

专题论坛

我国肉类产销的“九五”回顾和“十五”展望

杨柏萱 (中国肉类协会, 北京100801)

摘要 本文简单总结了“九五”期间我国肉类产销的情况, 并对“十五”期间我国肉类工业的发展作了一些预测, 提出了许多建议。

关键词 肉类 产销 市场 肉制品

1 “九五”回顾

“九五”期间, 我国既抗御了历史上罕见的洪涝灾害, 又坚定地以人民币不贬值, 应对了东南亚经济危机; 当全球经济平均增长速度只有2.8%, 陷于低谷之时, 中国却以独特的宏观调控手段, 实现了国民经济7.8%的高速度增长……。在国家经济快速增长的大气候下, 我国的肉类产销取得了举世瞩目的成绩。

1.1 肉类生产由供应不足到出现买方市场

1.1.1 肉蛋类商品产量稳步增长。预计2000年全国猪牛羊禽肉的总产量约在6200余万吨, 比1996年的4827万吨, 增产1400多万吨, 年均增幅接近6%。全国人均年占有量由1996年的39公斤, 增加到48公斤左右, 年均增长1.8公斤左右。禽蛋的人均占有量, 也由13.8公斤, 增加到18公斤。

1.1.2 畜禽结构有所改善, 品种质量有了提高。总的来说, 牛羊禽肉的比例有所上升, 猪肉比重稍有下降。最明显的是市场上瘦猪肉的比例上升, 在国有食品企业屠宰的生猪中, 平均瘦肉率接近50%, 比“九五”初期上升了约2个百分点; 牛羊肉中育肥牛和羔羊肉的比重增大; 禽肉中土种鸡(草鸡、三黄鸡、乌骨鸡等等)和瘦肉型鸭、仔鹅的比重上升较多。

市场上冷却肉和冰鲜鸡肉初露端倪, 上海的“上食牌”和江苏的“苏食牌”冷却肉已深受消费者信任, 具有相当的知名度。

1.1.3 商品性生产发展, 超过了畜牧业的增速。预计2000年猪牛羊禽肉的社会商品量在3400万吨左右, 占肉类总产量的54%以上, 比“九五”初期的44%, 提高了10个百分点。商品率的提高同时说明两个问题, 一是规模养殖户增多, 商品性生产发展快, 流通也很活跃, 二是农民收入增长不快, 本来

需要自己多吃的肉类; 因购买力限制, 只能多卖。

1.2 买方市场形成了肉类价格全面下降

1996年全国城市集贸市场成交猪牛羊禽肉及活鸡的混合平均价为每公斤13.89元(其中:猪肉13.51元, 牛肉16.93元, 羊肉17.49元, 活鸡13.48元, 鸡蛋8.04元), 到2000年末预计为11.90元, 较1996年下降14.3%。其中猪肉下降16%, 牛肉下降17%, 羊肉下降11%, 活鸡下降7.9%, 鸡蛋(洋)下降幅度最大, 达25%。

从1997年开始的买方市场, 是造成肉类商品价格陆续下降的主因, 但原因是多方面的:

畜禽生产发展快, 在1995年已经达到人均占有肉类36.2公斤。“九五”期间肉类总产量的年均增速仍接近6%, 超过了全国购买力用于食品支出的增速。虽然肉蛋类商品数量充足了, 但品种和质量尚不能完全适应市场需求, 在一定程度上限制了消费, 不适销对路的商品只能降价出售。加上副食品的全面丰富(如1999年水产品总产量达4100多万吨, 和猪肉产量几乎相等, 人均占有量达32公斤; 还有水果人均40多公斤; 奶制品的增产速度也很快), 都在相当程度上分流了对肉类的消费。

不论城市和农村, 都有购买力分流的问题, 如转移到买房、盖房、添置家电、加大教育、医疗及文化娱乐等开支。还有城乡居民对预期收入不明朗的问题。古人曰“积谷防饥”, 而目前全国储蓄存款达6万多亿, 存款者也是为了防老和防未来收入不稳定。

1.3 市场流通格局有了显著变化

1999年猪牛羊禽肉的社会商品量约为3000多万吨, 其中城乡集贸市场成交2587万吨, 占社会商品总量的85.8%, 国营和合作商业、外贸、其它经济成分的经营量占14.2%。多种经济成分的流通和竞

争,给社会主义市场经济带来了活力。

1.4 肉类加工制品发展快,科技含量提高

全国肉类制品的产量(指具有一定规模的工厂所生产),由1995年的100万吨,增加到2000年的200余万吨,中国传统风味的肉制品在全国或地方上市的品种约有500多个。不仅西式肉制品的产量和品种发展很快,而且出现了用西式工艺生产中式肉制品“洋为中用”的倾向。“九五”期间不少国企引进欧洲的肉制品加工设备及工艺,也有通过与外企合资生产肉制品也同时引进了技术。有的外企来中国独资办厂生产肉制品,打国外的品牌。有的大型肉类加工企业,如漯河双汇食品集团,不仅产量大(日产1500吨),品种多(达400多个),并且将整个生产过程纳入ISO9000系列质量认证和HACCP管理体系,几乎能生产所有欧美各国的肉制品,缩短了与先进国家的差距。可见,我国的肉制品加工业已经开始了与国际先进加工技术的接轨。

在取得成就的同时,也存在不少亟待改善和解决的问题。如目前畜产品的品质还不高,也有的品种不适销对路,使生产者经济效益低下;畜禽养殖业的科技含量还比较低,畜产品加工增值的比重仍微不足道;在畜禽类商品进出口贸易方面,已由历史上的出超变为入超,使我国变成肉类净进口国,这个势头仍在发展。

2 “十五”展望和建议

“十五”是中华民族在21世纪中叶实现伟大复兴迈开的第一步。2001年我国即将加入WTO,社会主义市场经济将逐步实现和全球经济接轨。据国家权威部门预测,“十五”期间我国的GDP仍将以年均7%以上的速度增长。而亚洲银行的负责人认为,中国的经济将会以年均7.5~8%的高速度发展。经济的不断发展,必然会带动人民生活水平的提高,促使肉类消费的增长和质的提高。对此,笔者对“十五”的展望和建议如下。

2.1 按市场需求,调整畜禽结构

虽然“十五”期间我国的肉类生产仍将稳步发展,但增速将明显低于“九五”。依据是:

到2000年末,我国人均占有肉类在48公斤上下,买方市场相当明显;

城乡居民生活四大要素衣、食、住、行将会有所变动,衣和食的消费虽然仍会增长,但重点要转移到住、行和娱乐,还有教育、医疗等方面;

目前农村人均消费肉类远低于城市,以猪肉为例,推算2000年城市人均消费约47公斤,而农村

只有28公斤左右,农村人口正是我国未来增加肉类消费的主要群体,但受收入水平限制,不能多吃。而部分大中城市及东南沿海地区购买力虽高,但对肉类需求不旺,转向水产品、豆制品及奶制品,以致上海、合肥、南京等市已经出现猪肉消费停止增长或基本停止增长的势头。为此预期城乡居民用于吃肉的支出,不会有很大增加。

到2005年底,按照市场能吸纳的程度,肉类总产量宜在7200万吨左右,比“九五”末期增加约1000万吨,届时人均占有肉类在54公斤左右,五年间每年人均占有量递增1.2公斤上下,再多了买方市场会更加明显,对畜禽生产反而不利。从粮食方面考虑,即使重点发展节粮型畜禽,增加1000万吨肉食,最低也需2000万吨粮食,不是一个轻松的数字。再从与肉类紧密相关的食品来看,养鱼饲料转化率高于肉类;生产成本较低,消费肉类较多的人群,将会对水产品有更大的兴趣,而预期水产品的增长速度要快于肉类。届时禽蛋的产量,也将人均占有达到18公斤,甚至更多。奶制品市场需求空间大,发展的势头也很猛。

调整畜禽结构的建议:

2.1.1 重点发展禽肉。我国目前禽肉占肉类总产量的比例只占20%左右,比世界平均占28%要少得多。从世界各国发展趋势看,当肉类消费达到一定程度后,禽肉是发展的重点,我国也不会例外。禽肉(主要是鸡肉)的饲料转化率高,也适合我国国情。如今土种鸡(草鸡、三黄鸡、乌骨鸡等等)市场十分畅销,售价比洋肉鸡要高二倍以上,需要加快发展。土种鸭、瘦肉型鸭以及鹅肉消费也在升温,有相当的市场空间。

2.1.2 加快发展牛羊肉。牛羊肉在我国消费水平还不高,人均占有仅7公斤左右,市场潜力很大。牛羊是节粮型草食动物,符合我国粮食不宽裕的实情,也是贫困山区群众增加收入的重要门路之一。重点要增产育肥牛和当年羔羊肉,适应市场需要,也可减轻牧区冬草场的负荷,保护草场。羊肉的市场销路好于牛肉。

2.1.3 稳定生猪和禽蛋生产。猪肉的人均占有已30公斤多,禽蛋也有17公斤,都在世界平均水平之上,禽蛋已高出一倍。从市场价格看,猪肉和鸡蛋的价格下跌较多,说明了市场需求不旺。宜以稳定生产稍有发展为度。提高瘦肉率仍是供应大中城市和出口的需要。但提高瘦肉率要注意保持瘦肉固有的风味,肌肉脂肪少、口感发柴的瘦肉群众不欢

迎。目前农村猪肉消费量仍不高,“喜瘦厌肥”还是若干年之后的事,故不必强调饲养瘦肉型猪(作为商品猪除外)。脂肪型猪好饲养,生产成本也较低,应该因地制宜改良猪种。土种鸡蛋和洋鸡蛋的差价已拉大0.5~1倍,说明了消费者对土种鸡蛋的青睐。

2.1.4 适当发展杂畜和特种禽肉。消费者生活质量提高后,对肉食的要求趋于多样化、多层次化,目前餐饮业对狗肉、兔肉、驴肉、杂交一代野猪肉、肉鸽、山鸡、乌鸡、野鸭甚至鸵鸟、兰孔雀在渐渐升温,宜以市场为导向,适当发展。

2.2 要大力发展营养卫生的安全肉

随着我国经济的发展,人民生活质量的提高,消费者自我保健意识必然加强,购买食品首先要考虑是否卫生。当前我国各地私屠乱宰生猪比较常见,注水肉、病害肉上市仍屡禁不止,原始落后的手工屠宰在城乡结合部相当普遍;国务院发布的《生猪屠宰管理条例》已经两年多了,有的地方对《条例》贯彻不力,有的受利益驱动,成了私屠乱宰的保护伞,群众吃肉不放心,疫病传播也难以根治,我国出口的肉类国外不敢问津,等等。为了从根本上扭转这一现象,以便在国际贸易中树立良好的形象,建议国家在“十五”期间出台《畜禽屠宰法》,使我国的畜禽屠宰和肉品质量逐步和国际接轨,老百姓真正能吃到安全肉。

绿色肉食品同安全肉相比,在饲养环境、采用饲料、畜禽屠宰、生态环境等方面具有更严格的要求。在西方国家尽管绿色食品比普通食品贵20%~100%,但仍受人们欢迎。我国是生产绿色食品富有潜力的国家,一是劳动力多,二是在西北、西南山区及高原地区,没有工业污染,也基本不施农药化肥,是天然的无污染食品。目前黑龙江、内蒙古已经取得“绿色肉食品”认证的数量较多,产品销售也火爆。在“十五”期间,要加强对群众的宣传教育,按要求生产绿色肉食品,并经国家批准,在收购价格上稍高于一般肉食品,群众是欢迎的。

2.3 用高科技提高肉制品质量,增强国际竞争力

2000年我国肉制品产量可望达到200余万吨,但这仅占肉类总产量的4%左右,发达国家已占40%~50%,高的达到70%,故我国发展的潜力十分巨大。“十五”期间,小城镇建设将要发展,大中城市和小城镇居民完全在家就餐的户数将会趋向减少,购买熟肉制品及外出就餐的居民趋于上升,预计熟肉制品的产量到2005年将达到400万吨左右,

每年平均增长20%,熟肉制品产量将占肉类总产量的5.6%左右,人均年占有量约在3公斤左右。仅仅增加熟肉制品的数量是远远不够的,更主要的是提高质量,这是能否扩大出口参与国际竞争的关键。对此,本人建议:

2.3.1 生产企业要通过各种方式来提高产品的科技含量,如购买国外专利,同高等院校合作研制新产品,使畜禽产品的质量和包装能达到国外先进水平,这样才能在国际市场占有一席之地。

2.3.2 在“十五”期间制订《肉制品法》,并对产品的质量制订“国标”或“行标”,严格按“标准”生产。有条件的企业要通过ISO9000系列质量认证和HACCP产品安全认证,树立良好的品牌形象。双汇食品集团等企业实行上述两个认证后,品牌形象上升,产品的销售十分顺畅。

2.3.3 发展熟肉制品要考虑我国人民的消费习惯。宜中西式并举以中式肉制品为主;在价位上以中低档为主,逐步提高高档产品比重;要大力开发保健肉制品(如低脂肪、低胆固醇、低盐、低热量等)和方便肉制品,适应日益增长的需求。

2.4 坚持扩大内需,重视开拓农村市场

我国农村的购买力水平,已相当于10年前的城市水平。而农村人口又占总人口的3/4左右,是消费肉食的主要群体,农村人口多吃1公斤肉,等于城市每人多消费3公斤。农村人口吃肉多少固然决定于购买力,但只要做好调查研究,把适销对路价格适中的熟肉制品送到农村试销,农民接受,需要量就会非常之大。例如火腿肠,在未开辟农村市场前,年产量40万吨市场已显疲软,而打开农村市场后,2000年预计产量在70万吨左右,仍盛销不衰。目前已先富起来的农民,对肉食品结构的要求渐渐趋高,尝新意识增强。但目前有许多名特优新畜禽产品和洋口味肉食品,许多农民根本没有见过,更谈不上消费。开拓农村市场的第一步是先把产品和农民见面,请他们品尝,使之对产品有感性的认识,然后再按要求供应适销对路的产品。农民在比较重要的节日,如端午、中秋、春节、元宵节等节日,比较时兴送礼,正是肉制品开拓农村市场的良好时机。21世纪农村经济会有大的发展,对肉类的需求也会迅速提高,所以在任何时候都不可忽视农村市场,要加大开发力度。

2.5 改革肉类商品产销体系,促生产畅通

我国肉类商品的生产,至今仍是农户分散饲养为主,形成了生产者信息不灵,生产带有相当的盲

目性，防疫能力也较差，因而肉蛋类商品在市场上忽多忽少，价格大起大落也时有发生，使养殖户吃了亏，使社会财富也造成了浪费。在“十五”期间需对肉类商品的产销作进一步改革，重点抓以下几方面的工作：

2.5.1 发展和巩固产销一体化经营。常用的是“公司+农户”模式，即由实力强大的企业当龙头，切实做好产前（提供优良仔猪或母猪，帮助设计科学含量高的猪圈等等）、产中（供应优质饲料，负责防疫等等）、产后（负责上门收购、保证合理价格等等）服务，使养殖户对龙头企业有信任感、依靠感。实现农户按企业的计划生产，大企业把分散的饲养户（养猪、养禽户）纳入本企业的生产指标，掌握可靠的货源。这一模式成败的关键是企业必须保证农户有合理的收入，即使价格下跌，企业需要给以必要的补贴，稳定农户的收益。龙头企业把活畜禽加工成产品，送到自己的专卖店连锁店或超市销售，实现了从生产到零售的一体化经营。

有些地方养殖户自愿组织养猪合作社，由合作社起龙头作用，进行产供销一体化经营，也是可供借鉴的形式。

2.5.2 大力发展和完善活畜禽和肉品批发市场。实行新的流通形式和管理形式，充分发挥其集散商品，按市场供求形成价格，给生产者经营者及时传递信息，在一定程度上具有调控市场的功能，也是保证

猪牛羊禽及肉品实现大市场，大流通，实现公平交易的一项重要举措。南京市针对外地猪肉盲目流入，肉品质量毫无保证，危害人民健康，又造成肉品市场混乱的情况，建设了比较先进的鲜肉批发市场，外地肉品进场交易，实行严格的检验。批发商和零售商当面议价成交，批发市场每天向批发商提供信息，到货多了还可提供冷库代存，使经营者少受损失。

江苏的海安和河北的馆陶，都建立了大型禽蛋批发市场。馆陶的金凤批发市场，日交易禽蛋 400 吨，还销往日、俄、韩等地。海安县在旺季每天有 200 多辆大货车将禽蛋从批发市场运往江南各大城市，促进了当地禽、蛋业稳定发展。

2.5.3 改善肉类销售环境，保证肉品质量。到 20 世纪末，我国的肉类商品销售在城乡农贸市场仍占社会商品总量的 80% 以上。大家知道，集市贸易环境卫生条件很差，很难保证肉品质量。我国即将加入 WTO，将和全球的大经济融为一体，原始落后的集市卖肉，有损我国在国际上的形象。对此，一方面需要积极改进农贸市场的环境及卫生条件，如上海北京等市已在 2000 年消灭了露天卖肉和马路菜场，形象已大为改观；另一方面要积极发展城乡连锁店、便民店、超市等现代营销方式。肉品一律要有品牌，来扩大肉类商品的流通，甚至可把冷却肉等高质量肉品从城市延伸到经济条件较好的乡镇，以提高我国肉类商品的整体质量。

A Review on the Chinese Meat Production and Sales in the Ninth Five-year-plan and A Prospect in the Tenth Five-year-plan

Yang Baixuan

ABSTRACT A review on the Chinese meat production and sales in the ninth *five-year-plan* is summarized. The development during the tenth *five-year-plan* is predicted, meanwhile many suggestions are also raised.

KEY WORD production and sales; market; meat product

(上接第 39 页)

在实际工作中，由于肉的来源不同，还会碰到其它的质量问题，在此介绍的是冻猪分割肉中常见的几个质量问题。在工作中，还要了解冻猪分割肉的产地情况、加工情况以及运输情况，才能对该批

冻猪分割肉的质量情况有一个初步的认识。检验时，要按购进分割肉的数量合理抽检，将感官检查与理化检验及微生物检验相结合，做出综合判断。

Quality Problems Usually Encountered in Separated Frozen Pork

Tian Xue

ABSTRACT The quality defects of separated frozen pork were discussed in two aspects - interior problems and external problems. Some methods commonly used for identifying quality defects were introduced.

KEY WORD separated frozen pork; quality; identification