



福建省饲料工业信息

双月刊
2022年第4期
(总第164期)

出版：福建省饲料工业协会
地址：福州市铜盘路六号农房
大楼五层

邮编：350003

联系电话：0591-87859740

责任编辑：宜人 铜静

出版日期：2022年8月

电子信箱：fjfeed@163.com

网址：<http://www.fjsgyhx.com/>

内部资料·免费交流

目录

政策法规

- 农业农村部发布三类动物疫病病种名录·····2
20项涉饲料行业农业行业标准发布·····4
农业农村减排固碳实施方案摘录·····5
福建省畜禽养殖场兽用抗菌药使用减量化效果评价标准和方法（试行）
·····6

协会工作

- 福建省饲料工业协会第六届第五次常务理事会召开·····8

行业视点

- 中国饲料经济现状与营销模式转变之探·····10
2022上半年生猪市场回顾及展望·····13
我国肉鸡产业形势分析展望与对策·····18
上半年我省工业饲料产值产量双增长·····24
大北农十年联合5万家农场发展生猪2亿头·····25
世界排名前十位的鸡蛋生产国·····27
后抗生素时代肠道动力经济学·····28

企业风采

- 投身鳊业二十余载 热情不减坚韧不改·····30
傲农对本手、妙手、俗手的答案·····34
我会3家会企入选国家畜禽、水产种业阵型企业·····36

信息集锦

- 林登峰在饲料行业创新论坛作猪营养和饲养关键点的主题报告·····3
中国饲料工业协会加盟全球宠物食品协会联盟·····7
天马科技举办投资者交流会·····9
登巴赫-杨、黄庆祥一行参访福建兴顺饲料·····24
吴有林、蔡秋平当选福建省工商业联合会副会长·····33
我会会长单位掌门人陈加成荣膺福建省优秀企业家·····35
天马科技发布2022年半年度业绩公告·····36

农业农村部发布三类动物疫病病种名录

日前,农业农村部根据《中华人民共和国动物防疫法》有关规定,对原《一、二、三类动物疫病病种名录》进行了修订并发布施行。公告明确,2008年发布的中华人民共和国农业部公告第1125号、2011年发布的中华人民共和国农业部公告第1663号、2013年发布的中华人民共和国农业部公告第1950号同时废止。

一类动物疫病(11种)

口蹄疫、猪水疱病、非洲猪瘟、尼帕病毒性脑炎、非洲马瘟、牛海绵状脑病、牛瘟、牛传染性胸膜肺炎、痒病、小反刍兽疫、高致病性禽流感

二类动物疫病(37种)

多种动物共患病(7种):狂犬病、布鲁氏菌病、炭疽、蓝舌病、日本脑炎、棘球蚴病、日本血吸虫病

牛病(3种):牛结节性皮肤病、牛传染性鼻气管炎(传染性脓疱外阴阴道炎)、牛结核病

绵羊和山羊病(2种):绵羊痘和山羊痘、山羊传染性胸膜肺炎

马病(2种):马传染性贫血、马鼻疽

猪病(3种):猪瘟、猪繁殖与呼吸综合征、猪流行性腹泻

禽病(3种):新城疫、鸭瘟、小鹅瘟

兔病(1种):兔出血症

蜜蜂病(2种):美洲蜜蜂幼虫腐臭病、欧洲蜜蜂幼虫腐臭病

鱼类病(11种):鲤春病毒血症、草鱼出血病、传染性脾肾坏死病、锦鲤疱疹病毒病、刺激隐核虫

病、淡水鱼细菌性败血症、病毒性神经坏死病、传染性造血器官坏死病、流行性溃疡综合征、鲫造血器官坏死病、鲤浮肿病

甲壳类病(3种):白斑综合征、十足目虹彩病毒病、虾肝肠胞虫病

三类动物疫病(126种)

多种动物共患病(25种):伪狂犬病、轮状病毒感染、产气荚膜梭菌病、大肠杆菌病、巴氏杆菌病、沙门氏菌病、李氏杆菌病、链球菌病、溶血性曼氏杆菌病、副结核病、类鼻疽、支原体病、衣原体病、附红细胞体病、Q热、钩端螺旋体病、东毕吸虫病、华支睾吸虫病、囊尾蚴病、片形吸虫病、旋毛虫病、血矛线虫病、弓形虫病、伊氏锥虫病、隐孢子虫病

牛病(10种):牛病毒性腹泻、牛恶性卡他热、地方流行性牛白血病、牛流行热、牛冠状病毒感染、牛赤羽病、牛生殖道弯曲杆菌病、毛滴虫病、牛梨形虫病、牛无浆体病

绵羊和山羊病(7种):山羊关节炎/脑炎、梅迪-维斯纳病、绵羊肺腺瘤病、羊传染性脓疱皮炎、干酪性淋巴结炎、羊梨形虫病、羊无浆体病

马病(8种):马流行性淋巴管炎、马流感、马腺疫、马鼻肺炎、马病毒性动脉炎、马传染性子宫炎、马媾疫、马梨形虫病

猪病(13种):猪细小病毒感染、猪丹毒、猪传染性胸膜肺炎、猪波氏菌病、猪圆环病毒病、格拉瑟病、猪传染性胃肠炎、猪流感、猪丁型冠状病毒感染、猪塞内卡病毒感染、仔猪红痢、猪痢疾、猪

增生性肠病

禽病(21种): 禽传染性喉气管炎、禽传染性支气管炎、禽白血病、传染性法氏囊病、马立克病、禽痘、鸭病毒性肝炎、鸭浆膜炎、鸡球虫病、低致病性禽流感、禽网状内皮组织增殖病、鸡病毒性关节炎、禽传染性脑脊髓炎、鸡传染性鼻炎、禽坦布苏病毒感染、禽腺病毒感染、鸡传染性贫血、禽偏肺病毒感染、鸡红螨病、鸡坏死性肠炎、鸭呼肠孤病毒感染

兔病(2种): 兔波氏菌病、兔球虫病

蚕、蜂病(8种): 蚕多角体病、蚕白僵病、蚕微粒子病、蜂螨病、瓦螨病、亮热厉螨病、蜜蜂孢子虫病、白垩病

犬猫等动物病(10种): 水貂阿留申病、水貂病毒性肠炎、犬瘟热、犬细小病毒病、犬传染性肝炎、

猫泛白细胞减少症、猫嵌杯病毒感染、猫传染性腹膜炎、犬巴贝斯虫病、利什曼原虫病

鱼类病(11种): 真鲷虹彩病毒病、传染性胰脏坏死病、牙鲆弹状病毒病、鱼爱德华氏菌病、链球菌病、细菌性肾病、杀鲑气单胞菌病、小瓜虫病、粘孢子虫病、三代虫病、指环虫病

甲壳类病(5种): 黄头病、桃拉综合征、传染性皮下和造血组织坏死病、急性肝胰腺坏死病、河蟹螺原体病

贝类病(3种): 鲍疱疹病毒病、奥尔森派琴虫病、牡蛎疱疹病毒病

两栖与爬行类病(3种): 两栖类蛙虹彩病毒病、鳖腮腺炎病、蛙脑膜炎败血症

□秘书处

信息集锦

林登峰在饲料行业创新论坛作猪营养和饲养关键点的主题报告

2022年8月9日,由中国高科技产业化研究会饲料分会主办的饲料行业创新论坛2022(FIIF 2022)在北京成功举办。福建新正阳饲料科技有限公司总经理/技术总监林登峰就《180日龄150千克体重猪营养和饲养的关键点》作主题报告。

林登峰首先介绍了现有猪的生长潜力与生产成绩,进而指出了180日龄达150千克体重的共有关键因素,包括经营管理理念先进、管理技术水平

高、……、采食量大、饲养模式先进等9个关键点,并推荐健康高效营养与饲养模式。强调要合理划分饲喂阶段,按阶段提供合理的营养方案至关重要,特别是教槽(应对应激顺利过渡)、仔猪(减少保育与仔猪阶段的应激和营养落差)、大猪(强化营养,冲刺出栏)等。

□唐兴强

20项涉饲料行业农业行业标准发布

7月11日,农业农村部批准发布了135项中华人民共和国农业行业标准,自2022年10月1日起实施,该批标准文本由中国农业出版社出版,于发布之日

起2个月后在中国农产品质量安全网(<http://www.aqsc.org>)查阅,其中与饲料行业相关的20项标准编号和名称如下:

新发布与饲料行业相关的农业行业标准目录

序号	标准号	标准名称	代替标准号
1	NY/T 4120-2022	饲料原料 腐植酸钠	/
2	NY/T 4121-2022	饲料原料 玉米胚芽粕	/
3	NY/T 4122-2022	饲料原料 鸡蛋清粉	/
4	NY/T 4123-2022	饲料原料 甜菜糖蜜	/
5	NY/T 2218-2022	饲料原料 发酵豆粕	NY/T 2218-2012
6	NY/T 724-2022	饲料中拉沙洛西钠的测定 高效液相色谱法	NY/T 724-2003
7	NY/T 2896-2022	饲料中斑蝥黄的测定 高效液相色谱法	NY/T 2896-2016
8	NY/T 914-2022	饲料中氢化可的松的测定	NY/T 914-2004
9	NY/T 4124-2022	饲料中 T-2和 HT-2毒素的测定 液相色谱-串联质谱法	/
10	NY/T 4125-2022	饲料中淀粉糊化度的测定	/
11	NY/T 1459-2022	饲料中酸性洗涤纤维的测定	NY/T 1459-2007
12	SC/T 1078-2022	中华绒螯蟹配合饲料	SC/T 1078-2004
13	NY/T 4126-2022	对虾幼体配合饲料	/
14	NY/T 4127-2022	克氏原螯虾配合饲料	/
15	SC/T 1074-2022	团头鲂配合饲料	SC/T 1074-2004
16	NY/T 4128-2022	渔用膨化颗粒饲料通用技术规范	/
17	NY/T 4164-2022	现代农业全产业链标准化技术导则	/
18	NY/T 472-2022	绿色食品 兽药使用准则	NY/T 472-2013
19	NY/T 755-2022	绿色食品 渔药使用准则	NY/T 755-2013
20	NY/T 4170-2022	大豆市场信息监测要求	/

□秘书处

农业农村减排固碳实施方案摘录

6月30日,农业农村部、国家发展改革委为贯彻落实党中央、国务院决策部署,做好农业农村减排固碳工作,根据《中共中央、国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》和《2030年前碳达峰行动方案》,印发了《农业农村减排固碳实施方案》的通知。

方案要求,到2025年,农业农村减排固碳与粮食安全、乡村振兴、农业农村现代化统筹融合的格局基本形成,粮食和重要农产品供应保障更加有力,农业农村绿色低碳发展取得积极成效。到2030年,农业农村减排固碳与粮食安全、乡村振兴、农业农村现代化统筹推进的合力充分发挥,种植业温室气体、畜牧业反刍动物肠道发酵、畜禽粪污管理温室气体排放和农业农村生产生活用能排放强度进一步降低,农业农村发展全面绿色转型取得显著成效。

一、重点任务

1.种植业节能减排。

2.畜牧业减排降碳。推广精准饲喂技术,推进品种改良,提高畜禽单产水平和饲料报酬,降低反刍动物肠道甲烷排放强度。提升畜禽养殖粪污资源化利用水平,减少畜禽粪污管理的甲烷和氧化亚氮排放。

3.渔业减排增汇。

4.农田固碳扩容。

5.农机节能减排。

6.可再生能源替代。

二、重大行动

1.稻田甲烷减排行动。

2.化肥减量增效行动。

3.畜禽低碳减排行动。推动畜牧业绿色低碳发展,以畜禽规模养殖场为重点,推广低蛋白日粮、全株青贮等技术和高产低排放畜禽品种,改进畜禽饲养管理,实施精准饲喂,降低单位畜禽产品肠道甲烷排放强度。改进畜禽粪污处理设施装备,推广粪污密闭处理、气体收集利用或处理等技术,建立粪污资源化利用台账,探索实施畜禽粪污养分平衡管理,提高畜禽粪污处理水平,降低畜禽粪污管理的甲烷和氧化亚氮排放。

4.渔业减排增汇行动。

5.农机绿色节能行动。

6.农田碳汇提升行动。

7.秸秆综合利用行动。持续推进秸秆肥料化、饲料化和基料化利用,发挥好秸秆耕地保育和种养结合功能。

8.可再生能源替代行动。

9.科技创新支撑行动。

10.监测体系建设行动。

□秘书处

福建省畜禽养殖场兽用抗菌药使用减量化效果评价标准和方法（试行）

一、评价主要内容及要求

1.完成畜禽养殖场、养殖小区备案，具备《动物防疫条件合格证》。3年内未发生重大动物疫病和畜产品质量安全事件，以及无使用禁止使用的药品和其他化合物、停用兽药、人用药品、假劣兽药的情形。

2.制定并执行兽药管理制度，包括禁用药管理、处方药管理、兽医处方管理、休药期管理等规范用药相关内容。

3.有完整的兽医诊疗记录和兽药使用记录，并妥善保存。

4.具备辨识兽药产品真伪能力。

5.兽药储存条件符合兽药产品保存需要。

6.按单位畜禽产品产出计算，兽用抗菌药的使用量应控制在一定水平。

二、减抗行动实施效果评价标准

养殖场减抗行动实施效果评价标准，包括2个方面7项条款。经检查、赋分和评价，总分不低于95分的，方可向我厅推荐为“福建省兽用抗菌药使用减量化达标场”。

（一）养殖场基本条件（共35分）

1.基本资质（10分）

完成畜禽养殖场、养殖小区备案，具备《动物防疫条件合格证》，3年内未发生重大动物疫病和畜产品质量安全事件和使用禁止使用的药品和其他化合物、停用兽药、人用药品、假劣兽药的情形。获得省级以上畜禽养殖标准化示范创建场或净化

场或无疫小区等畜牧行业相关荣誉的养殖场优先推荐。

2.兽医技术服务（5分）

养殖场应配备执业兽医或专业兽医人员，或应有其他稳定、可靠的兽医技术服务可用。

3.兽医兽药管理制度（10分）

制定符合农业农村部规定的兽医兽药管理制度，严格执行兽药安全使用各项规定，实现“用好药”。

4.兽药产品真伪识别能力（5分）

能够下载并熟悉农业农村部开发的“国家兽药综合查询”APP或中国兽药信息网，通过比对官方信息和兽药产品标签，识别真伪。

5.兽药储存条件（5分）

应具备必要的兽药储存场所，能满足兽药的储存条件，一般应设有温度可控的、独立的药房（或与库房一体）及冰柜等设施。

（二）减抗行动实施效果（共65分）

1.单位产品用量（50分）

按照《单位畜产品兽用抗菌药使用量计算方法》（见附件）计算，不同畜禽单位产品抗菌药的使用量符合对应要求：每生产1吨畜禽产品（毛重）抗菌药的使用量计算，应分别控制在禽蛋100g，肉鸡、肉鸭100g（生长期不超过60天）或120g（生长期超过60天），其它禽种参考肉鸡、肉鸭，生猪150g，肉羊、肉牛100g，牛奶50g以内。

2.减抗工作情况（15分）

养殖场积极参加减抗行动，主动制定减量行动方案，并定期开展自查自评，形成兽用抗菌药物使用减量化情况报告，且内容包括减抗效果、

经验及具体措施、畜禽或畜产品产出与兽用抗菌药使用总体情况、养殖批统计情况和减量前后的养殖效益情况。

附件：

单位畜产品兽用抗菌药使用量计算方法

核实考察年度内养殖记录、兽医诊疗记录中反映的兽用抗菌药使用品种、用量与进出库记录反映情况的一致性，若无年度情况，则完成入栏和出栏的批次计算。在此前提下，汇总考察年度内兽用抗

菌药的总用量（按制剂规格折合成原料药使用量），并按如下格式列表计算。原则上不计入种畜禽兽用抗菌药的数量。

产品名称	规格（以兽药产品标签为准）	制剂用量	畜产品（吨）	折合原料量/（千克）	单位畜产品兽用抗菌药使用量/（克）
例 1：盐酸林可霉素 注入剂	按林可霉素计 （7.0g：0.35g）	2400 支		0.84	
例 2：硫酸双氢链霉 素注射液	10ml：2.5g	36800ml		9.20	
.....					
汇总	/	/		10.04	

□福建省农业农村厅

信息集锦

中国饲料工业协会加盟全球宠物食品协会联盟

近年来，我国宠物饲料（食品）产业规模不断增加，2021年全国宠物饲料产量首次突破百万吨，达到113万吨，涨幅连续三年超过10%；总产值达到138亿元，比2020年增长19.9%；全国宠物饲料生产企业357家，比2020年增加38家。蓬勃发展的中国宠物食品行业正成为现代农业的新业态、新产能、新动能，也面临产业转型升级的历史机遇。

为推进我国宠物饲料产业国内国际双循环发展新格局，2021年中国饲料工业协会代表中国宠物饲料行业向全球宠物食品协会联盟（GAPFA）提交了入会申请，并于2022年6月21日经全球宠物食品协会联盟（GAPFA）全体会员大会投票，全票通过，正式加盟该会。

□秘书处

福建省饲料工业协会 第六届第五次常务理事会议召开

7月21日，福建省饲料工业协会第六届第五次常务理事会在福州召开。会议听取了陈庆堂会长作的2022年上半年协会工作报告；洪清副会长通报第六届理事会副会长、常务理事和理事变更情况；林利明副秘书长组织讨论推荐协会换届工作领导小组名单；王寿昆秘书长组织讨论推荐第七届理事会会长、副会长和秘书长及常务理事人选；陈婉如副秘书长汇报福建省饲料工业协会2022年行业年会的筹办方案。与会代表还就我省饲料产业及企业发展亟待突破的瓶颈等相关热点、难点问题，建言献策。会议由王寿昆主持。



陈庆堂在报告中回顾了2022年上半年我省饲料行业发展情况及协会在为政府、为行业、为企业服务中取得的成效，并从六个方面部署了协会下半年要开展的主要工作。

在建言献策环节，与会代表针对当前复杂严峻的国内外形势，尤其是非洲猪瘟和新冠肺炎疫情的持续影响，畅所欲言，提出了许多建设性建议：

一是根据国家统计局数据，二季度GDP同比增长为0.4%，说明当前宏观经济运行中仍面临如需求不足等问题，希望会员企业多关注经济政策，预计下半年国家一定会出台相对宽松的经济政策，以推动需求端复苏来稳定下半年的经济增长；

二是希望会员企业制定人才引进目标，加快引智步伐，特别要重视引进在饲料技术研发、经营管理、营销策划、资金运营等方面的高级人才，努力通过人才引进带动企业技术创新，并与高校科研院所开展“产、学、研、用”合作，通过研发创新，开发新产品和提升市场开拓力度；

三是希望协会发挥纽带桥梁作用，多组织会员企业开展省际行业间交流，可采取“请进来、走出去”的灵活方式，向周边饲料产业发展较快的省份学习与交流，加强互动合作，不断为实现乡村振兴战略贡献更多力量；

四是希望协会通过组织机构的有效化运作，组建饲料行业智囊团（如饲料技术委员会），拓宽工作思路、创新服务手段，凝聚行业内行政资源、专家资源和企业家资源，深入会员企业，对影响饲料行业发展的商业模式、饲料安全、标准化管理、质量监督检查等方面为会员企业提供咨询服务；

五是当前饲料原料价格高企诱发的饲料产品低价竞争而导致养殖效率差、饲料资源浪费的弊端日益凸显,这是困扰企业高质量发展的难题与挑战,希望协会从全国性的行情层面,帮助了解兄弟省市协会的应对措施及饲料行业主管部门的指导意见;

六是当前饲料行业面临巨大的挑战和不确定性,尤其是中小企业饲料原料采购议价能力差,增加的原料成本无法传导至终端产成品,从而企业经营压力加大,希望协会能牵头组织有能力的原料供应商,整合供应链资源,搭建原料信息平台 and 大宗原料和饲料添加剂联合采

购平台,发挥成员企业的资源优势,收集提供原料信息,全球化筛选/评价合格供应商,导入战略采购和策略采购机制,以量取胜整体提升原料采购的议价和计价能力。

会议期间,召开协会党支部扩大会议,由党支部书记王寿昆组织开展主题党日活动:观看视频《沿着总书记的足迹·福建篇:闽山闽水物华新》;传达国家乡村振兴局、民政部对社会组织助力乡村振兴工作要求和福建省民政厅、乡村振兴局对社会组织参与乡村振兴工作的实施意见。

□秘书处

信息集锦

天马科技举办投资者交流会

7月18至19日,主题为“共话食品新蓝海,引领健康新未来”的天马科技投资者交流会成功举行。活动吸引了来自广发基金、华泰证券、天风农业等超百家基金、券商、金融、资本界专业人士,以及中国四大证券报——中国证券报、上海证券报、证券时报、证券日报媒体代表和各界代表共计150人参加活动。福州市常务副市长李文清,三明市建宁县县长伍小兰,天马科技董事长陈庆堂,副董事长、执行总裁陈加成,董事会秘书戴文增及天马科技管理层出席交流会。

天马科技集团不断强化数字经济赋能、锻造海洋经济引擎、提高绿色经济成色、深挖文旅经济潜力,建立从源头到餐桌的鳗鲡全产业链,打造安全可溯源体系,为食品产业探索新蓝海,为人类健康追求卓越品质。会上,陈庆堂与投资者就集团未来发展进行了深度交流,详尽回应超百家基金、券商、金融、资本界专业人士、媒体代表及各界代表关切的问题。

□胡兵

中国饲料经济现状与营销模式转变之探

本文以饲料企业的营销模式为研究对象,对当前我国饲料经济现状进行概况,以此得出营销模式与饲料企业发展的关系,并深入分析当前饲料企业营销模式、存在的问题,结合营销发展趋势,针对性的提出饲料企业营销模式的转型和发展路径,为我国饲料行业营销发展指明方向。

一、中国饲料经济现状

1. 中国饲料行业发展情况

我国饲料行业起步较早,在20世纪60、70年代开始发展,并逐渐开始走向成熟。随着我国农业、畜牧业、粮食业的不断发展,技术水平不断提升,我国饲料行业已走上实现现代化、规模化发展之路。

根据时间分布可以将我国饲料行业的发展分为几个阶段。

第一个阶段为起步阶段,为保障我国养殖业的发展,不少专营饲料加工的企业应运而生,但这些饲料企业规模较小、科技水平较低,饲料产品的技术、工艺较为简单,而外国企业开始进入我国市场,较为先进的理念和产品研究推动了我国饲料产品质量的提升。

第二阶段为快速发展期,约在1990年~2000年左右,这个时期我国畜牧养殖行业飞速发展,饲料需求逐步增大,饲料企业数量激增,国家也出台了相关政策来规范行业发展。

第三阶段为2008年前,我国加入世界贸易组织后,饲料行业国际竞争加剧,产品价格容易受到外部市场影响,中小规模的饲料行业面临着巨大的挑战。

第四阶段为2009年至今,供给侧结构性改革和生态环保政策提出,饲料行业开始转型升级,技术革新速度加快、去产能明显,对企业既是机遇也是挑战,小规模饲料企业数量有所减少,规模化、集团化发展趋势越来越明显。

2. 中国饲料行业宏观环境分析

我国饲料宏观经济环境和政策环境与饲料行业的几个发展阶段密不可分。在不同阶段,市场经济具有不同的特征,且政府也出台了相应政策,为我国饲料行业发展指明了方向,并提出要求,给予政策支持。在饲料行业发展的前几个阶段中,我国经济增长速度一直处于较高水平,GDP增速在9%以上,高速的经济增长为企业带来巨大的利润和可观的市场前景。但当进入饲料行业发展的第四个阶段时,受金融危机、贸易摩擦等影响,我国经济增长速度有所减缓,再加上高速度的发展也积累了一定的矛盾和问题,而这种宏观市场环境会传导给饲料企业,影响饲料企业的发展。在政策环境方面,早在20世纪80年代国务院就出台了饲料行业的发展纲要和金融政策,给予饲料企业一定的税收减免。随着饲料行业的发展,农业农村部又推出了新的政策要求,对饲料行业的添加剂、原材料进行了规范管理,有效保障了产品质量,在一定程度上促进行业创新。此外,生态环境部也推出了饲料行业污染物排放管理规范,从环境角度对企业提出了要求。

3. 当前中国饲料行业发展困境

我国饲料行业取得了明显的发展,但和国外相比仍有较大的不足。一方面体现在科技技术水平相

对落后。我国绝大部分饲料企业仍以中小型饲料企业为主，这些规模较小的企业对技术革新能力、研发能力和资金投入比例相比于大型企业而言较为落后，使我国饲料企业技术创新能力不足，产品同质化严重，与其他国家相比，生产成本较高，甚至部分核心技术只能从其他国家引入。另一方面，我国饲料行业的规模化程度不高，饲料企业零散分布、企业规模较小，使得产品生产成本和运输成本提升，进一步挤压企业利润。在饲料企业内部管理方面，由于对企业管理模式、发展战略等研究不足，企业管理机制混乱也加大了企业的管理成本，降低了管理效率，甚至提升了企业经营风险等，特别是在营销模式等方面重视不足。

二、中国饲料营销模式及问题

1. 中国饲料的营销模式

我国饲料企业的营销模式也经过了较长时期的探索，各个阶段的营销模式也与行业发展阶段较为匹配。在饲料行业起步发展阶段，此时市场供需不匹配，市场需求大于饲料产品的供给，不少畜牧养殖、生猪养殖企业通过向企业订购的模式进行产品选购，这时饲料企业主要采取被动式营销，营销成本较低，营销投入小。当饲料行业进一步发展，此时企业数量较多，市场供给基本能满足需求，且呈现产能过剩的发展趋势，这时被动式营销已不能满足企业销售需要，很多企业推出了赊销的营销模式来提升产品竞争力，应收账款的增加使企业对营销员的培养更看重谈判能力。当饲料行业发展至第三阶段，市场供给远大于需求，不少企业开始主动营销，如借助报纸、电视、广播、海报等营销渠道进行产品推广，还有企业利用业务员对经销商、代理商进行产品营销。如今信息技术飞速发展，

不少饲料企业开始利用电子商务、网络平台、短视频等渠道营销，营销模式越来越多样，传播范围逐渐变广。

2. 中国饲料营销存在的问题

(1) 营销模式落后

结合我国其他行业营销模式和国外饲料企业营销模式进行分析，我国饲料行业在营销模式上还与其他国家、其他领域存在较大差距，具体为营销模式落后。不少饲料企业对营销的重要性有所了解，但不能找到适合的方式和渠道进行企业营销，在营销时盲目照搬照抄其他领域或企业的营销模式，与企业实际情况不匹配。也有的企业营销模式未进行转变，仍然采用老旧、落后的营销模式，已不适应时代发展。当前我国饲料企业仍以线下营销为主，不仅消耗较大的人力、物力和财力资源，而且营销范围有限，不能深度挖掘潜在客户，造成资源浪费。对于新型营销方式，如一对一精准营销、互联网+营销、直播营销、深度营销等模式了解不足，尝试不足，不能适应时代发展。

(2) 营销效果有限

落后的营销模式使得饲料企业的销售规模受到限制，特别是对品牌知名度较低、产品质量不够稳定的中小规模饲料企业而言，面临的市场不确定性会更大。当前消费者对饲料产品的需求也在发生转变，个性化、品牌化、高标准化已成为消费者的共识，需求的转变使得饲料行业面临大洗牌。如何抓住消费者的需求，提升消费者对品牌的认可度，以更低的成本获得潜在客户已成为企业发展的重中之重。而营销模式就是其中一个重要环节，当前饲料企业营销模式落后，制约了企业营销效果，未来饲料企业需要大力提升企业营销效果。

三、中国饲料营销模式转变路径

1. 精准营销

把握市场动向，走适合饲料企业发展的营销模式之路是解决营销困境的关键方法。其中，精准营销是各行各业营销的重要模式之一。精准营销破除了过去营销模式中的不足，并非采取普遍式、广泛式的营销形式，而是针对客户需求进行一对一、一对多、多对一等形式的营销，在这种模式下，饲料企业能直接和客户进行沟通，了解客户需求，提升沟通效率，并提升用户体验和服务质量，使用户有更高的品牌认可度。由于不同消费者对饲料的需求不同，在生产养殖不同阶段对产品种类也有不同的需求，采取精准营销能快速把握客户需求，进行针对性的产品推广有利于提升营销效果。但精准营销需要饲料企业做足市场调研，掌握目标客户群体的分布、基本情况等资料，才能提升营销效率。

2. 互联网+营销

互联网+营销模式是当前企业营销的热点，随着互联网+技术和大数据技术的快速发展，以互联网平台进行营销的企业逐渐增多，其带来的营销效果也非常显著。一方面，互联网用户群体十分广泛，借助互联网进行营销能迅速连接潜在的客户群体，还能突破时间、空间限制，拓宽营销范围。其次，互联网+营销成本低廉，相比于传统营销模式，互联网+营销只需较少的时间成本和人力成本就能达到较好的营销效果。如有的饲料企业借助直播平台进行营销，企业获得了较大的点击量和销售量，明显提升了销售额，还提升了品牌知名度。互联网+和大数据相结合还能帮助饲料企业获得用户画像，基于用户的数据分析了解用户需求，进而与精准营销相结合，提升企业营销的效果。

3. 跨境营销

随着经济全球化的发展，饲料企业也应主动走出去，扩宽市场规模。跨境营销指的是企业将市场范围拓宽，向其他国家开展营销活动，进而将饲料产品销售至国外，提升我国饲料产品的知名度和竞争力。如今随着电子商务的发展，为跨境营销提供了诸多便利，如第三方电子商务平台能简便帮助饲料企业进行产品上架、针对性推广、货物运输、跨境交易等。但目前饲料企业的产品竞争力还有不足之处，在进行跨境营销前要注重提升产品质量和技术水平，更好的打开国外市场。而对于中小规模的饲料企业，跨境营销需要前期投入较多的资金和人力，跨境营销的效果有限，还需要根据企业经营战略和实际情况进行选择。

4. 差异化营销

差异化营销是指企业针对饲料产品或服务的差异性进行营销，与其他企业进行区别，达到满足消费者需求的目的。由于当前饲料产品市场较为成熟，产品种类多样，许多消费者在进行饲料产品购买时需要花费较多的时间进行产品比对。而饲料企业在产品营销时可以主动进行差异化营销，减少消费者的时间。如有的客户关注饲料产品的原料配比和营养含量，饲料企业进行营销时可以聚焦饲料产品配方，有的消费者注重产品品牌，企业在营销时可以进行品牌化、企业文化推广，还有的消费者关注环保，企业可以在营销时注重环保内容推广。差异化营销也可以关注于饲料企业的服务，提供产品定制、产品适用、售后质量保障等形式，提升饲料企业竞争力。

□预混料家园

2022上半年生猪市场回顾及展望

一、生猪市场概述

2022年生猪总体供应压力较去年有所缓解，截止到6月30日，全国生猪出栏均价20.27元/千克，较年初15.39元/千克上涨4.88元/千克，涨幅31.71%。据钢联数据定点样本监测，从2021年7月份母猪去化开始，持续到2022年4月份累计去化十个月，母猪累计去化幅度14.8%，产能去化的效果逐步在下半年供给端有所体现，生猪下半年出栏压力缓解；另外伴随猪肉单体重量下降、低进口量，下半年供给端或进一步缩窄。从需求来看，4季度猪肉季节性需求旺季会进一步为猪价上行提供空间，预计今年4季度猪价出现年内高点。下半年生猪行业重点关注出栏量多少情况、养殖场出栏节奏、压栏情况、需求提振幅度以及国家政策和市场情绪等不确定性因素对猪价的变化。

二、2022年上半年生猪价格回顾

1. 全国生猪出栏均价

据 Mysteel 农产品数据调研显示，2022年上半年生猪出栏均价呈现跌后反弹的走势，当前价格重心明显上移。今年伊始，猪价由15.39元/千克跌至最低点11.53元/千克，整个一季度外三元生猪出栏均价呈偏弱下行走势，期间虽有涨跌调整，但大体维持偏弱窄幅震荡。自4月13日起，广东屠宰用猪禁调政策出炉，成为新一轮猪价上涨导火索，下半旬猪价由12元/千克附近冲高至15元/千克大关。到了5月中旬，北方猪价因规模场控量、猪源紧缺再度拉涨，推动全国猪价再次全面上涨。随着市场猪源有效供应缩减，猪价几度大幅拉涨，截止6月30日，全国外

三元生猪出栏均价为20.27元/千克，环比上涨29.52%，同比上涨27.08%。

2. 全国仔猪均价情况分析

2022年上半年仔猪价格呈现偏强上行走势，前期多低位徘徊，2季度开始价格大幅上涨，近期窄幅震荡调整。年初仔猪价格为272.86元/头，1季度仔猪市场询盘清淡成交一般，3月底仔猪价格较年初略显小涨，头均价格接近300元。进入2季度之后，市场产能调减预期走强，业内对后市行情较为乐观，补栏积极性提升，仔猪价格顺势水涨船高。4月初仔猪价格为310.48元/头，4月底已涨至454.05元/头，5月底冲高至566.43元/头，部分地区高价在600元/头~650元/头。不过进入6月份市场成交气氛稍有回落，且多数企业出售量较为有限，价格走势稍有下调，头均价格位于500元~550元左右。

3. 全国二元母猪均价情况分析

2022年上半年二元后备母猪价格波动幅度有限，主流价格维持1600元/头~1700元/头。2022年一季度养殖企业深度亏损，整个行业处于产能去化阶段，养殖端母猪补栏积极性大幅受挫，母猪价格波动不大。4月下旬受商品猪价格拉涨，部分养殖场二元母猪报价小幅抬升。但4月养殖企业依然亏损，集团场多以自用为主，外采量有限，散户补栏量有限，故母猪价格上涨动力不足。5月猪价涨幅较大，但部分北方区域散户为了减少成本以及防控下半年不确定猪价情况下，部分散户进行三元留母现象，母猪价格大幅上涨动力有限。经过4月、5月两次涨价，6月之后母猪价格维持1700元/头以上。生猪产能去

化利好影响，叠加下半年消费整体好于上半年，二元母猪补栏积极性或将高于上半年，价格上涨概率较大，但高价难于超越去年，均价也将低于去年。

4. 国内前三级白条猪肉均价情况分析

国内前三级白条猪肉受毛猪价格波动影响大，其走势与毛猪均价走势基本一致。2022年上半年前三级白条猪肉价格整体呈现震荡上行的态势。截至6月30日，前三级白条均价为25.32元/千克，较3月21日的低点15.23元/千克，上涨10.09元/千克，涨幅66.25%，屠宰端仍处于亏损状态。同时截至6月30日，毛白价差为5.05元/千克，毛白价差进一步扩大。2022年上半年国内需求受新冠疫情影响较大，多地主流白条批发市场出现烂市情况，而白条价格出现一定幅度上涨主要受原料毛猪成本价格持续拉涨所致，倒逼白条价格上涨，但贸易商亏损严重，拿货积极性不佳，终端白条销售量出现较大幅度缩退，因此呈现价增量减的尴尬困境。

三、2022年上半年生猪供应格局回顾

1. 能繁母猪存栏量情况分析

2022年上半年能繁母猪存栏量整体呈现持续去化状态。1至4月份因猪价持续下跌且长期处在成本线以下徘徊，养殖场亏损情况严重，母猪淘汰量增多，月环比减少0.50%~1.50%左右；但4月中旬猪价开启上涨模式并在5月中下旬重回成本线以上后，养殖场扭亏为盈，母猪淘汰意愿减弱，5至6月份能繁母猪存栏量环比为正，但同比去年仍有一定幅度减少。据Mysteel农产品123家定点样本企业数据统计，6月能繁母猪存栏量为471.88万头，环比增加1.94%，同比减少11.49%。

2. 母猪淘汰情况分析

据Mysteel农产品样本企业数据统计，2022年上半年全国能繁母猪淘汰量呈月均下滑趋势。能繁

母猪淘汰主要集中在1至4月份，规模场正常淘汰低效能、多胎母猪为主，散户去化程度较高。截至4月底，能繁母猪淘汰量较1月份减少29.85%。4月中旬猪价开启上涨模式，养殖普遍看好后市行情，市场补栏积极性增加，市场母猪淘汰量较少，集团场放缓淘汰节奏，尤其北方市场反馈，淘汰母猪供应大幅减少。截止6月底母猪淘汰量较1月减少52.80%，环比减少12.87%，同比减少60%。

3. 商品猪存栏量情况分析

2022年上半年商品猪存栏量整体呈偏稳下降趋势，其中2月份因正值年节，出栏天数减少，商品猪被动压栏，存栏量相应有所增加，环比增加2.34%；3月后存栏量持续减少，一方面因猪价持续低迷，养殖户亏损严重，压栏情绪崩塌、主动出栏量增多，另一方面因东北、华北及西南部分地区非洲猪瘟疫情导致生猪体量有所损失，同时2021年6月能繁母猪存栏量为年内峰值，对应2022年4月后生猪供给量减少，相应的存栏量也偏少；5月之后猪价逐步回升至成本线附近，养殖场亏损局面得以缓解，且基于对下半年行情的一致性看好，市场二次育肥及主动压栏缩量现象再次火爆，存栏量开始环比转正。据Mysteel农产品123家定点样本企业数据统计，6月商品猪存栏量为2853.98万头，环比增加0.62%，同比增加1.40%。

4. 商品猪出栏量情况分析

2022年上半年商品猪出栏量月度变化较大，2至3月份因年节及年后低价的恐慌性抛售，生猪出栏量出现大幅减量、增量，其中2月环比减少13.76%，3月环比增加19.57%；4月份开始因对应期限前的能繁母猪存栏开始去化，生猪出栏量开始缓慢减少，环比减少8.83%；而6月份因猪价持续大涨，规模场主动压栏及散户惜售现象不在少数，生猪出栏量相

应有所减少,据 Mysteel 农产品123家定点样本企业数据统计,6月商品猪出栏量为678.19万头,环比减少1.08%,同比增加9.58%。

5. 商品猪出栏均重情况分析

2022年上半年全国外三元生猪出栏均重总体呈“先降后增”走势,变动区间为120千克~124千克。虽然去年体重也是先降后增,但原因大不相同,且今年出栏体重较去年下降明显。

2022年节后需求惯性回落,猪价整体呈慢跌态势,养殖户长期亏损,养殖端散户压栏意愿较低,出栏体重小幅下降。4月下旬,猪价超预期上涨,北方部分地区散户出栏积极性提升,前期压栏大猪增量明显;南方市场普遍看涨5月行情,月底规模场增重现象较多。5月、6月猪价继续上涨,部分地区标肥价差倒挂后,散户大猪出栏量偏多。

四、2022 上半年需求格局回顾

1. 屠宰企业开工率分析

2022年上半年平均开工率24.04%,环比2021年上半年上涨2.90个百分点。

1月屠企开工呈震荡上行趋势,节日较多,屠企基础订单提升,屠企走货速度加快;2月春节屠企面临放假,开工降至冰点,节后开工提升较为缓慢,元宵节后屠企开工呈缓慢上升趋势。3月上旬受复工、复课等支撑,开工率小幅上涨,3月中旬,国内再次突发新冠疫情,终端备货增多,屠企也加大分割入库比例,屠企开工率上涨。4月上旬终端需求弱势运行,屠企白条走货阻力较大,同时新冠疫情影响,部分地区屠企关停,利空开工率走低。5月需求惯性回落,开工降至低点;6月初正逢端午假期,屠企开工较5月底小幅上涨,假期过后,需求欠佳,屠企为减少亏损,缩量保价,月内开工一路下滑。

2. 鲜销变化率分析

2022年上半年屠企平均鲜销率为87.68%,波动区间82.62%~91.27%,环比2021年上半年下降0.18个百分点。

1月份元旦过后需求回落,北方屠企鲜销下滑,而南方喜好鲜品,鲜品走货仍维持高位,月中期春节备货,屠企鲜品走货加快;2月终端需求疲软,鲜销率呈下降趋势;3月上旬国内新冠疫情形势严峻,各地均有不同程度备货,屠企鲜销上涨,3月中旬屠企分割入库比例提升,鲜销率小幅下降;4月新冠疫情影响,居民备货增加,企维持低开工、高鲜销保证正常运转,鲜销率继续走高;5月份猪价高位震荡,终端白条走货乏力,屠企以销定产,维持高鲜销;6月初端午节备货支撑鲜品走货顺畅,而后高价白条走货欠佳,屠企开始缩量保价,保持高鲜销。

3. 冻品库容率分析

根据 Mysteel 样本的监测,1至6月份全国重点屠宰企业冻品库容率平均为21.09%,由于商品猪价格在本年的3至4月份处于价格洼地,叠加冻品企业看好生猪下半年的行情,屠宰企业在3至4月份进行了冻品的分割入库的操作,随着商品猪价格的持续上涨,屠宰企业利润出现亏损,屠宰企业停止分割入库,增大鲜销的操作。目前冻品市场对4季度的消费情况持乐观心态,已有惜售情绪。随着新冠疫情的逐步解封,终端消费逐渐回暖的前提下,预计冻品将在4季度出现集中出库的现象。

五、生猪盈利情况分析

1. 养殖利润分析

2022年上半年自繁自养平均利润在-233.91元/头,最高在第26周343.33元/头,最低在第12周-584.18元/头,外购仔猪平均利润在-129.86元/头,最高在第26周279.22元/头。最低在第6周-391.71元/头。

2022上半年猪价成“V”字走势,3月19日为年

内最低价，同时自繁自养亏损也到了年内最低点。外购仔猪养殖在第6周亏损到了年内最低点，而后虽然猪价还在不断小幅走低，但是在5.5-6月前的仔猪价格下滑更加明显，外购仔猪养殖盈利从第7周开始亏损缩减。

2. 屠宰利润分析

2022年年初，受春节备货支撑，白条销售较好，屠宰毛利润虽在亏损中，但亏损逐步缩小。而从春节之后，虽生猪价格持续走低，利好于屠宰成本，但终端消费低迷，难以支撑白条价上涨，毛白价差较小，屠宰亏损逐渐加重。临近年中时，生猪价格受多方利好因素影响，上涨较快；白条跟涨猪价，但下游对高价产品接受程度有限。屠企为减少亏损，开始缩量保价，以销定产，减少入库，提高鲜品销售，使之屠宰毛利亏损在临近年中时，有一定的缩小。

3. 猪粮比情况分析

据 Mysteel 农产品数据统计，进入2022年国内猪粮比价跌后反弹，1季度由5.25快速下滑至4.30；进入2季度止跌攀升，6月猪粮比值扩大至5.87。

上半年国内玉米价格高位攀升。生猪市场来看，1季度终端需求惯性回落，但生猪供应不断放量，猪价大幅下滑。粮涨猪降拖累猪粮比价降至低点4.3:1，市场跌入过度下跌一级预警区间。进入2季度随政策性高频收储助推，加之销区逐渐解封，生猪价格低位快涨至“10”元以上，带动国内猪粮比价快速回升，并于6月下旬进入6:1以上良性区间，生猪养殖行业结束了长期亏损局面，实现行业初步盈利。

六、相关政策及上市企业情况分析

1. 进出口情况分析

2020年我国猪肉进口量为438万吨，为近6年来

进口量之最。2021年我国猪肉进口371万吨。

2022年猪肉进口量呈现逐月下降趋势。其主要原因是我国生猪产能的逐渐恢复，市场供应量的持续增量。2022年1月1日起，猪肉产品关税将从暂定税率8%恢复至最惠国税率12%。预计我国2022年的进口量减少40%，预计在240万吨。

我国是一个猪肉自产自销的大国，除了进口以外，也有少量的出口，并呈现逐年下降的趋势，其主要原因是我国由于养殖成本较高，出口单价较高，所以出口量较小，2021年出口量为1.77万吨，同比下降29.20%，表明我国猪肉内需较强，外供能力不足。

2. 收抛储情况分析

2022年国家累计进行十三批次放储，计划收储量51.8万吨，实际收储量10.14万吨。最后两次收储均以流标结束。

无论收储是否流拍，国家依旧进行频繁收储，主要是出于提振和维护市场信心的考虑，让价格回归到养殖成本线上下震荡，保证能繁母猪的正常供应。

七、2022年下半年市场展望

1. 生猪及能繁母猪存栏量变化趋势及预测

据农业农村部官方数据显示，2022年上半年国内能繁母猪存栏量降后微涨。截止到2022年5月末，国内能繁母猪存栏量为4192.00万头，环比微涨0.32%。1季度国内生猪价格快速下滑，4月份末国内能繁母猪存栏跌至近两年来低点4177万头。进入2季度猪价快速反弹，养殖端成本压力缓和，母猪存栏开始微幅回升。

进入3季度生猪价格或仍延续震荡上行趋势，盈利加持预计能繁母猪存栏或仍呈现回升态势，进入4季度随天气转冷，北方猪瘟疫情防控难度增加，

加之随猪源出栏增量，供给回升抑制猪价上行幅度的同时，也抑制母猪配种及母猪留栏，预计国内上游产能不乏有止涨回落的可能，但或仍保持在4300万头左右。

2. 生猪出栏量变化趋势及预测

据统计局数据显示，2022年1季度全国生猪出栏量为19566万头，同比增长1.6%，2022年生猪出栏量整体呈现上半年大于下半年趋势。2022年4至12月的生猪出栏量主要受10个月前的能繁母猪存栏量影响，对应着2021年6月至2022年2月能繁母猪存栏量变化。2021年7月能繁母猪存栏量环比转负，且在9至10月份环比降幅高达2.3%和2.5%，产能去化较为集中。前期养殖场多以肥转母形式进行扩产补栏，对于PSY生产指标影响较大，叠加在2021年2至3季度猪价出现持续下跌，在一定程度上影响能繁母猪配种率，因此结合能繁母猪配种率及PSY生产指标来看，2022年出栏量走势整体呈现为1季度>4季度>2季度>3季度，其中7至8月生猪供应偏紧，或出现一定供应短缺。整体来说，2021年上半年养殖场补栏量较大，2022年上半年为前期产能的集中释放期，因此预计2022年生猪出栏量或高于2021年，或达7.07亿头左右。

3. 生猪出栏体重变化趋势及预测

2022年进入4月份之后，猪价持续走高，多次超出业者预期，养殖场压栏惜售严重，尤其是7月初猪价高位盘整，散户多选择继续育肥，大猪出栏，规模场出栏体重也增加在120千克~130千克。因此预计7至8月份出栏体重持续增加。10月份猪价或出现下滑，加之国庆节后市场进入淡季，整体消费情况

不济，出栏体重或高位回落，但整体幅度不大。

4季度天气转凉，北方灌肠、南方腌腊以及节假日频繁拉动终端需求，且终端对大肥需求强劲，散户也有增重意向，因此出栏体重或再次拉涨。

4. 下半年生猪价格预测

下半年供需面整体偏好，猪价运行将强于上半年，但市场二次育肥出栏、屠宰冻品出库、冬季新冠疫情可能出现反弹等，都会对市场带来阶段性的风险调整压力。

去年9至10月是母猪淘汰比较集中的时期，根据10个月繁育周期来推断，今年7至8月生猪市场出栏量供应相对偏紧，加上养殖端散户压栏操作，整体市场流通猪源相对不足，价格维持强势，但需求淡季也会对价格带来牵制，市场或有震荡博弈，8月预期出现阶段性高点，之后散户压栏、二次育肥等猪源逢高出栏，猪价或很快冲高回落。9月市场大致平稳，下半月随着中秋、国庆临近，市场有再次反弹预期。

去年底及今年初母猪产能仍有小幅去化，四季度生猪出栏压力不大，加上需求还有季节性小幅提升，整体猪价走势偏强。10月之后天气转凉，后期南方腌腊等肥猪需求也将开启，市场压栏情绪回升，猪价预期出现上涨。11至12月，下游需求进入较旺时期，猪价预计出现下半年第二个高点，而且预计略高于3季度的高点，但二次育肥出栏以及冻品库存出库压力下，价格也预计出现高位回落，年底生猪市场在高位区间内偏强震荡。

□新浪财经

我国肉鸡产业形势分析展望与对策

□中国农业科学院 辛翔飞 郑麦青 文杰 王济民

2021年肉鸡生产和消费均实现较大幅度增长,但生产大于消费的供需格局及饲料成本上涨等导致行业收益水平整体偏低。2022年随着国内生猪产量逐渐回调至非洲猪瘟前水平,鸡肉与猪肉在消费市场的竞争将进一步加剧,但鸡肉低价位优势、“三低一高”营养优势将拉动鸡肉消费总量进一步扩大,种鸡高位产能又为肉鸡产量持续增长提供了坚实基础。2022年我国肉鸡供需仍将延续增长趋势,但增幅会有所下降,肉鸡产业在确保国家粮食安全和“双碳”目标实现方面的优势将进一步释放。本文总结了2021年国内外肉鸡产业发展特点,剖析了我国肉鸡产业发展存在的问题,并就我国肉鸡产业未来发展趋势做出判断,提出促进我国肉鸡产业发展的政策建议。

一、2021年国际肉鸡产业发展形势

1. 肉鸡产量小幅增长,四大主产国(地区)产量占比增加

2021年全球肉鸡产量虽然延续了长期以来的增长趋势,但受全球新冠肺炎疫情持续及禽流感疫情多地暴发影响,2021年全球肉鸡产量增速进一步下调,仅有微幅增长。根据美国农业部分析数据,2021年全球肉鸡产量达到9910.3万t,增长率从2019年的4.7%、2020年的1.9%进一步下降至0.8%。2021年四大肉鸡主产国(地区)肉鸡产量增速高于全球平均水平,占全球肉鸡总产量的比重持续回增。

2021年全球四大主产国(地区)肉鸡产量达到

6042.8万t,较2020年增长1.1%;2021年全球四大主产国(地区)肉鸡产量占全球比重为60.5%,较2020年的60.3%有小幅增长,但远低于2000年68.0%的历史高位水平。2021年美国、中国、巴西和欧盟肉鸡产量分别为2037.8万t、1470.0万t、1450.0万t和1085.0万t。

2. 肉鸡贸易量增幅继续回落,近十年来首现负增长

2021年受新冠肺炎疫情影响,全球进口需求景气度持续下降,加之禽流感疫情在多地暴发,诸多国家因此对肉鸡进口实施临时限制,2021年全球肉鸡贸易量增幅在上年大幅下调的基础上进一步回落,甚至出现负增长。2021年全球肉鸡进口贸易量为1049.4万t,较2020年下降2.0%;进口贸易量占全球肉鸡产量的比重为10.5%,较2020年10.8%的份额亦有下调。2021年全球肉鸡出口贸易量为1308.9万t,较2020年微幅增长0.7%;出口贸易量占全球肉鸡产量的比重为13.1%,与2020年持平。

肉鸡贸易集中度仍然呈现进口低、出口高的典型特征。2021年肉鸡进口国集中度相对较弱,进口量超过100万t的国家仅有日本一国;排名前十位的国家进口贸易量分布在38.0万t~105.0万t区间,其余进口国肉鸡进口贸易量均低于10万t。2021年肉鸡出口国集中度相对较高,其中第一大出口国巴西首次突破400万t的出口贸易量,达到422.5万t;美国、欧盟和泰国肉鸡出口贸易量依次排名二至四位,

分别为336.7万t、178.0万t和93.0万t；其余肉鸡出口国出口贸易量均低于50万t。四大肉鸡贸易出口国（地区）占全球出口贸易总量的比重为78.7%。

二、2021年我国肉鸡产业特点和面临的挑战

1. 我国肉鸡产业特点

(1) 祖代更新数量大幅增加，种鸡产能延续高位运行状态。白羽祖代更新增幅近25%，肉种鸡平均存栏增幅近5%，产能居高位。由于美国因禽流感导致的进口封关解除，以及国内自繁祖代能力进一步提升，2021年白羽祖代种鸡更新数量大幅提升，居历史高位。根据中国畜牧业协会监测数据，2021年我国白羽肉鸡累计更新祖代种鸡124.6万套，比2020年增加24.3%。2021年祖代种鸡平均存栏量171.3万套，较2020年增长4.9%，其中在产祖代种鸡平均存栏量114.0万套，比2019年增加8.1%，后备祖代种鸡平均存栏量57.3万套，较2020年微幅下降0.7%；父母代种鸡平均存栏量6628.6万套，较2020年增加9.1%，其中在产、后备父母代平均存栏量分别为3941.3万套和2687.3万套，分别比2020年增加12.6%和4.4%（图1）。

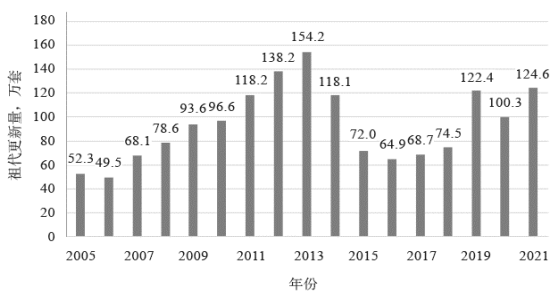


图1 2005-2021年全国祖代白羽肉种鸡更新数量

黄羽祖代肉种鸡平均存栏增，与上年历史最高位基本持平，父母代平均存栏大幅下降近10%。经过2019年6.36%、2020年4.3%连续2年高速增长后，2021年全国黄羽祖代肉种鸡数量基本稳定，平均存

栏量216.6万套，较2020年微幅下降0.6%，其中在产、后备祖代种鸡平均存栏量分别为151.4万套和65.2万套，均较2020年微幅下降0.6%；父母代种鸡平均存栏量6846.8万套，比2020年下降9.4%，其中在产父母代平均存栏量4035.2万套，比2020年下降6.0%，后备父母代平均存栏量2811.6万套，比2020年下降13.9%。

(2) 饲料价格创历史新高，养殖成本白羽肉鸡增、黄羽肉鸡平。2021年肉鸡配合饲料价格大幅上涨，创历史新高。玉米和豆粕是肉鸡配合饲料的主要构成部分，其中玉米占50%~60%，豆粕占25%~30%。2016—2019年国内肉鸡配合饲料价格总体震荡低位运行，2021年玉米价格在2020年持续上涨至高位水平的基础上进一步增长；豆粕价格年初上涨至历史相对高位，全年居历史相对高位震荡；玉米和豆粕价格上涨拉动肉鸡配合饲料价格持续上涨。2021年末，玉米价格达到2.9元/kg，较年初上涨7.4%，创历史新高；豆粕价格达到3.78元/kg，较年初上涨6.2%；肉鸡配合饲料价格达到3.69元/kg，较年初上涨7.0%，且较以往历史最高点2014年末的3.48元/kg高5.7%（图2）。

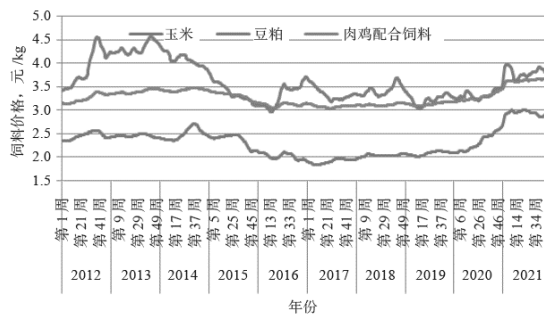


图2 2012-2021年饲料价格长期变动趋势

白羽肉鸡养殖成本较上年增幅近6%，黄羽肉鸡基本持平。根据农业农村部对60个生产大县（市、

区)的300个行政村1099户肉鸡养殖户月度定点监测数据分析,2021年白羽肉鸡养殖成本上涨明显,黄羽肉鸡基本持平。2021年白羽肉鸡饲料成本和雏鸡成本大幅上涨,虽然其他成本有明显下降,但全年白羽肉鸡平均养殖成本上涨5.9%,达到8.1元/kg。2021年黄羽肉鸡受饲料成本上涨、雏鸡成本下降两方面因素综合作用,养殖成本基本与上年持平,为12.8元/kg。

(3)肉鸡价格先降后升,产业链利润白羽肉鸡降、黄羽肉鸡增。肉鸡价格先降后升,整体波动不大,且年末与年初基本持平,但白羽肉鸡与黄羽肉鸡之间存在一定差异。根据农业农村部集贸市场监测数据,2021年末白条鸡和活鸡价格分别为22.1元/kg和19.9元/kg,与年初基本持平;年中最低点分别为21.1元/kg和19.0元/kg,较年末分别低4.3%和4.4%,全年波幅相对较小。白羽肉鸡和黄羽肉鸡的价格变动趋势存在一定差距,虽然二者均呈现出先降后升的趋势,但全年来看,白羽肉鸡出栏价格有所下降,黄羽肉鸡出栏价格有所上涨。根据农业农村部对肉鸡养殖户月度定点监测数据分析,2021年末白羽肉鸡出栏毛鸡价格为8.1元/kg,较年初下降9.9%;年末黄羽肉鸡出栏毛鸡价格为16.91元/kg,较年初上涨7.0%(图3)。



图3 2012-2021年集贸市场白条鸡价格变动趋势

白羽肉鸡和黄羽肉鸡养殖利润均好于上年水

平,全产业链收益白羽肉鸡明显收窄、黄羽肉鸡明显扩张。根据农业农村部对肉鸡养殖户月度定点监测数据分析,2021年白羽肉鸡养殖平均盈利0.7元/只,好于2020年的-0.7元/只,全年12个月盈亏月数比6:6;黄羽肉鸡养殖平均盈利4.5元/只,较2020年的1.1元/只有较大提升,全年盈亏月数比11:1。从种鸡、商品代养殖及屠宰全产业链盈利情况来看,2021年白羽肉鸡全产业链综合收益为1.3元/只,较2020年的1.9元/只下降了0.6元/只,全年盈亏月数比10:2;黄羽肉鸡全产业链综合收益为4.7元/只,较2020年的1.4元/只增加了3.3元/只,全年盈亏月数比11:1。2021年白羽肉鸡全产业链盈利环节主要在祖代种鸡养殖,亏损最多的在父母代种鸡养殖;黄羽肉鸡产业链盈利环节主要在祖代种鸡和商品代肉鸡养殖。整体来看,全年肉鸡产业总体收益处于历史平均水平之下,但从各类经营主体来看,龙头企业在高速扩张的同时,仍保持了高于行业平均值的盈利水平。

(4)肉鸡总产量实现较高增长,白羽肉鸡大幅增加、黄羽肉鸡有所减少。受上年种鸡高位产能持续释放影响,全年肉鸡总产量实现高幅增长。根据农业农村部对肉鸡养殖户月度定点监测数据及中国畜牧业协会监测数据分析,2021年全国肉鸡总出栏数量118.3亿只,较上年增长7.4%;肉鸡总产量为1998.1万t,较上年增长8.4%。总体来看,2021年肉鸡产量延续了2020年和2019年的高幅增长趋势。

白羽肉鸡产量大幅增加、黄羽肉鸡有所减少。与2020年类似,2021年我国肉鸡的大幅增长是由白羽肉鸡带动所致,黄羽肉鸡受“活禽管制”等因素影响未升反降。2021年白羽肉鸡出栏数量较上年增长18.0%,产量增长17.2%;黄羽肉鸡出栏数量较上

年下降8.5%，产量下降4.7%。此外，小型白羽肉鸡出栏数量较上年增长18.5%，产量增长13.8%；出栏淘汰蛋鸡数量较上年减少17.9%，产量下降17.9%。

2. 我国肉鸡产业发展面临的主要挑战

(1) 白羽肉鸡育种虽然取得重大突破，但后续工作仍然繁重艰难。虽然改革开放以来白羽肉鸡产业的率先发展引领并带动了我国肉鸡产业整体上的快速发展壮大，但作为舶来品的白羽肉鸡，其种源一直以来严重依赖国外进口。2021年我国白羽肉鸡育种取得突破性进展，培育并通过审定“广明2号”“圣泽901”“沃德188”3个快大型白羽肉鸡品种，但与已有100多年经验的国际白羽肉鸡品种相比，我国白羽肉鸡种业较国际先进水平还存在一定差距。要想抢占市场仍然需要在持续提升生产性能、净化疾病和加快产业化方面做出巨大努力。虽然我国本土肉鸡品种黄羽肉鸡遗传资源丰富，但资源利用程度低、育种重复性高，且饲料转化率等关键技术指标缺乏竞争力等问题更为突出，黄羽肉鸡逐渐告别活禽销售、转为生鲜上市的必然趋势，亦对屠宰加工型黄羽肉鸡新品种的培育提出更加迫切的要求。

(2) 白羽肉鸡产能过剩，市场风险加大。2018—2019年国内肉鸡产业摆脱H7N9疫情冲击，并因非洲猪瘟疫情导致生猪产量下降而获得更多发展空间，肉鸡产业全产业链实现高水平盈利。此外，2015—2018年由于美国、法国和波兰等国相继暴发高致病性禽流感，我国对上述国家的禽类进口采取封关措施，白羽肉鸡引种严重受阻。在此背景下，2019—2021年连续3年白羽肉鸡祖代更新数量居高位，伴随着高位产能的持续释放，2020—2021年白羽肉鸡出栏量大幅增长，产能过剩问题再次凸

显并愈加突出。供大于求引致市场价格低迷，全产业链收益水平持续下降，市场风险加大。

(3) “三抢”特征明显呈现，市场份额抢夺竞争加剧。一是白羽肉鸡抢黄羽肉鸡市场份额。黄羽肉鸡原来主要是依靠活禽市场，新冠肺炎疫情因素下，活禽市场受到很大影响，而白羽肉鸡通过较为完备的现代化营销体系可直达消费者。二是小品种抢占大品种市场份额。近几年，817肉杂鸡、小优鸡等小品种发展较快，正在抢占黄羽肉鸡市场。小品种灵活多样，市场一旦有需求，就应时而上扩大生产规模。三是大企业抢小企业市场份额。在同一个品种中，大企业抢小企业市场份额的趋势加剧，大企业越做越大，小企业越做越小。

(4) 动物疫病具有不确定性，长期困扰产业发展。一方面，动物疫病风险长期困扰产业发展。动物疫病易导致养殖场户产生恐慌心理，弃养现象时有发生，不利于肉产品的供给保障，不利于养殖户的收入保障。面对普通动物疫病潜在风险大、防治难度大，烈性传染病不断更新、防疫成本高的现实状况，我国肉鸡养殖生物安全措施水平有待进一步提升，动物福利水平亟待提高。另一方面，与动物疫病防控难度大相伴而生的抗生素滥用、高用并存问题，影响我国肉鸡产业绿色高质量发展的推进和竞争力的提升。因抗生素不合理使用导致的药残问题是制约我国肉鸡产品国际竞争力提升的重要因素，肉鸡“激素喂养”的误解阻碍了肉鸡产业的健康发展。与此同时，国际上随着减抗和禁抗呼声的日渐高涨，国内肉鸡产业发展压力日益增大。

(5) 种养脱节，养殖废弃物资源化利用压力长期存在。目前，规模化、集约化已经成为包括肉鸡产业在内的畜牧业发展的显著特征，但由于缺乏合

理的种养布局,种养规模不匹配,大量养殖粪便集中排放但缺乏匹配耕地消纳,造成环境污染问题日益严峻。2014年以来国家层面出台了一系列法律法规和政策措施推进畜禽粪便资源化利用,2020年资源化利用率提高到76%。但由于缺乏合理的种养布局,大量养殖粪便集中排放但缺乏匹配耕地消纳的问题仍然突出。面对国内肉类消费刚性增长,畜禽养殖总体规模还将进一步扩大,畜禽粪便污染的压力长期存在。当前及未来相当长一段时期内,日益严峻的环保约束是畜禽养殖发展面临的新常态。

三、2022年肉鸡产业发展趋势及对策建议

1.2022年肉鸡产业发展趋势

(1)全球肉鸡产量小幅增长,进出口贸易量增速加快。虽然2022年全球新冠肺炎疫情持续暴发仍将给肉鸡产业发展带来阻碍,饲料价格上涨也会进一步压缩肉鸡养殖盈利空间,但消费者对低价格动物蛋白的强劲需求将刺激全球肉鸡生产的进一步扩张。根据美国农业部估计数据,2022年全球肉鸡产量可能达到10082.1万t,与2020年的增长率基本持平,为0.09%。随着全球经济逐步向好,受进口需求增长拉动,预计2022年全球肉鸡贸易量增幅明显高于2021年,全球肉鸡进口量将达到1073.1万t,增长率2.3%,出口量达到1342.9万t,增长率2.6%。

(2)我国肉鸡产量仍将有小幅增长,净进口量基本保持稳定。我国进入新冠肺炎疫情常态化防控阶段,社会经济持续向好发展,同时随着全面建成小康社会目标的实现,国内肉类需求将进一步增长,并带动肉类生产的进一步增长。预计2022年肉鸡产量将在历史高位的基础上仍有小幅增长。同时,2021年我国肉鸡进口将有小幅增长;受全球鸡肉消费需求增长影响,我国肉鸡出口亦将实现小幅增长;

净进口量预计与2020年基本持平。根据美国农业部预测数据,预计2022年我国鸡肉进口量为80.0万t,增长率1.9%;出口量为46.0万t,增长率1.1%。

(3)猪肉和鸡肉市场竞争更加激烈,肉鸡产业长期利好趋势更加凸显。虽然2022年随着国内生猪产能进一步恢复,生猪产量将逐渐回调至2017年非洲猪瘟前的常年产量,消费端鸡肉与猪肉市场竞争进一步加大。然而,我国粮食产量虽然连续增产,进口量却已经突破1.6亿t,确保国家粮食安全既要增产,也要进行需求管理;另一方面,实现“双碳”目标也对畜牧业发展提出更新更高的要求。从市场竞争角度而言,鸡肉显著的低价位优势、“三低一高”营养优势将拉动鸡肉消费总量进一步扩大,且2020—2021年种鸡高位产能将进一步推动2021年肉鸡产量持续增长。从确保国家粮食安全、实现“双碳”目标来看,肉鸡养殖饲料报酬高、碳排放低的优势,必将受到政府和企业的高度关注,长期利好将进一步凸显。

2.肉鸡产业发展政策建议

(1)高度关注产业发展的新特点新机遇,做好战略管理。在新阶段“双碳”目标实现和全面小康社会城乡居民消费转型升级背景下,肉鸡产业发展面临新机遇。一是生产端,在“双碳”目标实现的约束下,以及在国家粮食安全仍面临巨大挑战的背景下,肉鸡产业因具有低排放、低耗能等显著的低碳优势,具有更大发展空间。二是消费端,受非洲猪瘟和新冠肺炎疫情等因素影响,肉鸡等家禽抢夺生猪市场10个百分点,猪肉消费占肉类总消费的比重从大约60%降至大约50%,后期猪肉份额会有一定程度的回增,但如果生猪的份额能稳定调整到55%,家禽份额就可能增加5个百分点,是重要发展

机遇。肉鸡产业自身应基于发展的新机遇做好战略管理，优化资源配置，确保产业健康发展；国家主管部门应基于肉鸡产业发展的重大战略意义，将鸡肉产业作为我国农业农村经济发展中的战略产业，尽快启动“禽肉翻番行动”，让肉鸡成为我国第一大肉类。

(2) 充分认识产业发展面临的困难，控制和优化产能。2022年随着生猪产量彻底恢复，猪肉价格进一步下降，肉鸡产业发展面对的市场竞争将更加激烈。尤其是白羽肉鸡在当前供给已经相对过剩的情况下，高位产能仍将持续释放，产品价格下降趋势不可避免，产业发展形势不客观。白羽肉鸡必须科学控制产能，避免总量规模进一步扩大，同时要下功夫优化产能，淘汰落后产能，防止因产能过剩导致的市场供需失衡的状况在更大范围和更大程度上出现。

(3) 坚持高质量发展，推动产业转型升级。白羽肉鸡在畜牧业发展中一直打头阵，未来畜牧业如何现代化、如何高质量、如何有竞争力、如何更加绿色化，可能还要靠白羽肉鸡探索和引领，这也是未来白羽肉鸡发展的重要任务使命。同时，黄羽肉鸡也应加快推进高质量发展步伐。实现高质量发展，一是价格适中，二是质量过硬，三是环境友好。肉鸡产业必须严格把握上述三条要求，坚持问题导向和目标导向，从种业创新和推广、饲料配方优化、生物安全体系建设、养殖技术提升、智能化设备设施应用等方面，通过提高技术水平和技术效率，提

升产业发展质量，推动产业转型升级。

(4) 重视产业发展的社会价值目标，为共同富裕做出更大贡献。

肉鸡产业启动产业化发展以来，在过去40年的时间里，通过“公司+农户”等多种形式的产业化发展模式带动大量养殖户参与到肉鸡养殖，为提供就业岗位、带动农民增收做出突出贡献。随着肉鸡产业化发展，目前出现的大企业抢小农户市场份额、小农户退出现象必须引起注意。吸收农户参与的产业化发展模式，是小农户对接现代农业、享受产业现代化红利的重要媒介。肉鸡产业尤其是大型龙头企业应坚持经济、生态和社会价值三维目标并重，为共同富裕做出更大贡献。

(5) 完善疫病防控体系建设，加强疫病风险管理。虽然长期以来我国动物疫病防控体系建设取得一定成效，但在疫病监测、生物安全体系防控上仍有待进一步完善。尤其是2018年8月非洲猪瘟疫情在我国暴发，暴露了我国在动物疫病防控体系建设方面的短板。要强化疫情监测，打通疫情监测和检疫信息共享通道。加强各类措施对病毒作用的机理和效果研究，优化消杀隔离防控措施。强化生物安全理念，建立肉鸡场生物安全体系基础，引导养殖防疫由只靠疫苗向疫苗与生物安全措施并重转变。建立肉鸡场生物安全管理体系，提高生物安全关键技术水平。针对重大疫病入侵事件的应急处置，建立应急处置技术方案与规范。

上半年我省工业饲料产值产量双增长

2022年上半年福建省工业饲料产值和产量双增长，产品结构适应性调整，行业规模化程度和集中度进一步提升，企业产业链调整重组步伐加快。

截至于7月13日“中国饲料工业统计信息系统”企业上报值汇总，全省工业饲料总产值215.41亿元，同比增长31.02%。总产量（含宠物饲料）577.41万吨，同比增长23.99%，增幅大大高于全国平均水平，主要是圣农集团2022年上半年工业饲料总产量达111.67万吨，同比增长56.57%，其产量在全省总产

量的占比达19.34%。

工业饲料总产量中，配合饲料产量563.35万吨，增长25.06%；浓缩饲料产量6.23万吨，下降17.22%；添加剂预混合饲料产量7.72万吨，增长1.55%。分品种看，猪饲料产量258.85万吨，增长39.41%；蛋禽饲料产量50.60万吨，增长0.45%；肉禽饲料产量187.99万吨，增长19.45%；水产饲料产量76.20万吨，增长10.41%；宠物饲料产量0.11万吨，增长25.61%。

□秘书处

信息集锦

登巴赫-杨、黄庆祥一行参访福建兴顺饲料

7月6日，斯恩科中国区技术总监登巴赫-杨、福建倍思达生物有限公司总经理黄庆祥一行莅临福建兴顺饲料有限公司，与我司董事长赵同等高层就仔猪奶粉和母猪纤维营养等专题进行深入交流。

荷兰斯恩科是一家专注猪群营养的国际公司，主要从事仔猪奶粉、补奶系统、猪群营养、生产技术的推广和项目考察。登巴赫-杨详细介绍了引发

仔猪腹泻的原因，强调乳制品的选择最关键。福建倍思达生物有限公司在母猪纤维营养研究上成果显著，其研发产品——赛麸饲料厂、赛麸养殖场、木之纤等侧重于母猪大肠后段缓慢发酵，纤维在后肠能够促进肠道内容物的快速转运以及生成短链脂肪酸，起到抑制大肠杆菌的作用。

□林大熔

大北农十年联合5万家农场发展生猪2亿头

目前,我国养猪业面临的5大挑战:一是产能极度过剩,3年的行业狂奔,行业产能严重过剩,保守的估计会多出1000万头母猪,从财务角度上分析,3000亿资产将过剩无价;二是养猪模式偏离,养猪本质上属于农业,农业是以生物(动物、植物、微生物)为主体、土地为载体、为人类提供食品的产业。离开土地,不可称其为农业。欧洲的模式是我们未来的发展方向,即产业联合体+公司养猪祖代+300头左右母猪农场+几千亩土地,达到分工合作、利益共享、环境友好、效率极高的可持续发展模式。荷兰就一个联合体,丹麦也就一个联合体,法国也就三个联合体;三是各环节效率过低,包括种猪、成活率、饲料、防疫、管理的有效性,各环节的潜力巨大;四是猪肉消费下降,人口老龄化和负增长,肉类消费升级,市场在萎缩,以前“躺平”赚钱的时代过去了;五是环保压力越来越大,资源环境的约束,“青山绿水”的高压,老百姓对生活环境品质的要求越来越高,养猪业需要升级产业模式。

一、“十年联合发展2亿头猪工程”的关键细节

1.十年大目标

实现2万头原种猪,40万头祖代猪,1000万头母猪,打造5万个农场主,实现2亿头商品猪出栏。

优秀特大企业(母猪>5万头)并入大佑吉总部或控股,成一级创业平台;优秀大企业(母猪1万头~5万头)并入大佑吉各区域平台或控股,成区域创业平台;设备场地好的企业可由各平台租赁(年租

金按有效净资产的6%),或并购(价格为有效净资产的60%);新创业团队开展种养一体化家庭农场模式创业,家庭农场母猪100头~2000头,可建、租、购;各饲料基地发起成立合作社,用户会员化,实行6统一。

2.运行机制

各平台设团队股份;饲料是大佑吉的股东,大佑吉是食品、动保的股东;大佑吉、食品、动保力争上市;各区域养猪平台是区域食品企业的股东;加盟屠宰场在上一级食品平台有股份,家庭农场在上一级养猪平台有股份;食品平台除按投资额分红外,先拿出部分按供猪数量分配。

二、实施本项目的大优势、大思路、大文化、大价值

1.大优势

产业平台基础:通过5年发展,在人才培养、饲料、种猪、药苗、管理模式、工程建设打下了很好的基础。

机制:在多平台员工持股创业上已经探索出一套有效的机制模式。

养猪基础:拥有强大的人才队伍、圈舍与养猪管理水平。

2.大思路

提高效率:养好当下现有的猪,通过提高现有养猪效率达到出效益、出模式与出人才的目的。

积极探索新版欧洲模式:在如何选址、如何建设、如何培养人才、如何做到种养结合、如何筹

资、如何卖猪方面大胆探索，各地可以先拿5个试点探索起来。

储备人才：通过现有人才的培养、饲料产业大龄员工转化、整合经销商伙伴与养猪场纳入大北农体系，迅速形成大北农养猪体系。

伺机扩张：目前到明年春天，很多企业会比较困难，可以低成本租赁、购买与融合优质资产。

多方筹资：融资要树立起钱好筹的观念，国家银根放宽，首先会倾向农业。融资的4个方式为债务融资、租赁融资、股权融资、基金融资。

3. 大文化

使命：让国人享用全球最高品质猪肉食品。

愿景：全球最强的猪全产业链企业。

价值观：正诚、朴善、友爱、学习、品质、效率。

发展战略：追求第一、产业联合、管理智能、环境友好、品质品牌、同创共享。

猪企九化：老板高尚化、团队专业化、机制共享化、生产科技化、品质优质化、产业生态化、设备智能化、管理数字化、粪污资源化。

4. 大价值

文化、专业管理体系、规模采购、技术、品牌、政策、资本市场、联合效应。

三、联合5万家农场是本项目实施的重点

“农，天下之本，务莫大焉。”“务农重本，国之大纲。”历史和现实都告诉我们，农为邦本，本固邦宁。习近平总书记说：“中国要强，农业必须强；中国要美，农村必须美；中国要富，农民必须富。”

很多业内人士关注的重点是2亿头猪，其实重点在5万家农场。一个公众公司，在乡村振兴、共同富裕的大背景下，带动5万家农场与现代农业有机衔接，共同发展，共享成长，才有机会获得更多关注，才有机会获得更大支持，才有机会获得更大赞誉，才有机会实现更大获得感。

绿色养殖、种植，安全、健康、美味可口的菜肴，呼唤产业联合体模式。大规模集约化养殖，埋头自己赚钱，这样的路，不符合国情，也走不远。在百年未有之大变局下，我国农业将进入伟大的变革时代，养猪行业也将发生跨越式的发展，其趋势是产业联合化、种养一体家庭农场化、生产智能化、利益共享化，最终实现资源节约型、技术密集型、环境友好型转变。顺应未来，才会有更多机会。希望有更多的产业发展模式创新涌现。

□胡文辉



世界排名前十位的鸡蛋生产国

鸡蛋是重要的禽蛋品种之一，近20年来全球鸡蛋产量约占禽蛋总产量的93%。2021年全球鸡蛋产量8,806万t，占禽蛋总产量的92.6%，其他禽蛋产量仅704万t。

中国从1985年开始至今，鸡蛋产量一直位列世界第一。2019年中国占全球鸡蛋总量的34%，主产区包括山东、河北、河南、湖北、辽宁地区，以上地区禽蛋产量在250万t以上。

美国排名第二。美国鸡蛋产量约占全球产量的10.42%。带壳鸡蛋的生产有五个最大州，分别为印第安纳州、宾夕法尼亚州、俄亥俄州、艾奥瓦州、加利福尼亚州。

印度名列第三。印度鸡蛋产量约占全球产量的8.98%。印度产蛋地区有安德拉邦、泰米尔纳德邦、马哈拉施特拉邦、哈里亚纳邦、旁遮普邦。

印尼排名第四。印度尼西亚鸡蛋产量约占全球产量的7.39%，鸡蛋主要在当地销售。

第五名是巴西。巴西鸡蛋产量约占全球产量的4.91%，在巴西产量最多地区有圣保罗、圣埃斯皮里

图州、南里奥格兰德州、戈亚斯州、圣卡塔琳娜州。

第六名墨西哥。墨西哥鸡蛋产量占全球产量的4.58%，是拉美最大产蛋国之一，墨西哥产蛋地区有韦拉克鲁斯、托雷翁、坎佩切、瓜那华洲、尤卡坦州。

第七名日本。日本鸡蛋产量占全球产量的4.1%，日本是亚洲蛋制品出口国之一。

第八名俄罗斯。俄罗斯鸡蛋产量占全球产量的3.87%。据俄罗斯联邦储蓄银行分析报告显示，俄罗斯居民的鸡蛋消费量超过年度标准8%。在过去10年里，俄罗斯的鸡蛋消费量平均每年增长1%。

第九名土耳其。土耳其鸡蛋产量占全球产量的1.93%，生产设施质量通过欧盟家禽业标准，鸡蛋出口市场有欧盟成员国和中东地区。

第十名阿根廷。阿根廷鸡蛋产量占全球产量的1.29%。大部分地区土壤肥沃、气候温和，适合于农牧业的发展。

□禽业资讯



后抗生素时代肠道动力经济学

自从《饲料配方的经济学原理》在2005年饲料广角首发开始，到最近两年，才慢慢在行业内被广泛认知和接受。然而，饲料行业最近一段时间有许多革命性的变化，这些变化也给我们提供了一些新的技术机会。其中，最关键的一个就是2020年7月1日开始的饲料端全面禁止使用抗生素作为促生长添加剂，这就给我们一个新的机会，进一步发展和完善饲料配方的经济学原理。

经过这几年的探索和总结，我们发现，处理好动物的胃肠道微生物，具备良好的经济学价值。抗生素时代，行业发现，通过使用抗生素，尽量控制胃肠道内细菌类微生物的过度繁殖，可以节约很多的饲料和维持肠道健康，从而提高饲料效率，减少动物腹泻。而且可以让动物的粪便成型，从而保持动物圈舍的干燥，因此减少粪便被异常发酵引起舍内更多不良气味，从而避免动物之间相互攻击行为等等。然而饲料中禁止使用抗生素，那个时代就不会再来了。我们发现，停用抗生素，给我们带了新的商业机会，那就是：适度地促进动物胃肠道内微生物（包括单胃动物肠道内的细菌和反刍动物瘤胃内的细菌真菌甚至草履虫）繁殖，可以很好的保持动物的消化道功能，从而提高采食量和饲料消化率，因此带来了不错的经济效益。

事情还要从很早以前美国达农威的产品：益康 XP 说起，这个产品在奶牛领域几乎是独有的和垄断的，本世纪初，这个产品在国内占有至少85%的

市场，也就是说，凡是养奶牛的，几乎都用过这个产品，而且效果很好，奶牛有很多消化不良问题，比如瘤胃迟缓，慢性酸中毒，吐糟什么的，用上它，很快有肉眼可见的改变，当时我也曾经服务于达农威公司，对这个产品充满了信心，然而我们曾经数次突围，尝试着把它用于猪和鸡上面，每次收到的使用结果总是不尽人意，结果是多次努力之后最终放弃。现在想来，我们在一个不合适的时代做了非常的努力，时代背景决定了我们无法成功。因为那时候，使用抗生素带来的投入产出比是最好的。而且在饲料里有抗生素，益康 XP 这个产品，无法发挥出来作用。

现在才明白，很久以前，奶牛饲料中就没有抗生素，益康 XP 这个产品，作为含量丰富的酵母培养物，被奶牛采食后，可以快速的激活瘤胃内的几乎所有微生物群系，而奶牛出现的所有消化问题，本质上都有瘤胃内微生物总量和活力降低的，使用了益康 XP 之后，瘤胃内微生物群系被快速激活，微生物总量的增加，可以明显的刺激胃肠道功能。于是我们就看到了奶牛的食欲恢复，生产性能得到提升。

而单胃动物，当时饲料里面普遍使用抗生素作为促生长剂，即使用了酵母培养物的刺激，在抗生素的压力之下，动物的肠道菌群区系，依旧无法被快速激活，我们也就观察不到任何效果了。一句话：强大的抗生素，把可能的效果给掩盖了。

现在机会来了，畜牧业永远处在追求最高利润的第一队列，除了传统的《饲料配方的经济学原理》能够带来常规饲料产品设计之外的利润外，后抗生素时代肠道动力经济学，也能够给我们带来我们意料之外的经济效益。

事情要回到很久以前，我们国内的益生菌发酵领域，有一家企业：某生物科技有限公司，在中国农业大学张日俊教授的指导下，自己摸索了很多年，把他们的发酵产物应用于肉鸭饲料，观察到了满意的效果。只是很久都没有搞明白这些现象背后的机理。现在分析起来，他们观察到的现象，得益于山东饲料界的常识：肉鸭饲料的成本竞争到抗生素都用不起的程度，因此用他们的产品之后，观察到一个普遍现象：采食量普遍增加10%以上。这件事情一直在我心里是一个迷团，直到饲料禁抗之后，也观察到在猪鸡使用上有明显的采食量提升效果，才明白饲料里的抗生素对这类产品起了一个严重压抑的作用。而微生物总量对肠道刺激作用，从抗生素明显对抗幼龄动物腹泻这个现象就知道。

十分庆幸的是，该企业坚信观察到的使用效果，做了很多盲试，投入了大量的人力物力和时间，最终，探索出了产品使用最佳效果的方向：发酵结束后的产品，直接使用比烘干的产品效果更好，以前肉鸭饲料上的效果都是采用真空包装的鲜湿产品，一旦烘干后，其产品和达农威益康 XP 看不出明显

的使用效果上的差别，而鲜湿产品不论是用于单胃动物还是反刍动物，都有更好的效果。详细测定，烘干过程除了水分之外，还有超过4%的干燥失重，推测起来应该是一些小分子的有机物质，这些物质的作用效果非常重要。在这个背景基础上，又投入了很久的努力，尝试着稀释和保鲜方案，最终才定型。

按照第一篇《饲料配方的经济学原理》，在动物的消化能力能够承受的背景下，采食量越大，饲养动物的经济效益越高，而且那篇文章也列举了我们所能够采用的所有的技术手段，唯独没有提到激活胃肠道内微生物这个手段，因为那时候有抗生素。今天，饲料端抗生素已经禁用2年多了，该公司经过反复探索，也把产品做成了，而且连续两年在市场上得到了稳定的效果反馈，我们可以把《饲料配方的经济学原理》做一个补充，加上《后抗生素时代肠道动力经济学》算是比较完善的一个体系了。因为采食量增加了，经济效益必然好很多，更何况，该产品中有很多的发酵酸、酶制剂等等，本身也能够增加饲料消化吸收率，不过我更加看好他可以直接激活胃肠道内微生物区系这个作用。胃肠道内微生物区系被激活，就可以很好地刺激消化道功能，表现为采食量提高和料重比降低。

□王统石

投身鳗业二十余载 热情不减坚韧不改

张蕉霖，投身鳗业二十余载，从一线技术服务人员一路摸爬滚打，到如今成为天马科技集团高层领导、鳗鱼全产业链项目的执行负责人，他对鳗鱼充满了感情，是热爱支撑着他一直做到现在。

“张”显执着，扎根天马一干就是二十余载

夜深了，时针已指向11点。天马科技集团鳗鱼全产业链项目群里，张蕉霖还在逐一确认项目进展。“保温棚、管理房、空气能必须同步进行！确保工期完成！”“监控和防护网要同步！做好铺前场育苗技术工作！”他事无巨细地了解项目建设情况，对出现的问题逐一分析并提出建议。

悄然间便奋战至凌晨。这么多年过去，他早已习惯。而在同事眼中，张蕉霖几乎是个工作狂。“干我们这行，披星戴月是家常便饭”。但无论前一天晚上工作到多迟，他总能在第二天早上6点准时起床。“这个作息我坚持30年了。做自己喜欢的工作嘛，怎么样也不觉得累。”已过知天命之年的张蕉霖，笑咪咪地说道。只要聊起鳗鱼，他永远激情满满滔滔不绝。

事实上，与鳗鱼结缘纯属“无心插柳”。1970年，他出生于福州永泰一个普通农民家庭，儿时他最大的梦想是做一名中医。“那时候还是80年代，有一天我邻居去省城福州参加首届饲料配方培训班，回来之后邻居就跟我讲，饲料是朝阳行业，未来很有前途。他踌躇满志的语气我至今仍记忆犹新。”张蕉霖说道。

邻居的一番话是年轻的张蕉霖对这个行业最初的认知。彼时，18岁的他正面临人生第一个十字路口——高考。填报志愿时，想起了邻居斩钉截铁

的“预言”，最终他如愿以偿进入仰恩大学动物营养与饲料科学专业学习。在当时，这所由爱国华侨吴庆星创办的大学，其动物、养殖科学专业在全国名列前茅。他当年的许多同学如今都已成为行业的中坚力量。大学4年，他学习如饥似渴、成绩优异、屡获奖学金，并为他进入鳗鱼行业奠定了坚实的基础。

1994年大学毕业时，他没有像其他同学那样选择体制内，而是进了一家中外合资饲料企业实践其所学所想。“7月9日从学校毕业，我7月11日去单位报道，第二天就直接去养鳗场了。每天早上5点起床下池塘，风雨无阻”张蕉霖回忆道。

“坚韧、自律、执着、勤奋”是形容张蕉霖时绕不开的词汇。他干过驻场技术服务，做过前端市场销售，和鳗鱼养殖有关的每一环节他都经手过。“多的时候1天能跑500公里。福建多山区，90年代很多地方还是土路。跑一天业务下来，晚上回家洗澡兜头灌顶能洗出一层沙。”

事实上，他进入鳗鱼行业的前5年，也是中国鳗鱼产业高速发展的第一个黄金期。当时在福建福清，养鳗场如雨后春笋般拔地而起，建立了全国最大的淡水鳗养殖加工出口基地，鳗场数量、养殖面积、鳗鱼产量均位居全省前列，巅峰时期鳗鱼年产量近2万吨。鳗鱼配合饲料加工业紧随而上，初步形成了鳗鱼配合饲料生产、鳗鱼养殖、加工和出口的产业链。

产业高速扩张的同时，张蕉霖也得以迅速成长。2001年，他加盟天马科技集团。作为专门从事特种水产饲料研发、生产和销售的饲料企业，创业伊始，

公司也曾遇到资金流短缺、市场拓展难等问题。

“一开始没人没钱没品牌，天马一期的厂房还是租的，在这条件艰苦，经济受挫的境况下，我们脚踏实地，挨家挨户拜访客户，步步为‘营’。陈庆堂董事长鼓励大伙儿，困难都是暂时的，只要随机应变、灵活调整，一定能度过难关。就是凭着这股善开拓、敢创新、迎难而上的拼劲儿，我们天马才从一家名不见经传的饲料企业成长成为今天的大型渔牧集团化企业。”张蕉霖说道。

那是一段激情燃烧的峥嵘岁月。遇到生产线工人人手不够，大伙儿就撸起袖子自己上；遇到技术瓶颈时，就是借钱借苗做实验也要一一攻克；遇到订单火爆时间不够用时，大伙儿就白天跑市场、记录客户养殖数据，晚上坐下来交流心得、共同突破技术难题。靠的正是这种“爱拼才会赢”的韧性，天马科技才度过了初创期的一个又一个难关，创业3年就超额实现卖出饲料2万吨的阶段目标。

20年弹指一挥间。他全面负责公司鳗鲡配合饲料的研究和市场开发工作，一方面组织研发人员开展不同养殖品种、不同养殖模式、不同养殖区域鳗鲡配合饲料研究，另一方面，组织市场人员和服务人员开展从种苗投放、养殖技术、病害防治、市场信息等服务覆盖养殖全过程、全方位的技术支持，带动鳗鲡养殖户兴业致富。公司鳗鲡配合饲料产销量长期位于世界前列、全国首位，并于2018年率先出口到日本，扭转了过去由日本进口鳗鲡饲料的被动局面。

“蕉”口称赞，被养殖户称为“鳗博士”

天马科技集团起家于鳗鱼饲料生产。公司自创立伊始，创始团队上下对这条鱼有着深厚的感情。入行20余年，张蕉霖对这条鱼的了解更是如数家珍。“上个世纪90年代，是中国鳗业高速发展的第一个黄金期，也是野蛮生长的时期。当时我们福建虽然

遍地养鳗场，但养殖水平参差不齐，投喂方法没有形成规范，加上养殖环境恶化等种种原因，导致鳗鱼养殖病害频发。所以我一入行做的就是技术服务，就是想最大限度地帮助养殖户解决鱼病，减少经济损失。”

彼时，国内鳗业方兴未艾，但养殖大多靠经验行事，可爬疏的资料甚少。从业者大多是摸着石头过河，因此养殖病害发生时不少养殖户常常束手无策。这也给了他学习和成长机会。“那个年代国内关于鳗鱼养殖的书籍资料特别少，网络也不发达，我们给鱼诊病大多靠自己摸索。平时只要不跑市场，就会扎到图书馆查资料学习充电。没有鳗鱼养殖的书籍可读？就借四大家鱼青草鲢鳙等资料多的鱼种书籍参考钻研。一边在一线学习鱼病诊治经验，一边总结整理鳗鱼养殖病害相关资料。早期国内养鳗业很多资料都是我们自己收集撰写的。”张蕉霖回忆道。

这些苦心钻研、坐冷板凳的日子一天天过去，但技术与理论的结合却日渐扎实。这为他攻克养殖户面临的一个个难题打下坚实的基础。做前端技术服务时，有一次他去三明建宁给一家养殖户看鱼病，这家鳗场每天死鱼数量高达5吨，“3台拖拉机都不够拉，养殖户的心在滴血啊，经济损失特别大”，张蕉霖说，自己在那家鳗场待了5天，天天蹲在池塘边测水质、诊病、对症下药。

5天后，这家鳗鱼的死亡数从日均5吨降至不到10斤，死亡率下降了99.9%。养殖户欣喜若狂，握着张蕉霖的手不停地感谢。从那天开始，他就收获了一个“鳗博士”的称号，名气一下子在养殖户周边传播开来。

在天马科技集团，鳗鱼养殖的配套服务则更为全面。天马科技首创了鳗鱼病害防治体系“大数据库”中心，推动鳗鱼养殖行业走向“以防为主、以

治为辅”的管理模式。目前，已建立总部、三明、邵武、江镜四个技术服务站，并规划建立龙岩技术服务站与福清市鳗鱼产业服务中心。其中，三明市水产服务中心已具备种苗DNA鉴定、尾水排放总氮总磷测定、杀虫药物筛选以及药敏试验等技术服务功能。

“我们公司要求所有销售人员都必须懂技术。刚毕业进来的学生跑鳗鱼业务的话，一般先去养殖场待一年，学习技术积累经验。只有懂得如何看鱼病，懂得如何去养殖，才能真正了解养殖户的诉求，业务才能更顺利地展开。公司每个做鳗料销售的业务员，一般只要在养殖场走一圈，基本就知道整体养殖状况以及判断养殖户基于该条件能否赚钱。如果所服务的养殖场碰到一些小问题，都会帮忙解决，如果碰到无法解决的重大问题，我们还有强大的专家团队。这也是为什么从2005年到现在，我们的鳗料产销量都在世界首位”，张蕉霖说，“一个厂家，一个品种能够超过十年还维持世界前列，都是有原因的。从原料采购、饲料配方、生产以及整个养殖过程可能出现的问题，我们都在不断探索，不断进步。我们在许多地方还会成立技术服务部，对每个地区水质、土壤等硬件条件进行分析评估，相应的服务方向也会因地制宜有所调整。为了更好地服务养殖户，我们还经常给这些技术员召开养殖座谈会或培训会，有针对性的去提高专业素养。”

千禧年初，仅在福建福清，鳗鱼饲料厂就有20多家。为何天马可以在一众竞争对手中脱颖而出？除了优质的鳗鲡配合饲料、完善的技术服务体系，强大的数据信息库也是关键。

“授人以鱼不如授人以渔。我们不仅帮助养殖户养好鳗鱼，还会提供养殖户各种行业信息。天马集团拥有国内最权威的鳗鱼养殖大数据信息库，我本人也是福建省水产饲料同业会会长、福建省鳗业

协会执行会长。基于此，我们天马的业务员拥有广泛的市场信息，比如什么时候是买鳗苗的最佳时机、什么时候是卖鳗鱼的最好行情，我们都会提供相关信息给养殖户参考。这些信息对养殖户能否增收产生重要影响。养殖有困难，天马来帮忙。经营要致富，天马来相助。生活想美满，天马来相伴。20多年来，这几句话我们始终践行。”张蕉霖说道。

“霖”云壮志，助力集团打造鳗鱼全产业链

无论在任何年代，食品都是人类赖以生存的最为重要的生活要素。鳗鱼，作为全球最具价值、最有竞争力的三条鱼之一，在后疫情时代，如何通过持续创新，最大程度地挖掘它的附加值潜力，为国人提供健康、安全、丰富、便捷的鳗鱼产品，是天马科技集团作为渔牧行业龙头企业这些年来一直在思考的问题。

一段鳗鱼一段金。近年来，天马科技以鳗鲡板块为着力点，推进“科研→种苗繁育→鳗鱼养殖→饲料加工→动保生产→冷链物流→食品加工→休闲娱乐→餐饮消费”为一体的生态式全产业链发展布局。谈及集团为何做出这一战略部署，张蕉霖表示，因为时机已经成熟。“在天马科技，我们既有前端安全的养殖饲料产品，也有完善的鳗鲡养殖服务团队和学术顾问的知识产权优势，天马科技可以参与鳗鲡的饲料供应及整个养殖过程。建立鳗鱼全产业链，我们不仅有强大的人才储备，更有完善的产学研技术体系。所以集团全力打造鳗鱼全产业链是顺理成章的选择。”张蕉霖说道。

一旦全产业链的模式能够跑通，将极大地提升鳗鱼的产业价值，张蕉霖估计，鳗鱼的产业规模会从原先的几十亿上升到几百亿甚至上千亿，无疑将为消费者、社会 and 行业带来极大的利好。

每一个企业的成功都绝非偶然，背后一定有一支优秀的团队。天马科技全力打造鳗鱼全产业链发

展体系的背后，离不开优秀天马人的努力。他们在不同的岗位上孜孜不倦，以求务实的态度，锐意进取的精神，为天马鳊鱼全产业链事业做出贡献。

作为天马鳊鱼全产业链项目的负责人，张蕉霖有自己的人才培养方式。“我们鳊鱼全产业链建设第一线的员工，不仅要懂技术服务，还要学习市场营销理念。每周部门例会，大家坐下来除了讨论总结一周的工作情况，我们要学会去放大组员的优点，根据各自特点，给他们制定一些小目标。一旦目标达成，给予相应的奖励，长此以往，晋升通道自然就会为其打开。奖惩分明，恩威并济，员工工作才更有干劲。”张蕉霖如是说。

而在一些为人处事上，经历过数次生死大考的张蕉霖反复表示，对于个人得失不要太过计较，学会包容和拥有更广阔的人生观至关重要。“年轻人进入这个行业，要不骄不躁，吸取积极向上的人的养分，管理者也要最大化地去激发他们的兴趣，帮助校准他们前进的方向，只有兴趣和热情才能驱动他们在这个行业扎下根来，而这种激发常常是人影响人”。

如今，天马科技集团的鳊鱼全产业链养殖基地建设仍在福建、江西、湖北、湖南、广东、广西等省有序推进，项目以鳊鱼精细化、产业化、规模化

发展的主导模式，在生态多级链式尾水净化中利用“养殖尾水+荷花+鱼+田螺+空心菜”共生系统，全面布局数字及智能化设备，在鳊鱼养殖场建设溶氧智能调控，水质在线监测，病害远程诊断，质量全程追溯，建立养殖全程智慧一体的鳊鱼养殖体系。

对于全产业链项目的前景，他信心满满。“渔牧企业要做大做强，打通上下游产业链是大势所趋。我们陈庆堂董事长常说，中国的鳊鱼产业是一个潜力巨大，大有可为的产业。天马科技坐拥技术、资金、人才、市场和品牌等优势，打通鳊鱼全产业链闭环势在必得。”张蕉霖说道。未来，天马将继续坚持从渔牧基地到餐桌，精选每一份原材料，严控每一道工艺流程，匠心制作一款真材实料的好食品，让鳊鱼这条最安全的鱼游上世界人民的餐桌！”

发展产业乃己任，主动担当显作为。从张蕉霖身上，我们看到了一代天马人敢担当、善开拓、脚踏实地、勇于创新的精神风貌。作为“团结、务实、创新、坚韧”的天马人代表，他将继续用勤奋和执着诠释奋斗的含义，打造鳊鱼绿色生态全产业链供应链平台，做大做强中国鳊鱼产业，为推进中国鳊鱼转型和高质量发展作出积极贡献！

□天马科技集团

信息集锦

吴有林、蔡秋平当选福建省工商业联合会副会长

8月17日，福建省工商业联合会（总商会）第十二次代表大会在福州召开，选举产生了福建省工商联（总商会）新一届领导班子，傲农集团董事长吴有林、海新集团副总裁蔡秋平当选副会长。

这既是一份来之不易的荣耀，更是一份沉甸甸

的责任和使命。他们表示，要在今后的工作中增强自身的凝聚力、影响力、号召力，加强与商会各界人士的联系、引导和服务，实现共同发展。

□秘书处

傲农对本手、妙手、俗手的答案

2022年全国高考的某卷作文试题以围棋中的本手、妙手、俗手为引，引发了众多网友热议。棋理之中总是蕴藏人生智慧，每个人都能结合生活从中看到不同映像，而在过去不久的6月18日，傲农正式度过了成立以来的第十一个生日，对于11岁的傲农来说，本手、妙手、俗手都代表着什么呢？如果让傲农来书写这篇高考作文，我们必定也会有属于自己的理解和答案。

一、本手为基 行稳致远

本手，意为合乎棋理的正规下法，一局对弈中，执子者唯有守本手，才能更好立足筹谋。而对于傲农来说，我们的本手之一是“为客户创造价值，为员工提供发展，为社会做出贡献”的核心价值观，我们落棋不忘本手，持续从中国农牧行业这片广阔天地中挖掘自我价值，努力开创客户与傲农事业双赢的局面。

我们的本手之二，是持之以恒耕耘农业沃土。求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源。根深方能叶茂，本固才会枝荣。在过去的11年中，傲农事业从福建走向全国，主要业务从饲料生产延伸至生猪养殖和屠宰加工，变化之中，不变的是我们“为这个行业做点事情”的初心，通过坚持“做好自己该做的事情”，我们走出了一条属于自己的道路，让“以农为傲，惠及民生”的使命变得更加清晰和具体。

本手之三，是我们坚持合规经营。傲农自创业以来，始终如一地选择做“长期主义者”，不因一时的利益或得失放弃原则，以红色党建引领发展，

通过做困难但正确的事情，合力把傲农事业打造成一份有益于员工、客户、行业、社会、国家的崇高事业。

十一载风雨，我们执子步履坚定，心有本手行稳致远。

二、妙手本成 愿行千里

罗马不是一天建成的。人们常说“看似寻常最奇崛，成如容易却艰辛”。旁人眼中的很多奇迹，其实背后都是数不清的默默努力。同样，棋局中一招“妙手”的背后，是执子之人无数次从“本手”上下的苦功夫。

在外人看来，傲农凭借“前期营养三阶段”系列产品从福建快速崛起是一个“奇迹”，6年时间里成功于主板上市是另一个“奇迹”，近年养猪产业发展迅速又是一个“奇迹”。但这世上哪有什么所谓奇迹，只有滴滴汗水见证的努力。

实际上，傲农在下出“妙手”之前，一直在“本手”中沉淀自我、积累势能。日复一日的奋斗中，我们积累下了优质的产品 and 良好的口碑，打造出了拥有较强影响力的品牌，浇筑起了傲农事业大楼牢固的“地基”，发展势头稳中有进，这才让“妙手”成为可能。

“妙手”可遇不可求，从过去到现在，我们有“怕什么真理无穷，进一寸有一寸的欢喜”的精进之心，有“三人行，必有我师”的谦卑之心，更有“直挂云帆济沧海”的豪迈之气。我们明白，面对悬崖峭壁，一百年也看不出一条缝来，但用斧凿，一尺一寸不断积累，飞跃会来，突破必然随之而至。

11年来，傲农稳扎稳打做好自己手上的事情，不执着于刻意寻找，但“妙手”棋就这样，在不经意的转角出现在了大家的眼中。

三、俗手红线 坚决拒之

“俗手”，指的是貌似合理，而从全局看通常会受损的围棋下法。过去11年，傲农坚持规范经营，不断做强“本手”，避免“俗手”。傲农始终认为，合规是经营管理工作正常开展的一道重要防线，是推动傲农事业发展的强大助力，也是促使傲农实现更大价值创造的有效保障。

2021年末，傲农集团发布5.0版企业文化，升级后的企业文化新增了“廉洁合规文化”内容，倡导员工“修身力度、廉洁自律、公平公正、接受监督”，在内部形成了浓厚的合规文化氛围，让员工的底线思维和红线思维根深蒂固。不难发现，合规正在促

进内部流程和制度的不断完善，让管理持续优化，减少或杜绝团队中“蚁穴”的存在。

真正高明的布棋者，永远以“本手”统筹全局，以“妙手”锦上添花，但是从来不会下出“伤敌一千，自损八百”的“俗手”，企业的经营，也是一样的道理。在傲农事业发展这个棋局中，我们明白，只有坚守初心、脚踏实地、开拓创新，才能在时代变化的浪潮中，拼出一小片立足之地。

成败不在一招，而在招招；精彩不在一朝，而在朝朝。一盘围棋区区黑白两色，却能在方寸间道尽世间智慧，未来的日子里，傲农要下好手中这盘棋，唯把握“本手”，下出“妙手”，摒弃“俗手”，方能乐在“棋”中。

□张珠娜

信息集锦

我会会长单位掌门人陈加成荣膺福建省优秀企业家

7月8日，第十九届福建省优秀企业家表彰大会在福建会堂召开，全省共有134位优秀企业家被授予“福建省优秀企业家”称号，我会会长单位——福建天马科技集团股份有限公司掌门人陈加成执行总裁榜上有名。

获奖后的陈加成感言：这既是一种荣誉、一种鼓励，更是一种责任和使命。未来将深入学习总书记在福建工作期间总结出的“晋江经验”，站在时代

浪尖上做勇于创新、敢于拼搏的企业家，在“闽商精神”的指引下脚踏实地，持续创新，进一步解放思想、改革创新、敢于担当、勇于作为，努力在新发展阶段为新福建建设再立新功，为数字经济、绿色经济、海洋经济、文旅经济高质量发展作出更大的贡献。

□胡兵

我会3家会企入选国家畜禽、水产种业阵型企业

近日，农业农村部办公厅印发《关于扶持国家种业阵型企业发展的通知》(以下简称《通知》)，我会会长单位——福建天马科技集团股份有限公司入选鳗鲡破难题阵型；副会长单位——福建傲农生物科技集团股份有限公司入选生猪补短板阵型；会员企业福建圣农发展股份有限公司入选白羽肉鸡破难题阵型。

畜禽、水产种业是饲料养殖行业的“芯片”，是国家战略性、基础性核心产业。作为国内领先一批布局种业的农业龙头企业，他们致力建设科技研发试验、生态技术示范、种苗产业孵化、科技成果转化于一体的种业全产业链。目前其种业板块不仅培育出了客户广泛认可的优质种苗，还为助力乡村产业兴旺、推动养殖户增产增收贡献力量。

据悉，此次种业企业扶优遴选行动是根据企业规模、创新能力和发展潜力等关键指标，从全国3万余家种业企业中遴选了69家农作物、86家畜禽、121家水产种业企业机构，集中力量构建“破难题、补

短板、强优势”国家种业企业阵型，加快打造种业振兴骨干力量。

《通知》强调，实现种业科技自立自强、种源自主可控，必须把企业扶优作为打好种业翻身仗的关键一招，强化企业创新主体地位，引导资源、技术、人才、资本等要素向重点优势企业集聚，加快形成优势种业企业集群。

《通知》要求，各地农业农村部门要把阵型企业作为企业扶优的重点对象，跟踪了解发展情况，及时帮助解决困难问题；把支持阵型企业与科研单位、金融机构、种业基地对接作为重要抓手，把创设扶持政策作为企业扶优的重要手段，支持阵型企业牵头承担种业项目任务，加快研究出台惠企扶持政策，建立与重点企业的联系机制，一企一策、精准支持。

□秘书处

信息集锦

天马科技发布 2022 年半年度业绩公告

8月18日，天马科技公布的2022年半年度业绩公告显示，2022年上半年三产融合稳健高效推进，饲料、养殖、食品三大板块业务继续呈现产销两旺的良好经营态势，鳗鱼全产业链布局效能进一步显现：

上半年度实现归母净利润15,028.06万元，同比增加146.87%左右；实现归母净利润（扣非）14,713.85万元，同比增加167.04%左右，再度刷新历史记录！

□胡兵