

# 一个必将改变传统肉类消费结构的产业 ——中国肉鸡业

余 锋

(北京华都肉鸡公司, 北京 102211)

20 世纪 80 年代初, 为解决国人吃肉难的问题, 以北京华都肉鸡公司为代表的中国肉鸡产业化企业开始起步。在没有任何国家经济补贴的情况下, 经过 20 多年的发展, 中国肉鸡产业以高效率、低成本的优势, 迅速发展成为中国农牧业领域中产业化程度最高的行业。我国的鸡肉总产量也由当时的年均 135.8 万 t 发展到 2005 年的 1 015 万 t/年, 产量占到世界鸡肉总产量的 14.5%, 并以每年 5%~10% 的速度持续增长, 使得中国一跃成为世界第二大鸡肉生产国。与此同时, 中国鸡肉的年人均消费量也从 1984 年的 1.03 kg 发展到 2004 年的 7.1 kg, 增长了 5.89 倍, 鸡肉在中国已成为仅次于猪肉的第二大肉类消费品。中国肉鸡产业的迅速发展, 正在使我国传统的肉类消费结构发生巨大的变革。

## 1 在坎坷中奋进——中国肉鸡产业持续健康发展

### 1.1 鸡肉已发展成为中国第二大肉类消费品

自中国肉鸡产业化企业建立以来, 中国肉鸡业保持了高速的增长速度, 形成了一大批不同模式的生产企业, 并诞生了一批规模较大的肉鸡屠宰加工基地。随着肉鸡产业的壮大, 国内几家大型肉鸡屠宰加工企业也在不断扩大生产规模, “公司+基地+标准化”的饲养模式逐渐成熟, 严格

的生物安全体系逐步完善, 并兴建了一大批现代化、高科技、封闭式的肉鸡养殖基地和现代化肉鸡出口养殖基地。

尽管中国肉鸡产业呈现出持续壮大的趋势, 但其发展过程可谓历经艰难: 2001 年的封关, 2003 年的“非典”, 2004、2005 连续 2 年的禽流感并延续影响到 2006 上半年, 等等。这些对整个肉鸡产业而言, 都是致命的打击。近 2 年持续的禽流感影响, 加之媒体对此过度报道, 使得消费者的消费信心严重受挫, 直接造成 2006 上半年禽肉市场低迷, 肉鸡产业增速放缓, 从而使国内整个肉鸡业面临前所未有的危机。

尽管遭受到如此多的磨难, 但并没有阻挡住中国肉鸡产业前进的步伐。中国肉鸡业强大的生命力, 使它能够顽强地渡过每次难关, 并随之进入一个新的高速发展期。当 2006 年下半年鸡肉供应紧缺的时候, 整个肉鸡产业又恢复了生机, 诸多肉鸡企业开始扭亏为盈。中国肉鸡业又进入了新一轮的整合时期, 正逐步缩短与世界一流企业的差距。

从 FAO 统计数据显示, 1984—2005 年, 国内鸡肉产量增长了 7.3 倍, 鸡肉产量占肉类总产量比重持续提高。2005 年, 我国的肉鸡产量占肉类总产量的 13.3%, 比 1984 年 6.2% 提高了 7.1%。从 1995 年开始, 中国肉鸡产量超过欧盟, 成为仅

特别策划  
2006  
畜牧篇

次于美国的第二大肉鸡生产国。

## 1.2 中国肉鸡产业与国际的比较

目前,我国肉鸡产业取得了很大进步,鸡肉产量位居全球第 2,但与国际相比,还存在诸多不足。肉鸡产业化龙头企业在行业发展中所占的比重还比较小;行业的产业规模、养殖规模还很低,现代化程度不高,缺乏有效的行业规划;一部分消费者错误地认为肉鸡含有激素,对肉鸡产销的进一步发展造成障碍等。整体来讲,具体表现在肉类生产结构、产业规模、人均鸡肉产量、人均消费水平等方面。

首先,我国的肉类生产结构与国际水平存在很大差距。从世界范围来看,鸡肉、猪肉产量分别占肉类总产量的 26.94%和 39%,但与世界鸡肉占有率相比还低 12%,而猪肉却高出 27%。2004 年,我国的鸡肉消费总量仅占肉类消费的 13.04%,远远低于猪肉消费所占 65.75%的比重,也低于世界 26.94%的平均值。

同时,我国的人均鸡肉消费水平很低。根据 FAO 数据显示,以世界主要地区来说,2004 年美国的人均鸡肉消费量 42 kg,加拿大人均鸡肉消费量 32.14 kg,欧盟人均消费量 15.6 kg;同为发展中国家的巴西,2004 年的人均消费量也达到 33.3 kg;台湾地区 2005 年的人均消费量也有 28 kg,这些都远远高于我国人均 7.1 kg 的水平。尽管我国的人均鸡肉消费量正在呈现不断上升的趋势,但要达到世界平均的消费水平(10 kg/人),每年还需要增长 300 万 t 以上的鸡肉产量。

我国的鸡肉行业规模还不够大,集团化、产业化程度还有待进一步提高。与国外相比,美国最大的肉鸡生产企业年屠宰肉鸡超过 20 亿只,而我国最大的肉鸡生产企业年屠宰肉鸡仅 1 亿只,差距还非常明显。

## 1.3 鸡肉消费的国际趋势为中国肉鸡业发展提供契机

从世界主要国家的经济发展趋势来看,随着经济的增长和国民生活水平的提高,肉类消费结

构将趋于均衡,单极肉品消费将不复存在,理性、均势的消费理念将更加明显,鸡肉消费将会呈现逐步上升的趋势,并有可能超过或与其它肉类消费品持平。

以美国为例,美国是目前世界上人均消费鸡肉最多的国家。20 世纪 60 年代以来,鸡肉的消费量始终保持了平稳的增长。1986 年,鸡肉人均消费量为 27.48 kg,超过了猪肉,成为了第二大肉类消费品;2003 年,人均消费鸡肉 42.15 kg,超过了牛肉,成为第一大肉类消费品。2004 年人均消费鸡肉比 1990 年增长了 39.26%,远远高于猪肉、牛肉的消费量。西欧、日本、巴西等国的肉类消费结构也基本呈现这样的状况。

随着中国国民收入水平的提高,鸡肉的消费增长趋势也将变得越来越明显,这给中国肉鸡业的发展带来了机遇。鸡肉消费的增长将直接拉动中国肉鸡总产量的增长,并使鸡肉在肉类生产结构中的比重逐年提高。从世界范围来看,鸡肉消费增长速度已远远高于猪肉和牛肉,中国必将顺应世界肉类消费大趋势,鸡肉产品将逐步成为肉类消费的主流产品。

## 2 中国肉鸡产业发展潜力巨大

### 2.1 鸡肉营养特点合乎现代健康消费理念

鸡肉是世界上增长速度最快、供应充足、物美价廉的优质肉类。其高蛋白质、低脂肪、低热量、低胆固醇的“一高三低”的营养特点,使其作为健康肉类食品而不断地为大众所接受。

目前,欧美等发达国家对高脂肪、高胆固醇含量的红肉消费加以节制,以高蛋白、低脂肪、低胆固醇含量的白肉(主要是鸡肉)取而代之,鸡肉成为最受欢迎的肉类食品。在美国、英国、墨西哥、巴西、新加坡等消费观念比较成熟的发达国家,禽肉已经发展成为超过猪肉、牛肉的第一大肉类消费食品。世界肉类消费的发展趋势,越来越显示出鸡肉的强大潜力。

随着中国经济的高速发展,国民的肉类消费

特别策划  
2006  
畜牧篇

理念也必将发生巨大变化,健康的现代肉类消费观将逐渐成熟,并越来越表现出与世界消费发展趋势同步。

## 2.2 生产性能不断改进使其价格优势逐步扩大

鸡肉是公认的最经济的肉类蛋白质来源。与猪肉、牛肉相比,鸡肉的饲料转化率最高,比较优势明显。每生产 1 kg 肉,猪肉需要消耗饲料 3.5 kg 左右,牛肉则需 6~7 kg 饲料,而鸡肉消耗的饲料却在 2 kg 以下。

随着科学技术的发展,肉鸡产业的生产性能得到持续改进。我国在引进良种的同时,不断改善鸡的营养水平和饲养环境,鸡肉生产效率逐渐提高,使肉鸡的生长周期更短、耗料更少,大大降低了生产成本,极大地提高了行业竞争力,有力推动了鸡肉的消费增长。

从上世纪 80 年代初引进美国的 AA 种鸡到现在,2 kg 肉鸡的生长周期已从 1984 年的 49 d 缩短到 2006 年的 36.5 d;料肉比从 2.05 下降到 1.62;同为 49 日龄,1984 年肉鸡平均体重为 2 kg,而 2006 年为 3.03 kg,日增重增长了 21.02g。

生产成本的逐步降低,使鸡肉成为了肉类消费中价格低廉的消费品,越来越受到大众的青睐。优秀的生产效率、低廉的生产成本、有竞争力的价格,使鸡肉逐渐从奢侈消费品转变成了大众日常肉类消费品。

## 2.3 鸡肉生产的生物安全控制确保鸡肉消费链的安全

随着中国肉鸡产业的逐步成熟,“公司+基地+标准化”的饲养模式已趋于完善,对“从农场到餐桌”全程生物安全监控体系的严格执行,为整个鸡肉产业链的安全提供了保证。生产过程中实现的“从源头抓起,全程监控”的安全管理体系,以及统一供雏、统一供料、统一供药、统一防疫和统一屠宰加工的“五统一管理”的严格实施,使得安全体系的实现成为了可能。

数据来源:《爱拔益加——AA+商品代肉鸡生产性能标准》,美国安伟捷育种公司、英国安伟捷育种公司编制

现代肉鸡所表现出来的年遗传能力正在逐步提高,良好的遗传潜力是肉鸡在生长时间缩短的情况下,体重得以增长的可靠保证。肉鸡良好的生长特性,来源于遗传性能的改进,这与是否使用激素无关。肉鸡生长过程中不可能使用激素,激素的使用反而会增加肉鸡的饲养成本。因此,所谓的“肉鸡使用激素”一说是毫无依据的。

## 2.4 方便、美味和易于加工等特点以及快餐业的兴起促进肉鸡业的发展

中国人有爱吃鸡的传统习惯。“无鸡不成宴,无酒不成席”。鸡肉在中国人的日常餐桌中占据了重要的位置。鸡肉易于加工、口感美味的特点,使其与其它肉类相比,具有了更强的消费竞争力。

随着快餐行业在中国的快速发展,越来越多的中国人在工作之余选择快餐。而快餐的主要原料是价廉物美的鸡肉,强有力地带动了鸡肉市场消费。

洋快餐的流行和理性的消费心理,让越来越多的年轻人选择了消费鸡肉,他们的消费习惯正在形成庞大的潜在市场。

## 2.5 国民经济的持续发展促进肉鸡业的发展

中国经济的高速发展,促进了国民生活水平的提高,也促进了中国城市化进程的不断深入。据中国统计年鉴,我国城乡居民肉类消费情况是:城镇居民禽肉人均消费量是农村的 2.1 倍。中国的经济以每年 8% 以上的速度递增,城市化进程也以每年 1.5%~2% 的速度递增,国民经济的良性发展将进一步推进中国城市化进程,促进人民消费水平的提高。

从目前的统计数据显示,中国城镇人口的人均鸡肉消费量已经达到世界平均水平。随着中国城市化进程的加快,城镇居民人口将持续增加,鸡肉消费需求将不断扩大,这必将刺激中国肉鸡产业的发展。

## 2.6 鸡肉是适合世界所有民族食用的肉类

源于宗教信仰和民族习惯,不同民族的饮食存在很多禁忌。但与其它肉类消费品相比,鸡肉

是适合世界所有民族食用的肉类,这使其拥有更宽广的消费增长空间。

肉鸡产业是最早实现农业产业化、标准化、规模化的产业。此外,吃鸡肉还是一种有效利用能源和有助环保的行为。肉鸡生产动物性蛋白的效率最高、利用饲料的效率最高、屠宰后副产品利用率最高、而排泄量最少,再加上肉鸡屠宰过程中产生的羽毛和内脏都用于制造饲料,基本上不会对环境造成污染。

## 2.7 产业集团化趋势增强了肉鸡行业的发展势头

与其他动物相比,鸡是少有的适宜大群饲养的现代动物。以目前的饲养技术来看,还不存在任何以土地为基础的农业行业,能如此成功地在封闭的设施内进行如此数量巨大的动物饲养,鸡是先例。<sup>[1]</sup>这是由于遗传性能的不断改进,饲料营养的不断完善和饲养环境的不断改善,才获得了当前的成功。这样的生产特性,使得鸡肉更适用于集团化、产业化生产。

虽然我国目前的鸡肉产量仅占肉类总产量的 13.3%,但肉鸡产业的集团化、产业化程度却非常高,一批国家级龙头企业正在崛起。2004 年中国肉类 50 强企业中,鸡肉企业占 33%。2005—2006 年中国名牌产品中,肉类制品 24 个,其中禽肉产品 12 个,占肉类产品的 50%。2006 年公布的 17 家出口食品农产品免验企业中,肉鸡类企业 10 家,占到 58.82%。肉鸡产业是中国农牧业中集团化、产业化程度最高的产业之一,也是中国竞争力非常强的产业之一。

## 3 健康发展的中国肉鸡业必将改变传统肉类消费结构

纵观世界肉鸡产业的发展历程,世界发达国家的人均鸡肉消费量均呈现持续增长的趋势。中国的肉鸡产业也不可避免地遵循这一发展趋势。特别是从 20 世纪 80 年代以来,随着经济的快速发展,中国的鸡肉消费也呈现出快速增长的发展势头。但与世界发达国家相比,中国的人均鸡肉

消费量还远低于世界发达国家的平均水平。庞大的消费潜能和快速增长的经济实力,为中国肉鸡产业发展提供了巨大空间。

随着中国经济的发展和人民生活水平的不断提高,大众膳食的肉类消费结构也在发生着深刻的变革。以猪肉为代表的红肉消费逐年递减,而以鸡肉为代表的白肉消费正在逐年递增。传统肉类消费结构中的主流消费品猪肉从 1982 年的 83.6% 一路下降到 2004 年的 65.75%,而鸡肉在肉类消费结构中的比重却从 1982 年的 5% 持续上升到 2004 年的 13.04%,一跃成为第 2 大肉类消费品。预计到 21 世纪 30 年代,鸡肉将超过猪肉成为中国大众肉类膳食结构中的主流消费品(见图 1)。届时,中国大众的肉类膳食结构更加均衡合理,消费观念更加理性。

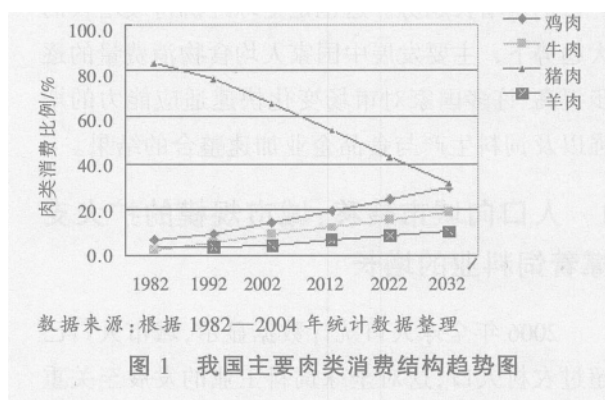


图 1 我国主要肉类消费结构趋势图

总之,中国的肉鸡产业经过 20 多年的不断发展,已经走上了规模化、产业化发展的良性轨道。一大批产业化龙头企业正在崛起,行业的抗风险能力和整体竞争实力不断增强。人民大众的消费结构得到不断改善,消费观念进一步转变。“安全、健康、便宜、方便”成为肉鸡产业持续快速发展的基础,也必将成为未来鸡肉消费领先于其它肉类消费的基本理念。随着中国人均鸡肉消费量的不断提高,一个必将改变传统肉类消费结构的产业——中国肉鸡业正在成熟!

参考文献:

- [1] 王瑞祥,沈慧乐.2006 世界肉鸡生产前景分析[J].中国家禽.2006(5):5

特别策划  
2006  
畜牧篇