

10 食品 Food

正大集团谢毅：农牧业转型升级 全产业链发展是必然

■ 沈美

当下，转型升级成为农牧业发展面临的关键问题，怎么转型，如何升级，对于农企来说，每一步都需要经过具体的实践，然后深思熟虑地细化。作为深耕中国农牧业市场 30 余年之久，历经改革开放浪潮的外资企业正大集团来说，这个议题同样重要。

“行业有一句话，不做全产业链是等死，做全产业链是找死。我们属于找死的类型，所以正在想尽一切办法做成功。”正大集团农牧食品企业(中国)资深副董事长谢毅表示，面临市场竞争，正大集团之所以能百年不倒，是因为正大坚持走自己的路。

坚持全产业链发展

“到哪都是红海，哪有蓝海呢？还是要把产品做好，才能立足。”谢毅说，正大集团的总部在泰国，早在 10 年前已经转型成功，实现了全产业链模式，成为当地最大的食品企业之一。而中国的经济发展水平高于泰国，走全产业链之路也是发展的必然。

目前，在国内，基于全产业链模式发展的农牧企业并不在少数，但是由于生产、物流、加工等流程的复杂，很多企业只能深耕单类产品的某个环节，而很少有企业能真正做到贯穿产品的整个生产流程。

“有的企业做粮食的种植、油料的加工、大米的终端销售，这样的模式不在少数，却不能称之为全产业链。”谢毅说，“比如养猪，从种植、饲料、种猪、肥猪、屠宰、加工、深加工、销售等一整套流程布局，这才是我们要做的全产业链。”

2013 年 5 月，正大集团 300 万只蛋鸡现代化产业项目在北京平谷正式投产，总投资金额达 7.2 亿元。谢毅介绍，该项目运用了正大集团首创的“政府+企业+银行+农民合作组织”的四位一体模式。通过将政府、企业、银行和农民专业合作社各自的资源整合，同时，搭建多方融资平台撬动资金流动，通过对接农民专业合作社进行项目运作，最终实现了多方

共赢。

随着大型养殖场的建立，种养结合的模式也在同步摸索中。“比如在养猪场旁种玉米，猪粪经过处理可以流向玉米地作为有机肥，然后种出的玉米作为猪饲料。平谷的 300 万只蛋鸡场，当地盛产桃子，我们就在附近种了几千亩的桃林，用处理过的鸡粪施肥……这些循环种养结合的模式也都还在试验阶段。”谢毅说，种养模式虽好，但是土地租金太贵，很多只能通过与当地农民沟通才能执行，推广速度缓慢。

从最初的“公司+农户”的经营理念 and 方式到现在的“四位一体”模式，谢毅坦言：“这种模式发展不可能那么快，需要时间摸索，一个企业最看重的还是品质！品质！品质！我们宁愿速度慢，也要安全可靠。”

打品牌搭电商平台

在中国，做全产业链相比做单个环节要更具风险。既然是饲料到生产再到加工、销售环节的全部包揽，如何保证食品安全，就成为

一个更为突出的问题。

“从饲料到食品，我们的产品出口美国，欧洲，日本等很多国家和地区，产品标准符合中国国家标准之外，内部均按照世界标准来生产。”谢毅介绍，正大集团的牧场、养殖场都配有现代化设备，生产流程透明，品质一流。

“正大集团的白羽肉鸡每年出口日本达 5.6 万吨。日本人对进口食品要求特别严格，他们会来实地考察养鸡场，农场，按照什么标准，有什么流程，打什么药，他们都一一过目。”

“毛鸡市场卖 7.8 块一公斤，我们现代化养殖成本都在 9、10 块钱一公斤。只有卖深加工，卖品牌产品我们才能活。”谢毅坦言，企业发展很难，正大产品品质一流，但是品牌方面做得还不够。

为了拓宽产品销售渠道，2016 年底，正大集团与阿里巴巴集团在农牧食品、电子商务、物流、商业零售等方面达成战略合作关系。“目前，我们合作村淘，卖饲料、玉米种子，未来也想卖其他产品。”谢毅说，由于饲料在国

内分布比较分散，最初的试点设在武汉、绵阳等地，“一开始，量还太小，物流方面也还在试运营阶段，线上卖饲料，比如物流等很多问题都需要和阿里巴巴一起一步步摸索、考虑。”

对于是不是会自建电商平台，谢毅回答得很明确：“我们今天的战略是不做电商平台，我们要做平台上的头牌，比如选饲料就选正大，这是我们关注的。但是，我们也重视电商方面的增长，现在试点刚开始，有的公司电商方面已经可以做到外销量的 20%，我们希望将来集团所有产品的线上销量平均都能达

到外销量的 20%，甚至做到 40%、50%……”

“正大集团董事长谢国民先生说过，食品行业永远都是朝阳产业，因为无论贫富，总要吃喝。我们会坚定不移地做食品产业，哪怕面临转型升级，”谈到市场的瞬息万变，谢毅说，所有的变化都是一个常态，任何一家企业都需要面对。“在中国，我们的农牧食品产业起步较早，从饲料、养猪、养鸡再到现在做食品，我们努力把产品做到最优，把诚信做到最好，不欺骗消费者。我们相信即便供应过剩，也还会有人选择我们的产品。”



重庆火锅吃出新高度 川剧茶艺等融入麻辣江湖

5 月 5 日晚，重庆渝北一火锅店将川剧变脸、功夫茶、旗袍等元素融入麻辣江湖，给食客带来视、听、味等全方位的享受。

一提到山城重庆，就不得不提到重庆的三美：美景、美食、美人，去解放碑“打望美女”，去洪崖洞感受《千与千寻》的奇妙美景，再来一顿麻辣鲜香的地道火锅简直堪称完美。当晚，记者来到位于该市渝北区的一家火锅店，看到了身着旗袍的美女服务员从厨房端着菜品缓缓走出送上食客餐桌，随后茶艺师用功夫茶表演的形式向食客掺茶，席间还有川剧变脸、吐火和乐曲表演，这些传统文化的融入为大家在涮火锅时增添了不少乐趣。

图为重庆一火锅店将茶艺表演融入火锅江湖。

周毅 摄影报道

依靠科技促转型 江州糖业实现市场突围

广西崇左市江州区，人均产蔗产糖全国第一，被称为全国“第一甜县”。然而，从 2011 年起，国内糖价一路下跌，江州区糖企大面积亏损，蔗农减收，曾经的“甜蜜产业”遭遇寒冬。

糖业如何突围？江州区委书记农化如是回答，面向市场、依靠科技促转型，“双高”(高产高糖)基地降本增效，循环经济让产业链不断延伸。

多年努力终于见到实效。刚结束的新榨季，糖价开始回暖，蔗农露出久违的笑脸，江州糖业迎来了新的春天。

“第一车间”降成本，同样种蔗增收一倍

“甘蔗价钱高，种蔗信心足。”江州区罗白乡蔗农卢海峰，刚从信用社领到 2 万元贷款，他告诉记者，今年每吨甘蔗收购价从 440 元涨到 510 元，村里人种蔗热情高涨。

“同样是种蔗，收入比上榨季增加一倍！”驮卢镇遂益村村民李其辉说，去年他以土地入股加入村里合作社，种植“双高”糖料蔗，在基地工作领底薪，年终还按产值产量领到提成、分红，收入实现翻番。

在驮卢镇潭町村，不少农民正在砍伐香蕉，十几台拖拉机开始平整土地，准备改种甘蔗。“这几年香蕉价格不稳，还是种甘蔗好，有政府扶持，有企业订单，心里踏实。”农户刘小敏说，今年村里有 1000 多亩香蕉地改种甘蔗。

“香蕉改甘蔗，制糖企业每亩给 300 元奖励资金，还给农户预付化肥、蔗种款等。”驮卢糖厂经理玉碧振说。

前些年糖业为何遇寒冬？“最大差距在‘第一车间’。”专家分析，与国外相比，国内糖料蔗综合生产能力低，种植条件差，良种推广能力落后，机械化水平低，在起点就失去了竞争力。

对症下药，先降“第一车间”成本。广西提出用 3 至 5 年建设 500 万亩“双高”糖料蔗基地。江州区出台政策，支持甘蔗种植，制糖企业反哺力度也在加强，不少企业提供甘蔗生产预付、直接参与“双高”基地建设，实施生产补贴。预计今年江州区甘蔗种植面积达到 120 万亩，其中香蕉地、低产果园改种甘蔗 3 万多亩。

前几个榨季，糖价低迷，今年糖价明显上涨，预计 2016/2017 年榨季每吨白砂糖均价 6800 元，同比增长 22.83%。按这一价格测算，全区制糖工业可实现产值 40 亿元，比上榨季增长 3 亿元。

“我们甘蔗种植面积并不是全国最多，但总产量是第一，说明这几年糖料蔗供给侧改

革的路子走对了。”江州区区长王耀雷说。

“双高”基地增产增效，“糖县”开启二次创业

“去年平均亩产达到了 8 吨。”在惠利民生现代农业有限公司 2.3 万亩基地，董事长龚学旺自豪地说，同是一片地，以前看天吃饭，亩产仅 4 吨。增量从何来？他指着田间的水管说：“饿了渴了，水肥一体滴灌；有害虫了，无人机喷药，规模经营节本增效。”



高效节水优势明显，惠利公司对基地进行科学规划，确保每一地块、每一个角落都做到“早能灌、涝能排”。同时把 2.3 万亩基地分为 19 个网格，以 1200 亩为一个网格，每个网格落实 2 名管理人员，整个基地仅需 38 名管理人员，就能把供水、施肥、防虫、除草等各个管理环节落实到位，大大提高了管理效率。

“江州区是甘蔗‘双高’基地主战场。”王耀雷说，自 2014 年起，该区计划用 5 年时间，完成 50 万亩“双高”基地。政企合作，共建共赢，多种模式破解资金难题，打造了一批经营规模化、种植良种化、生产机械化的高标准示范片区。

蔗种单一，种性退化是影响江州区甘蔗产量的一个重要因素。近年来，区里大力推广良种良法，优化品种结构，提升蔗糖产业抵抗自然灾害的能力。

记者在驮卢镇岑豆村万亩甘蔗基地看到，田成方、蔗成行、渠相通、路相连，人和农机正来回奔忙其间，或犁地开行，或调运蔗种，或培土施肥……

“通过龙头企业带动，实现‘小块并大块’，将 1000 块零碎土地整合形成 100 多块连片土地，实现了规模化种植，在种植技术、机械化、水利现代化等方面为蔗农提供服务，增加种植和收割效率。”驮卢镇党委书记林敏说。

初步统计，江州区“双高”基地降本增效明显：人工成本每亩减少 250 元，甘蔗平均亩产超过 6 吨，糖分达到 14%以上。“双高”基地成为撬动糖业“二次创业”的支点，引领农业生产方式转变。

循环经济吃干榨尽，一根甘蔗也能“两头甜”

在江州区新和镇的大华肉牛养殖基地，看到有客人到来，牛舍里数百头土黄牛扭过头来，发出“哞哞”叫声。

令人惊奇的是，这里的牛饲料是由甘蔗尾叶加工而成，在此之前，甘蔗尾叶大多一烧了之。“甘蔗尾叶经过切割、发酵、压实、密封后，就可以喂牛，优点是成本低、利用率高、回

报率高。”公司技术员潘昌滨说，出栏一头肉牛售价在 1.4 万元左右，扣除成本，一头肉牛纯利润在 5000 元以上。

基地采取“企业+基地+贫困户”模式，由政府向大华公司投入扶贫资金，贫困户与企业签订协议，每户向企业托养 3 头肉牛，企业提供产销“一条龙”服务，每年固定给每个贫困户 5000 元的收益。同时，企业还优先吸纳贫困户务工，定向收购贫困户的甘蔗尾叶。

在大唐公司年产 30 万吨生物秸秆饲料的生产车间，生产线忙碌而有序。“今年 1 月投产以来，已经接到 30 万吨的预购订单。”公司副总经理黄薇羽说，主要是综合利用甘蔗尾叶、甘蔗渣、玉米秆等资源，变废为宝，生产出青饲料，既避免了污染，也增加了农民收益。

“想不到尾叶也能卖钱。”新和镇通康村农民黄连芳说，她家种有甘蔗 15 亩，去年以来共卖了 10 吨蔗叶给企业，赚了 1800 元。

甘蔗若仅用于制糖，产品单一，而且价格极易受到食糖价格影响。开发甘蔗新制品，是甘蔗产业发展的必然选择。

在江州区蔗糖业循环经济园(新和片区)，一根甘蔗被“吃干榨尽”，形成良性循环的全过程：甘蔗榨汁后，蔗渣用于生产纸浆；蔗汁经发酵、蒸馏酿出朗姆酒；废糖蜜用来生产酒精，酒精废液作为液肥灌溉蔗田；滤泥用来生产有机肥，再用于甘蔗种植……目前已有 28 家企业落户，去年园区产值达 60 多亿元。

惠利公司以生产先进的水肥一体化灌溉设备为主，满足桂西南地区“双高”基地市场需求；湘桂蔗渣环保包装项目，建设年产 9.5 万吨漂白蔗渣清洁生产线，90%的产品出口外销……

俗语说，甘蔗没有两头甜，而江州区糖业正在探索，让一根甘蔗的“两头”——糖厂与农民都能够尝到甜头。

“崇左正以江州区为龙头，掀起新一轮糖料蔗供给侧改革的新探索，大力发展循环经济，促进糖业全产业链进一步延伸，推动蔗糖转型升级。”崇左市委书记刘有明说。

(庞革平)

凤冈神龙米：坚持绿色品质 铸就生态大米

凤冈山清水秀，土地肥沃，气候优良，适宜稻谷生产，稻米特点富含锌、硒、铁等多种微量元素。近年来，凤冈县依托资源优势，始终坚持绿色生态理念，抓订单化种植、标准化生产和品牌化营销，不仅让农民种粮有赚头、务农有劲头，而且还让消费者买到放心、吃到顺心的大米，也使企业拓宽了销售市场。

位于贵州凤冈县龙泉镇三坝村的神农米业有限公司，从 2005 年就开始加工大米，年加工“凤欣”牌有机大米 6 万吨，年产值达 1.6 亿元。为了让产品走出凤冈，占领更广阔的市场，该公司通过微信商城的渠道，让“养在深闺”的“凤欣”牌大米销往更多更远的地方。

神农米业有限公司副总经理余朋骏在接受采访时表示，消费者进入公司的微信商城后，通过微信支付就能买到中高端米等相关产品。“现在微信支付的销量还不是很多，2016 年我们刚做时大概有 100 多万元的销售额，已经超出了我们预想的成绩。”余朋骏说道。

为了给消费者提供放心、安全、自然、营养的高品质大米，确保“从田间到餐桌”的安全，神农米业在自己的水稻种植基地安装上摄像头，可以无死角的监控到基地的每一个画面，使工作人员能严格按照要求从事除草、打农家肥等活动，从源头抓好大米的品质安全。

一直以来，神农米业秉承着“市场是海、质量是船、品牌是帆”这一理念，以做“放心、安全、绿色”的大米为落脚点。为了让消费者买得舒心、“吃得健康”和“吃得安全”。公司通过设立二维码追溯体系，消费者只需要动一动手指，就能了解到大米从田间地头到生产加工的全过程。

神农米业有限公司副总经理余朋骏介绍，神农米业利用现有的生态环境，把绿色有机放心食品做得更好。神农米业已在去年原有的电商平台基础上继续进驻京东、天猫平台，旨在让更多的消费者吃到绿色放心的食品。

目前，神农米业共生产有“凤欣”牌水晶米、白玛瑙米、碎硒米等高中档和普通米等 20 多个品种，这些品种除了在本地深受消费喜爱外，还远销重庆、深圳等地，在全国已建销售点 86 个。据了解，凤冈县除了神农米业外，还有宏发、长山、原农等大米加工企业。全年大米加工产量 12 万吨，产值达 4.2 亿元。

(吴铭)

市场口味生变 压榨行业承压 豆油调和油先后“失守”

豆油遇冷花生油热？中国的食用油市场消费“口味”变化大。记者获悉，豆油、调和油先后“失守”，花生油、葵花籽油则越卖越好。而市场“口味”生变的背后，是大豆压榨行业进一步承压，有的上市公司甚至转换门庭，改做其他生意。

消费者转向花生油葵花籽油

相关数据显示，在中国家庭厨房里的食用油品类中，豆油占比超过 1/3，比排在其后面的油种高出三倍不止。但据了解，目前大部分豆油都使用进口转基因大豆榨取，而关于转基因食物的争论依然不休，再加上多年来部分企业“市场教育”的引导作用，越来越多消费者倾向于放弃豆油，转投花生油、葵花籽油等品类的怀抱。虽然此前农业部就宣传“非转基因”食品广告曾表态称，转基因与非转基因食品具有同等安全性，但不少消费者明确表示拒绝转基因食品。

“这一点在一二线城市体现得尤为明显，当然也可以说是饮食口味改变、消费升级加速的结果。”某知名品牌食用油企业内部人士告诉记者，豆油、调和油原本凭借“价廉”打入了千家万户，但都先后开始“失守”。

“此前企业把‘非基因’作为卖点加以炒作的行为非常普遍，相关广告实际上违反了广告法规。”对此，一位业内人士表示，这属于恶性竞争的一类表现，其结果不仅导致行业竞争混乱无序，还无形中加剧了消费者对于转基因技术的恐慌情绪。

据了解，中国是世界上最大的豆油消费国，今年需求量为 1600 万吨，但大豆压榨依赖于种植转基因大豆的美国和巴西——其占中国年进口 8400 万吨的 86%。一旦中国餐桌开始削弱豆油需求，则意味我国数百亿元产值的大豆压榨产业进一步承压。

大豆压榨行业的窘境

据悉，正是因为与其他油种的竞争越来越激烈，导致不少豆油加工商处于持续亏损状态，供过剩使得今年以来中国的豆油期货下跌了不少，达到多年低位。

就在一年多前，曾经的“粮油第一股”——上市公司东凌粮油出售重大资产并退出大豆加工行业，被认为一定程度说明了当前大豆压榨行业的窘境。有分析师指出，自 2011 年来，全行业始终不景气，而东凌粮油该业务也是长期亏损。东凌粮油曾无奈表示，多番努力尝试过，但未能实现扭亏。

(涂端玉)