

决胜「十四五」

漯河出新彩

双汇篇

双汇打造肉类行业高质量发展新样本

■文/图 本报记者 张 佩

“十四五”期间，双汇集团作为中国肉类加工行业的领军企业，锚定“产业化、多元化、国际化、数字化”战略目标，推动产业链升级、数字化转型，不仅构建起安全可控的产业生态，还以品牌价值达872.33亿元的亮眼成绩，成为我市打造中国食品名城的核心引擎，为中国肉类产业高质量发展树立了新标杆。

站在“十四五”收官、“十五五”开局的历史节点，双汇的“四化”战略实践不仅为肉类行业转型升级提供了宝贵经验，还是我市食品产业集群蓬勃发展的缩影。在双汇等龙头企业带动下，我市已成为全国重要的食品产业基地，食品产业总规模突破2500亿元，占全省四分之一、全国四十分之一。其中，肉制品、冷鲜肉产量均位居全国第一，为河南省万亿食品产业集群提供了重要支撑。

向上游延伸 构建全产业链生态

记者走进双汇漯河禽业基地看到，标准化鸡舍排列整齐，物联网设备实时监测温度、湿度，工作人员轻点屏幕即可看到相关数据。

在肉制品行业竞争日趋白热化的当下，原料供应的稳定性与可控性已成为企业立足市场、持续发展的核心命脉。上游养殖环节分散化程度高，原料价格受市场波动影响大；下游消费端需求多元多变，企业应对市场风险的主动性不足，肉类加工行业长期面临“两头在外”的发展困境。

为解决这一行业痛点，“十四五”期间，双汇累计投入58.98亿元，在河南漯河、西华及辽



双汇现代化禽业基地

宁阜新布局打造三大现代化禽业基地，构建起集饲料生产、种鸡繁育、商品鸡养殖、屠宰加工、产品销售于一体的全产业链发展格局。目前，双汇商品鸡年出栏已达3亿只，自繁自养规模跻身全国前三。

向上游延伸产业链是双汇产业化战略的关键一环，而数字赋能则为这一链条注入了智慧基因。双汇通过引入物联网、大数据和AI技术，将传统商品鸡养殖场升级为数字化工厂，实现从“经验养殖”向“数据养殖”的跨越。这不仅大幅提升了生产效率，还从源头上筑牢了产品的安全防线。

从产业链协同来看，禽产业的布局为双汇整体业务提供了多重支撑。

一方面，稳定的离肉供应不仅保障了火腿肠

生产的连续性，还通过规模化采购降低了原料成本；另一方面，禽产业自身产品矩阵不断丰富，面向市场推出的即食鸡胸肉、调理鸡翅等产品，与双汇“简颂”健康轻食品牌形成互补，培育出新的市场增长点。

向下游拓展 打造餐饮供应链平台

清晨的双汇第三工业园内，装满中华菜肴产品的冷链物流车整装待发，将驶向全国各地。“八大碗、家宴系列，加热10分钟就能端上餐桌，特别受家庭和餐饮商户欢迎。”工业园工作人员介绍。

面对消费市场变化，2021年1月，双汇成立餐饮事业部，通过服务餐饮终端、加强门店建设，聚力打造全国领先的餐饮食材供应链平台。2022年，为进一步做大餐饮业，双汇开工建设第三工业园，聚焦“一碗饭、一顿饭、一桌菜”，研发中华菜肴“进家庭、上餐桌”产品，推动产品结构向肉、蛋、奶、菜、粮多元结合转变。

“十四五”期间，面对国内饮食消费多元化、个性化发展趋势和消费者日益增长的高品质、便捷化餐饮需求，双汇不断加快产品结构转型升级步伐，通过专业化运作、全产业链资源整合，持续加大餐饮业务布局力度，使餐饮新业务成为双汇高质量发展的重要支撑。

布局餐饮业务，既是双汇顺应市场趋势的战略选择，也是其完善产业链的重要一环。作为全产业链的肉类加工企业，双汇通过整合产业资源，积极发挥产业链协同作用，充分利用其在产品研发、品牌影响力等方面的综合优势，助力餐饮业务快速发展。

目前，双汇餐饮业务已形成预制切割、调理半成品、成品菜肴、方便速食、酱卤熟食五大产品群，围绕“八大菜系+豫菜”持续开发新产品，丰富产品品类，能够满足不同区域消费者的餐饮需求。

向数字化转型 赋能生产与管理升级

当前，物联网、人工智能、大数据、云计算等新一代信息技术快速发展，为制造业转型升级注入强劲动力，数字化转型成为企业提升核心竞争力、实现可持续发展的必由之路。

“十四五”期间，双汇将数字技术融入生产加工全流程，投入数十亿元推进屠宰、肉制品加工及物流等关键环节的智能化、数字化升级，通过引入工业机器人、物联网、大数据等新一代信息化技术，构建起覆盖全产业链的数字管理体系。

2020年，双汇投资5亿元对第一工业园屠宰车间进行智能化改造，结合屠宰生产的各环节引入多项行业领先的数字化、智能化技术，使其成为国内领先的数字化屠宰车间。

目前，双汇第一工业园屠宰车间昔日人头攒动的生产场面已被智能化场景取代：AI证件识别系统精准锁定每头生猪的身份信息，白条影像分级系统通过高清扫描自动测定瘦肉含量与背膘厚度，机械臂以0.01mm的精度完成分割作业。这是双汇“十四五”智能制造升级的写照。

同样进行智能化升级的肉制品生产车间，引入了国际一流生产设备和智能模块，实现智能排产、综合调度、信息采集、数据分析及能源管理等全流程的智能化管控。

双汇通过生产环节的智能化、数字化改造，



双汇肉制品智能生产线

实现了生产过程标准化管控水平的快速提升和生产效率的大幅提高。

如果说生产端的数字化是“硬改造”，那么管理体系的数字化则是“软升级”。

2024年9月，双汇成立数字化转型委员会和数字化转型办公室，确定了“物数互联、数据入湖、统一平台、AI赋能、协同办公”的工作方针。这标志着企业数字化转型进入系统性推进阶段。

短短半年时间，双汇数字化转型便成效初显，数字化团队累计推动总部及一线工厂开展超100项数字化实践，完成多项数字化基础建设。

2025年3月，为实现数字化转型全面升级，双汇将原先分散的数字化转型办公室、信息中心和软件公司整合为数字化管理中心、数字化研发中心和数字化运维中心，形成“管理—研发—运维”三位一体的支撑体系。

2025年，双汇数字化升级聚焦9项重点工作，包括通过数字化赋能网点倍增、新产品全周期管控平台的应用、工业及养殖数字化升级、建立双汇人才评价数字化工具等，涵盖产品研发、生产和人力资源等方面。

双汇通过数字化转型的不断升级和应用场景的持续拓展，逐步形成以数字化为核心的竞争新优势，实现管理效率提升与业务模式创新。

向全域消费渠道布局 激活市场增长新动能

在双汇打造的厨房场景直播间，主播演示着火腿肠的多元吃法：手抓饼卷肠、烧烤肠串、沙拉拌肠……这是双汇依托新型消费渠道，精准对接年轻消费群体需求的生动实践。

在消费渠道日益多元化的今天，双汇坚持“传统渠道固基本、新兴渠道开新局”的发展策略，构建起立体化的消费渠道网络。

在连锁商超领域，双汇与永辉、华润万家等开展战略合作，通过专属陈列和联合营销，在合作商超实现货架占有率和销量的双重提升。

在即时零售渠道，双汇依托强大的冷链物流体系，与美团、淘宝闪购等平台合作，在全国



双汇连锁店

200多个城市实现“30分钟达”。

社区团购作为新兴的电商模式，在下沉市场迅速崛起。双汇精准把握这一发展趋势，针对社区团购渠道，推出家庭装火腿肠套餐，满足家庭消费者的日常需求，深受家庭用户的喜爱。

在短视频与直播电商的浪潮下，双汇敏锐捕捉兴趣电商潜力，将其作为触达年轻消费群体的



双汇屠宰分割生产线



双汇火腿肠生产线

前阵地。在抖音、快手两大电商平台，双汇精心搭建厨房场景直播间，模拟真实烹饪环境，由主播花式演绎火腿肠的多样吃法，成功打破了消费者对火腿肠的刻板印象。

这些消费渠道创新的背后是数据驱动的精细化运营支持。双汇通过引入专业的第三方数据平台，深入剖析消费者的行为习惯、偏好特征和需求，实现从“经验驱动”向“数据驱动”的转变。

通过对消费者数据的深度挖掘，双汇能够精准把握市场需求，不断优化产品结构。针对健身人群对高蛋白、低脂肪食品的需求，开发更多满足这一需求的产品；根据不同地区消费者的口味偏好，调整产品配方，实现产品的差异化竞争。同时，运用数据分析优化营销策略，提升营销活动的针对性与效果，降低营销成本。

当消费渠道成为连接产品与消费者的“神经网络”，双汇的全渠道战略不仅激发了传统肉制品的增长潜能，还为食品企业应对消费变革提供了可复制的样本。

作为中国食品名城建设的核心支柱，双汇将持续发挥龙头引领作用，带动上下游产业链协同发展，助力我市食品产业集群持续壮大，为河南万亿食品产业集群建设注入强劲动力，为中国食品工业转型升级提供更多可供借鉴的“漯河经验”。



双汇第一工业园外景