强者恒强”态势延续

从全年走势看,2025年汽车市场实现稳健增长,核心支撑来自新能源持续放量与出口规模扩张两条主线。去年我国汽车产销规模再创新高。同时,汽车国内销量达到2730.2万辆,同比增长6.7%。

分车型看,乘用车依旧是行业基本盘。2025年乘用车销量3010.3万辆,同比增长9.2%,并首次实现乘用车产销“双超3000万辆”。尽管12月份乘用车销量环比下降6.3%、同比下降8.7%,但更多体现为年末需求透支后的季节性回落。从结构上看,市场增量主要向更具产品定义与供应链效率优势的企业集中,行业“强者恒强”态势延续:2025年汽车销量排名前十位企业(集团)合计销量2887.6万辆,占汽车销售总量的83.9%。

新能源汽车仍为行业增长的关键驱动力。2025年新能源汽车产销分别完成1662.6万辆和1649万辆,同比分别增长29%和28.2%,新能源新车销量占比达到47.9%,较上年提升7个百分点。尤其在12月份单月,新能源汽车销量为171万辆,同比增长7.2%,新能源新车销量占比升至52.3%,显示在年末传统燃油车需求趋弱阶段,新能源仍具相对景气。

值得关注的是,新能源汽车内部结构也在演进:2025年纯电动与插电式混合动力均保持增长,燃料电池汽车在低基数上出现快速增长特征。这一变化意味着市场正在从单一技术路线扩张转向多技术路线并行的成熟阶段。

出口方面,2025年汽车出口达到709.8万辆,同比增长21.1%,延续高景气并首次站上“700万辆”台阶;仅12月份汽车出口就达到75.3万辆,同比增长49.2%。在出口结构中,新能源汽车贡献显著:2025年新能源汽车出口261.5万辆,同比增长约1倍;12月份新能源汽车出口30万辆,同比增幅达1.2倍。这表明在全球汽车电动化趋势与我国供应链综合竞争力提升背景下,新能源汽车正成为我国汽车“走出去”的重要抓手。

中国品牌乘用车的份额提升,则从需求端印证产业竞争格局变化。2025年中国品牌乘用车销量2093.6万辆,同比增长16.5%,占乘用车销量的69.5%,销量占有率较上年提升4.3个百分点。份额提升的背后,是产品迭代速度、智能化配置渗透、渠道效率与成本控制能力的综合体现,也意味着合资品牌在华竞争策略需要更深层的本地化重构。

### 2026年或将温和增长

在去年全年高增长背后,年末市场波动提示行业仍面临多重约束。12月份汽车销量为327.2万辆,同比下降6.2%,乘用车销量为284.7万辆,同比下降8.7%,反映出补贴退出节奏、消费预期波动与价格竞争等因素对短期需求的扰动。同时,12月份新能源汽车虽然保持同比增长,但环比也出现回落,显示“高渗透率阶段”的市场波动将更频繁,企业需要从规模扩张转向更精细的供需管理与盈利模型优化。

从政策与宏观环境看,行业仍有托底力量。“两新”政策持续优化实施,有助于实现平稳过渡并更加注重提质增效;同时,2025年9月份工业和信息通信业八部门发布《汽车行业稳增长工作方案(2025—2026年)》,包括扩大汽车服务消费等系列措施的落地落实,将对行业平稳运行形成支撑。从宏观层面来看,中央经济工作会议强调2026年经济工作坚持“稳中求进、提质增效”,并强调“内需主导”,叠加“十五五”开局之年促消费仍是重点,为汽车消费提供政策环境预期。

但与此同时,2026年的不利因素同样不容忽视:一是治理零公里二手车长期利好行业,但短期可能加剧库存压力;二是“两新”政策边际效应递减,刺激作用可能降低;三是新能源汽车购置税政策“减半征收+技术设限”的双重调整带来结构性影响;四是出口面临地缘风险不确定性与本地化生产替代等压力,统计上可能表现为出口增速放缓甚至量减。

在上述支撑与约束交织下,行业对2026年市场的判断趋于“温和增长”。中汽协预测,2026年汽车总销量预计3475万辆,同比增长约1%;其中乘用车预计3025万辆、商用车450万辆、新能源汽车1900万辆、出口740万辆。这意味着总量增长将更多依赖结构升级与新能源延续高景气,而不是单纯依靠价格战带来的“以价换量”。

陈士华表示,对企业而言,下一阶段竞争关键或将从“规模竞赛”转向三项能力的系统比拼。其一,围绕高渗透率新能源市场的产品与技术路线管理能力,尤其在纯电、插混并行背景下的资源配置效率;其二,围绕国内需求波动的渠道、库存与金融工具协同能力,降低“节奏错配”带来的盈利压力;其三,围绕全球化的不确定性进行市场多元化与本地化运营布局,以抵御外部风险。

在北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪看来,2025年我国汽车产业在“新能源+出口”驱动下实现历史性跨越,但也在年末波动中提前暴露了2026年“需求不足、库存压力、外部环境趋紧”等挑战。他对《证券日报》记者表示,总体来看,行业从高速增长迈向高质量发展,需要政策、企业与产业链在稳预期、促消费、强创新与防风险之间找到新的平衡点。

## 我国“新三样”出口规模5年增长3.5倍 相关技术保持先进

■本报记者 殷高峰

在国务院新闻办公室1月14日举行的新闻发布会上,海关总署副署长王军在介绍2025年全年进出口情况时表示,我国出口向新向好。2025年,我国高技术产品出口5.25万亿元,增长13.2%。“新三样”、风力发电机组等绿色产品出口分别增长27.1%和48.7%。自主品牌产品出口增长12.9%,占出口总值的比重提升1.4个百分点。

“‘新三样’出口增长的背后是多重优势的叠加。”陕西中国西部发展研究中心副秘书长单英骥在接受《证券日报》记者采访时表示,技术上,我国在动力电池快充、光伏高效组件等领域突破多项核心技术,“新三样”相关发明专利数量稳居全球首位;规模上,光伏组件产量占全球80%以上,锂电池出货量占全球70%以上,电动汽车产量连续多年全球第一,形成从研发到生产、回收的完整产业链。“‘新三样’完成了从‘跟跑’到‘领跑’的跨

越,已然成为拉动外贸增长的新引擎。

在回答记者提问环节,王军表示,从质量来看,我国货物贸易不断优化升级。外贸的“含新量”“含绿量”不断提升。5年来,高技术产品进出口年均增长7.9%,2025年的同比增速进一步加快至11.4%,对整体外贸增长的贡献率接近六成。电动汽车、光伏产品、锂电池等“新三样”产品2025年出口规模接近1.3万亿元,比2020年增长3.5倍。

对于过去5年“新三样”出口规模的大幅增长,西安工程大学产业发展和投资研究中心主任王铁山在接受《证券日报》记者采访时表示,随着全球对绿色低碳发展的重视程度不断提高,各国纷纷出台一系列支持新能源产业发展的政策措施,这极大地刺激了全球市场对新能源汽车、锂电池、光伏等绿色低碳产品的需求。我国“新三样”产品恰好契合了全球能源结构转型和绿色消费升级的大趋势,市场

需求空间迅速扩大。

在政策、市场等多重因素的推动下,我国在“新三样”领域已形成完整且具有全球竞争力的产业链和供应链体系。“经过多年技术研发和产业培育,我国出口‘新三样’在关键核心技术上取得重大突破。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示,如新能源汽车的电池能量密度、续航里程、智能驾驶技术,锂电池的安全性、能量密度和成本控制,太阳能电池的转换效率和量产能力等方面均处于国际领先水平。

以太阳能电池为例,我国光伏企业目前保持多项太阳能电池转换效率的世界纪录。如深圳市光因科技有限公司研发的全钙钛矿叠层太阳能电池于2025年3月份实现31.27%的光电转换效率,刷新了该技术路线的世界纪录。隆基绿能科技股份有限公司(以下简称“隆基绿能”)于2025年4月份宣布其自主研发的杂化背接触晶硅太阳能电池(HIBC)转换效率达到

27.81%,刷新了单结晶硅光伏电池的效率纪录。

晶硅—钙钛矿叠层太阳能电池是下一代高效技术。2025年4月份,经美国国家可再生能源实验室(NREL)认证,隆基绿能晶硅—钙钛矿两端叠层太阳能电池转换效率达到34.85%,再次刷新该技术路线的世界纪录。

“多年来,公司通过长期高强度研发投入和科研平台建设,持续引领行业的技术变革。”隆基绿能相关负责人对《证券日报》记者表示,隆基绿能将持续深耕各种电池技术并保持行业领先,加速助力碳中和目标实现。

“在多重因素的推动下,‘新三样’已经成为我国在全球具有竞争优势的产业。”屈放表示,我国“新三样”出口的大幅增长是政策引导、技术积累、全球需求及企业共同努力作用的结果,体现了我国制造业向高端化、绿色化转型的成果。

在业内看来,尽管增长迅速,

但“新三样”出口仍面临贸易壁垒、技术竞争加剧、供应链安全等挑战。

对此,单英骥建议相关企业未来需进一步强化技术创新、拓展多元市场、加强国际合作,以保持可持续增长。比如,电动汽车产业,要紧扣海外市场需求,针对欧洲环保法规、东南亚路况特点定制车型;延伸原材料供应链,通过海外投资建厂或多元合作,降低锂、钴等关键资源依赖。锂电池产业要聚焦技术升级,重点攻关固态电池、钠离子电池等前沿技术,实现小体积、高储能、长寿命突破。光伏产业要强化储能配套,结合氢能储能、电化学储能等技术稳定能源输出;针对中东高温环境开发耐候性组件,利用非洲离网电力需求拓展户用储能产品,建立“技术标准+金融支持”输出模式。

“同时,针对一些地区的贸易壁垒,可通过合资模式获取本地政策支持,规避贸易壁垒。”单英骥进一步称。