

“旧院黑鸡”为何没做成大产业

冯孔

早在1963年,中科院西南考察组专家在四川省万源市旧院镇发现一种鸡,浑身羽毛和皮肉乌黑,母鸡产绿壳蛋。当时,在国际上有记载的此类鸡种只在南美洲发现过,这是世界第二次发现,而在中国尚属首次。后来,专家将这种罕见的鸡种命名为“旧院黑鸡”。

万源处在富硒产业带上,“旧院黑鸡”无论在口感还是营养价值上都很突出。从上世纪80年代起,万源便将此作为一大产业来发展,本世纪以来,当地也曾提出“千万黑鸡下江南”的口号,但时至今日,“旧院黑鸡”仍未大规模走出万源。

记者从万源市农业主管部门和一些大型养殖场业主了解到,“旧院黑鸡”长期以来一味追求量的突破,在品种保护、品牌维护、市场监管以及市场开拓等方面都很欠缺,产业发展存在诸多问题和隐患。振兴“旧院黑鸡”产业,时不我待,科学有序发展才是正道。

扎堆上市 铩羽而归

“旧院黑鸡”被发现后,收入了万源地方资源志,并列入四川省资源保护名录。上世纪80年代起,开始有人小规模养殖,产品获四川省优良品种、全国地方优良品种等荣誉。2000年后,因政府重视,开始出现规模养殖。“万源市农业农村局畜牧渔业股长胡渠说。

规模养殖,需要大量种鸡,刚开始,最原始的办法是从农户家收购。“但数量根本无法满足,一些养殖户便从外地引进类似的黑鸡,经杂交,品种便出了问题。”胡渠说。

为了保护品种,政府将旧院镇等相邻7个乡镇列为“旧院黑鸡”原种保护区,禁止外来鸡种进入保护区。但这种保护实际上没有具体措施,外来鸡种进入仍然没有完全杜绝。

尽管如此,“旧院黑鸡”因物以稀为贵,在川内名气日渐增大,到了2008年前后,活鸡即使卖到30元/斤,鸡蛋卖到3元/个,产品仍供不应求。于是,更多的人涌入这个行业,万源市恒康农业开发有限公司董事长王宇就是这时入的行,当时,他可是位软件工程师。

2010年,万源市政府提出“千万黑鸡下江南”的口号,政府投入大笔项目资金,鼓励发展“旧院黑鸡”。“最重要的政策是给予鸡苗补贴和圈舍建设资金补贴,每平方米圈舍补贴资金最高达到150元。”胡渠说,而发放补



●旧院镇石柱坪村一养殖户给黑鸡喂食。(资料图)

贴的鸡苗最高峰一年竟达到60万只。

到2012年时,全市存栏黑鸡竟高达300万只,这么多鸡一到出栏季节,洪水一样涌入市场,价格便出现了断崖式下跌。“活鸡最低卖到8元/斤,鸡蛋也跌至1元/个,已经跟大型养殖场普通鸡和鸡蛋没有区别,于是导致大片养殖场亏本甚至倒闭。”胡渠介绍说。

养鸡不赚钱,“旧院黑鸡”不好吃等等声音开始在市面上流传。“说不赚钱是因为价格跌得凶;说不好吃主要是因为滥市,加之很多人急于抛售,没到出栏期限就卖了,相比一般养殖时间长的其他品种土鸡来说,同样的吃法当然口感上差一点。”王宇说。

随着大量养殖户开始拆栏弃养,全市存栏量急剧下降,到2014年最低值,全市存栏量仅存100万只左右,1000只以上的规模养殖场只剩下100家左右。

品种保护和品牌维护是“短板”

“旧院黑鸡”因长期被农户散养,从一开始被发现时,就已经存在跟其他鸡种杂交的现象,母鸡生下的蛋有绿色,也有浅绿色,还有浅黄色以及浅粉色等,品种已经不纯。

究竟什么样的黑鸡才是“旧院黑鸡”?没有进行标准化研究。在这种前提下就开始产

业化发展,当然要出问题。一些养殖户急功近利,引进外地黑鸡杂交,使问题变得更为严重。

“旧院黑鸡”属于地理标志保护产品,也是一个区域公用品牌,“区域公用品牌往往会遇到这样一个问题,政府部门要鼓励产业发展,但对使用该品牌的经营户又不好限定得太死,这就有可能导致一些不法商家以假乱真,以次充好。”胡渠说。

“本来是好货,却因为自身忽略品种保护和品牌维护砸了牌子,这是值得深刻反思的问题。”王宇说,其实阻碍“旧院黑鸡”发展壮大的另一个重要原因是,整个产业链没有打通和延长,以至于无法掌控终端市场价格话语权。

“过去我们只注重养,只顾把养殖数量盲目扩大,加之仅仅提供鲜活产品这一个品种,高昂的物流运输成本,如果再遭遇收购方压价,产品便会滞销。大量的活鸡在养殖场卖不出去,多一天就多一份成本,久而久之,整个产业就会出现严重问题。”王宇对此很是感慨。2007年他涉足“旧院黑鸡”养殖,投入的资金基本血本无归。2008年,他改养殖为贩卖,因此对整个产业链有了初步的认识。2009年,再次进入养殖环节,发展至今,他的养殖

场占地近400亩,常年存栏种鸡1万余只。

王宇以“公司+合作社+养殖户”的方式,提供鸡苗给农户养殖,然后回购商品鸡,向外销售,一年活鸡外销量达10万余只。“我现在正在进行全产业链布局,线上线下同拓展,线下以直营店为主,在市场和产业链没有完全打通的情况下,不打算盲目扩大规模。”

稳品系、强监管,才能赢市场

王宇的养殖场现在是四川省省级资源保种场、四川省核心育种场、“旧院黑鸡”原种场,自去年起与四川农业大学进行了深度合作,主要目的是对“旧院黑鸡”进行品种保护和开发利用。“只有从源头上保证了品种的优良,才能让产品具有市场竞争力。”王宇说。

“2015年以前,产业发展走了弯路,但之后我们开始了理性思考,认为只有循序渐进,科学发展,才能成功。”胡渠说,品种保护是绕不过去的必经之路,这是当前的首要任务。“我们必须解决‘旧院黑鸡’性状和基因的稳定,选育出若干品系,并形成标准。”

这项工作很复杂。首先,要对目前存在的五花八门的“旧院黑鸡”进行分离,然后进行提纯扶壮,经过长期核心选育,形成稳定的基因数据,并建立数据库。“比如有单冠的,有双冠的,有肉用的,有蛋用的,有绿壳的,有粉壳的,这些都要逐一分离,甚至逐一细化,单冠又分离出单冠肉用、单冠蛋用,甚至单冠肉用绿壳、单冠肉用粉壳等。”胡渠说。

近年来,万源市委、市政府及农业、商务等部门出台了扶持“旧院黑鸡”产业的政策,其中尤为重视营销宣传、市场拓展、屠宰加工等方面。凡是开办“旧院黑鸡”实体店、体验店的均可得到政府的补助资金。在这种背景下,“巴山食品”屠宰场与北京“黑鸡小馆”之间建立了稳定的供应链,后来这一业务拓展到上海,仅此一家每年便可销售20万只。

“在市场拓展的同时,加强市场监管也十分重要。”王宇说,“待品种选育和产业标准出台后,政府要加大行业准入和市场监管力度,尤其是对‘旧院黑鸡’区域公用品牌的使用要严格审核,对一切假冒伪劣产品要加大惩戒力度,提高违法成本,以保护产业健康发展。”

据统计,目前万源全市“旧院黑鸡”存栏量约为200万只,年出栏量约为330万只,年出栏量超过1万只的规模养殖场有20多家。“照此稳步发展,实现‘千万黑鸡下江南’也不是不可实现的梦。”胡渠说。

河南南阳 217亿打造 张仲景健康城

近年来,河南省南阳市着力打造张仲景健康城,发展以“医”为主体的医疗医药产业,以“养”为特色的养老养生产业,以“健”为支撑的健体健康产业和以“智”为引领的智慧健康产业。目前,张仲景健康城重大专项筛选确定支撑项目62个,并引进社会资本,总投资约217亿元,已进入提速阶段。

健康城的空间布局为“一核三园多支点”,“一核心”是市中心城区,“三园”为张仲景健康养生园、文化园、产业园。张仲景健康养生园包括紫山、麒麟湖、家岗庙水库、寺沟水库“一山三水”,占地10平方公里,规划特色小镇、居家养老、颐养、医养、疗养、康体运动、田园综合体七大功能区块。张仲景健康文化园,以医圣祠为核心在仲景路以东,建设路以南,医圣祠路以北,汉城河以西区域,占地232亩。张仲景健康产业园拟建设集医疗、科研、培训、康复、保健、养老、护理及旅游于一体的园林式医养结合现代健康产业园。3个园区错位发展——健康养生园突出健康养生和旅游元素;张仲景健康文化园集中展示医圣文化,培训中医高端人才;健康产业园发挥产业引领作用,包括中医药产业基地、科技创新基地、中药材物流基地等。

南阳市政府大力支持张仲景健康城建设,卧龙区、宛城区、城乡一体化示范区分别成立园区建设指挥部,南阳市财政局、人社局等9个部门联合印发《关于推进国家中医药综合改革试验区建设扶持措施》,在财政投入、医保政策等7个方面出台22条扶持措施。南阳市财政局设立8000万元艾产业发展基金,支持当地艾产业发展,卧龙区融资近两亿元,用于张仲景健康养生园基础设施建设。

目前,张仲景健康养生园中“建业·十里湖山”和“后庄仲景医养小镇”两个项目已开工,水、电、气、排污等基础设施建设正在进行。张仲景健康文化园预计9月底前131亩区域全面开工。张仲景健康产业园已确定1.38平方公里核心区域项目,规划中国张仲景中医药博物馆、张仲景中医药国际会议交流中心、中药材物流园等项目选址。

在张仲景健康城建设中,中医药主题的特色小镇引人注目。南阳市规划建设7个仲景健康特色小镇,已开工5个。其中,西峡仲景养生小镇一期于去年6月投入运营,项目位于西峡县城高速出口处,占地180亩。(乔晓娜 乔当归 崔松涛)

洽洽食品升级品牌战略

副总裁称坚果是仅次于瓜子的第二业务线

7月18日,以“一路领鲜,享誉世界”为主题的“洽洽2019全球战略合作伙伴峰会暨洽洽坚果品牌升级发布会”在上海举办。

此番,洽洽联手国内顶尖品牌战略咨询公司华与华发布洽洽品牌新的超级口号和超级符号,与中国营养学会联合成立中国坚果营养研究中心,并与众多传媒签署战略合作协议,致力于在市场、行业、消费者之间形成对洽洽坚果全球领“鲜”的一致认知。

品牌战略新鲜升级

在发布会现场,尼尔森中国区副总裁周凌卿指出,近年来,消费升级带来了高端产品、健康食品类增长,最受消费者青睐的零食已变成了坚果,而消费者普遍认为坚果种类多、更健康、口感好、档次高、易分享,而消费者选择坚果的最主要因素是口味、健康及品牌。根据尼尔森零售研究数据显示,坚果在24城市大卖场销售额均保持快速扩张态势,坚果市场快速增长,市场份额不断扩张。

面对不断增长的坚果市场,洽洽早已敏锐地感觉到市场变化,在此次发布会上重点发布洽洽坚果超级符号与超级口号。华与华的董事长华杉表示:超级符号源于企业的意志,最终成为企业的意志,洽洽以“保鲜”为核心,全面更新品牌超级口号及超级符号。

洽洽超级口号是“掌握关键保鲜技术”,以荣获国家级科学技术进步奖为信任状,将企业、品牌、产品三位一体,降低品牌成本,形成品牌资产,为企业带来效益。华与华将世界著名华人创意设计大师陈幼坚先生原先为洽洽设计的经典logo放大,将其作为洽洽品牌的超级符号。

洽洽副总裁王斌介绍,企业保持基业长青,就需要不断寻找和发展新的业务。洽洽瓜子是第一业务线,洽洽坚果是第二业务线。对于瓜子,洽洽会继续夯实主业,做深做透,把瓜子业务做到更快更高更强。每日坚果是把瓜子业务第二业务线的破局点,洽洽将用1-2年的时间,做到每日坚果第一,3-5年时间做到中国坚果第一,10年时间成为世界坚果领先企业。

洽洽实行全产业链运营模式,原料全球直采,锁定全球9大坚果原料产地,100%只采摘当季新鲜坚果;拥有9家出口级自有工厂,中国坚果生产制造能力第一;联合瑞士布勒开发专业坚果烘焙设备。四段控温,低



射、绽放全球。PINO分享道,全球食用坚果的消费人群正变得越来越大,世界坚果的消费量高速增长。

目前全球坚果消费者人数已超10亿,预计在2025年可翻一番达到18亿,到2040年将达28亿。中国的坚果消费量已趋于世界前列,中国将在这其中发展担任最重要的角色。

在这样的全球大趋势下,作为洽洽食品破局点的小黄袋每日坚果应运而生,带着“掌握关键保鲜技术”的品牌战略快速出击,迅速抢占市场认知。

洽洽副总裁王斌介绍,企业保持基业长青,就需要不断寻找和发展新的业务。洽洽瓜子是第一业务线,洽洽坚果是第二业务线。对于瓜子,洽洽会继续夯实主业,做深做透,把瓜子业务做到更快更高更强。每日坚果是把瓜子业务第二业务线的破局点,洽洽将用1-2年的时间,做到每日坚果第一,3-5年时间做到中国坚果第一,10年时间成为世界坚果领先企业。

洽洽实行全产业链运营模式,原料全球直采,锁定全球9大坚果原料产地,100%只采摘当季新鲜坚果;拥有9家出口级自有工厂,中国坚果生产制造能力第一;联合瑞士布勒开发专业坚果烘焙设备。四段控温,低

温焙,激发坚果酥脆口感;八重保鲜工艺,奶妈级保鲜包装,含氧量低于1%,保证洽洽坚果的新鲜、营养、好吃。

成立中国坚果营养研究中心

发布会上,中国营养学会事业发展与宣传部部长吴佳分享了《坚果营养解读主题报告》,报告中指出:新鲜的坚果富含多种营养物质,其中蛋白质、矿物质、维生素、膳食纤维及人体必需的不饱和脂肪酸、微量元素含量均位居前列,可以抗氧化、预防多种疾病,提高免疫力,未来将广受消费者追捧。食品新鲜具有重要的意义,新鲜坚果不仅可以给予消费者口感上的优质体验,而且具有更高的营养价值。吴佳指出,鉴别新鲜坚果,最重要的因素是优选具有全产业链质造实力的品牌。

洽洽作为中国坚果行业的标志性品牌,为扎实坚果基础研究,引导中国坚果行业健康发展,正式成立中国坚果营养研究中心,并由中国营养学会副理事长常翠青与洽洽董事长陈先保在发布会现场揭牌。这是中国第一个专业的坚果营养研究机构,承载了坚果新产品开发和新工艺研究的功能,开启了坚果研究的新时代,未来将担起普及坚果知识和文化的重任。(辛斐)

儿童大健康产业渐热 药企积极抢夺 万亿级市场!

过去,儿童药短缺是个老生常谈的话题。据统计,全国6000多家药品生产企业中,涉及生产儿童药的厂家约有1000家,而专门生产儿童药的仅10余家,占比不足1%。目前国内90%以上的药品没有儿童剂型,且药品品种、规格及剂型有限。

自二胎政策以来,日益增长的需求催生了万亿级的儿童用药市场。再加上“健康中国2030”战略等对儿童用药的政策支持,儿童大健康产业呈现井喷式发展,儿童用药市场2018年已超1500亿元,业内预计未来我国儿童药市场规模预计保持年均两位数以上的增长,这也将吸引更多的药企积极布局。

从行业格局来看,儿童用药市场品牌集中度并不高,过去国内规模较大的专注儿童药的企业主要有济川药业、葵花药业、健民集团、山大华特以及三力制药等。

其中,三生制药是儿童药领域的龙头企业,自设立以来,坚持以发展中成药为核心的战略,专注于咽喉疾病中成药和儿童专用药领域。产品线主要围绕儿科、呼吸系科、心脑血管科、消化内科等领域。

济川药业核心产品包括蒲地蓝消炎口服液、雷贝拉唑钠肠溶胶囊、小儿鼓翘清热颗粒等大品种,其中蒲地蓝口服液撑起了济川药业半壁江山,不过2018年国药监发文表示,将对蒲地蓝消炎片(胶囊)非处方药说明书范本进行修订。业内认为,在严监管下,蒲地蓝制剂走下“神坛”,未来并非定数。

专注儿童药发展的葵花药业旗下拥有超过70个儿科药品的批文,目前有59个在销的专业儿童药产品。据悉,未来五年,葵花药业会在“儿童感冒、儿童发烧、儿童日常健康”这三大品类强化发力。

健民集团2018年业绩并不理想,公司表示将调整战略做儿科药OTC,并将健民集团的“支柱”产品龙牡壮骨颗粒打造成为儿童健康成长领军品牌。

山大华特医药业的核心是其子公司达因药业,除了伊可新以外,它的主要产品包括复方碳酸钙泡腾颗粒(盖笛欣)、甘草锌颗粒(伊甘欣)等,都是围绕儿童进行的布局。2018年年底,伊可新发生断货,业内认为过于单一的产品或对公司业绩增长产生不利影响。

近年来,进入儿童大健康产业的企业开始增加,并不断拓宽市场,将给儿童药市场带来更多的活力。

近日,康芝药业发布公告表示,公司收到国家药品监督管理局下发的“蒙脱石散”药品注册批件,该药品批件将丰富公司产品种类,提高公司市场竞争力,对公司长期经营起到积极作用。拓宽儿童大健康产业布局。

业内表示,“蒙脱石散”这类儿童药品种在丰富康芝药业儿童药产品线的同时,还能对公司拓宽市场及业绩增长起到积极作用。

总的来看,未来儿童药市场格局将不断重构,行业集中度不断提升,具备大品种优势的企业将脱颖而出。而对于积极布局市场的企业来说,在儿童药布局上,塑造更多的品牌,才能有利于自身的价值,降低市场风险。(吴敏)



苏宁战略签约 阳澄湖大闸蟹行业协会

盛夏时节,当大家还沉浸在啤酒和小龙虾带来的酷爽时,未雨绸缪的苏宁大快消,已经在为秋天的另一款肥美生鲜——大闸蟹忙碌了。

7月18日,苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会会长胡建国带队到访苏宁总部,与苏宁快消总裁李农签订2019年度战略合作。这也是双方在去年战略合作基础上的再升级。当天,双方独家发布了三款联合定制的蟹卡,并做出了死蟹包赔、蟹扣溯源、急速物流等服务承诺,保证消费者吃到最新鲜正宗的苏产大闸蟹。(何讯)

广告

