

### 金融危机后我国蛋鸡产业发展形势分析与对策建议

薛莉 赵一夫 秦富

金融危机后，我国蛋鸡产业恢复较快但市场稳定性较差，鸡蛋价格波动频繁，养殖效益大起大落。可以说，我国蛋鸡养殖虽然在阵痛中逐步推进了行业内部的整合，但也带来了养殖户利益受损、市场供应不稳等负面影响。本文旨在分析金融危机后我国蛋鸡产业年际变动趋势的基础上，提出促进我国蛋鸡产业平稳健康发展的对策建议，以期引导我国蛋鸡产业有序发展和推动市场均衡供应提供有益借鉴。

#### 一、2008~2009 年我国蛋鸡产业受多个事件影响 陷入低迷休整期

2007 年是我国蛋鸡行业的黄金时期。虽然 2007 年第四季度，由于饲料价格上涨、鸡蛋价格下跌，造成养殖户收益减少，甚至不同程度的亏损，但从全年来看，蛋鸡养殖的年平均收益良好。此外，由于政府部门和养殖户对流行病的高度重视和预

防措施的得力实施，没有发生大的流行病疫情，蛋鸡养殖户积极性大大提高，对未来充满信心。

但好景不长，2008年，由于鸡蛋供求关系失衡，在高成本低效益下运行的蛋鸡行业开始陷入低迷；再加上世界金融危机、三聚氰胺和禽流感等事件的影响，使得2008年底的蛋鸡产业更是“雪上加霜”。2008年9月曝光的三聚氰胺事件导致鸡蛋消费量骤减，鸡蛋价格随之大幅下降，养殖户利益受损；加之年末禽流感等疫情较为严重，养殖户开始大量淘汰蛋鸡，使得年底蛋鸡存栏量严重偏低。在几个事件的综合影响下，2008年11月至2009年2月，鸡蛋市场的供求两端都发生了迅速萎缩。蛋鸡存栏量和鸡蛋总产量持续下降，与2008年10月的高位相比，降幅分别达24%和23%；同时，受金融危机和三聚氰胺事件对市场消费的影响，鸡蛋需求量亦下降10%以上。故此，2008年底至2009年初的鸡蛋价格持续低迷，于2009年2月份（春节节后效应）达到本阶段蛋价最低点，只鸡盈利也一直处于低位；生产者补栏积极性较差，观望情绪严重。

从2009年3月份开始，形势得以扭转，由于鸡蛋供应量的持续不足和消费者信心的逐渐恢复，使得鸡蛋市场需求量相对增加，为蛋价上涨提供了足够的空间。2009年3~5月行情逐步向好，鸡蛋价格结束前期下降走势，稳定上升，只鸡盈利也有较大幅度提高；7~9月，受到中秋、国庆双节效应的拉动，养殖效益迎来本年度第二波上涨态势，且涨势更加显著，鸡蛋

价格和只鸡盈利均连续 3 个月增长，8 月份增幅最大，9 月份达到前 10 个月的最好水平。总体而言，2009 年，我国蛋鸡产业已逐渐摆脱 2008 年底三聚氰胺、禽流感和金融危机等事件的影响，处于恢复休整期。

## 二、2010~2011 年我国蛋鸡产业发展形势

### 持续向好创历史最高水平

经过 2009 年的休整，我国蛋鸡行业走出低谷，于 2010 年下半年步入新一轮上涨行情。2010 年，我国蛋鸡行业经历了上半年的持续低迷和下半年的震荡走高，蛋鸡养殖效益先抑后扬，呈现典型的“V”字型特点。受 2009 年市场景气度低的影响，2010 年上半年产蛋鸡存栏、鸡蛋价格和只鸡盈利不断下滑；而 5 月份后，在饲料及其他农产品价格攀升的推动下，鸡蛋价格开始由稳定上涨进入到快速上涨，9 月份和 11 月份不断突破历史高点。据统计，2010 年 6~12 月，养殖户平均只鸡盈利水平累计增长了近 10 倍，每只产蛋鸡全年养殖获利在 20 元左右。

不断提高的获利水平给长期低迷的蛋鸡市场打了一剂强心针，推动我国蛋鸡行业发展形势持续向好，使得 2011 年的蛋鸡养殖获利始终位于历史高位。据统计，2011 年每只产蛋鸡全年累计盈利突破 35 元，商品蛋鸡从业者收益相当可观。但与 2010 年的走势不同，2011 年蛋鸡养殖效益呈现倒“N”型的变动趋势，获利水平分别于春节和中秋前夕达到年度峰值，创近年来的历史新高。尤其是在 9 月份，各地每公斤鸡蛋零售价格均突

破 10 元大关，养殖户获利空间大增。但 10 月份中秋和国庆双节过后，由于鸡蛋市场供求偏紧的矛盾逐渐得到缓解，鸡蛋价格因此出现大幅回落，而同期蛋鸡养殖成本则持续上升；在价格下降和成本上升的双重影响下，蛋鸡养殖效益持续显著下滑，至 2012 年 2 月，多数养殖户已处于亏损状态。至此，蛋鸡养殖行业持续了一年半的上涨行情宣告结束，我国蛋鸡行业进入新一轮的整合调整期。

### 三、2012~2013 年我国蛋鸡产业高位回调

#### 使得过剩产能得到有效释放

经过了 2010 年下半年至 2011 年一整年的高峰期，2012 年初蛋鸡养殖即进入低谷，蛋鸡存栏、产蛋鸡存栏和鸡蛋产量都在上半年经历了一个持续下降的过程，下半年则在低位盘整，小幅震荡。2012 年上半年，供过于求的市场导致蛋价从 2011 年的高位明显回落，加之成本的上升，使蛋鸡行业经历了长达半年的“寒冬”，养殖户连续 7 个月全面亏损；下半年，市场供求逐渐趋于平衡，5 月底、6 月初，成本推动和节日效应等因素促使蛋价强势反弹，于 9 月份达到年度峰值，蛋鸡养殖亦随之逐渐走出低谷，从 8 月份开始获得小幅盈利。但从全年来看，后期的盈利无法弥补前期的亏损，导致 2012 年成为近年来蛋鸡养殖效益最差的年份。由于年度养殖效益欠佳，养殖户亏损严重，很多中小规模养殖户主动或被迫退出蛋鸡养殖行业，从而使得蛋鸡存栏量逐步回落，蛋鸡生产逐步由过剩向平衡调整。

与 2012 年前低后高的形势相反，2013 年蛋鸡养殖呈现出高开低走的态势。2013 年初，受春节节日效应拉动，鸡蛋价格小幅上涨，养殖获利较为可观；但 2 月份春节过后，鸡蛋价格和养殖效益即开始显著下降；4 月底爆发的 H7N9 流感疫情，导致淘汰鸡价格一蹶不振，鸡蛋价格于 4~7 月持续低位震荡，同期蛋鸡养殖亦从微利状态再次进入持续亏损期；8、9 月份蛋价虽有明显回升，但因需求市场疲软，中秋节节日效应的拉动作用远不及往年同期，9 月份蛋价亦未能超过年初峰值，只鸡盈利仅略高于盈亏平衡点。2013 年，蛋鸡养殖成本平稳运行，鸡蛋价格和养殖效益好于 2012 年，但盈利水平依然较低。此外，在 2012 年蛋鸡养殖整体亏损和 2013 年 H7N9 疫情的连续冲击下，蛋鸡养殖户信心受挫，尤其是小规模养殖户不堪重负、纷纷退出，行业整合程度加深。由此，使得 2013 年蛋鸡饲养量和鸡蛋产量总体延续了 2012 年震荡下调的趋势，相对于 2011 年下半年的存栏高位，我国蛋鸡饲养规模已由产能过剩回落至正常水平。但从市场供求来看，由于 2013 年种鸡市场的萧条以及白羽肉鸡大批量引种，用于孵化雏鸡的种蛋转为食品蛋销售，销售比例达 30% 以上，有效增加了鸡蛋供应量；而受中央有关规定影响，礼品及户外消费等蛋品需求则下降了一半以上，故 2013 年我国鸡蛋市场仍呈现出供大于求的格局。

#### 四、促进我国蛋鸡产业有序发展的对策建议

##### 1、继续推动蛋鸡标准化规模养殖，提升蛋鸡产业现代化、

## 集约化程度

制定实施科学的市场准入制度，严格控制祖代鸡的数量和规模，保障行业的整体利益；对新建蛋鸡养殖场进行严格审批和合理规划，确定基本的准入门槛；采取多种利益联结机制，促进蛋鸡产业资源整合，提高行业集中度，逐渐转变养殖模式，积极推动蛋鸡标准化规模养殖。同时，通过标准化、规模化、现代化和集约化程度的不断提升，促进新增投资充分实现其经济和社会效益，降低产业整体运行成本，推动形成更加合理的分配机制。

### 2、建立和完善鸡蛋市场预警预测系统，降低行业决策风险

进一步加强对蛋鸡产业的预警预测工作，积极把握和利用市场价格波动规律，建立价格预警机制；客观监测并及时发布鸡蛋生产与市场价格信息，尤其加强行业内部的信息沟通与协调，降低行业因信息传递不畅带来的风险，为产业发展决策提供参考依据，引导业者理性经营，促进市场平稳健康发展。同时，提高劳动力素质，培养职业队伍，增强蛋鸡养殖主体对市场信息的接收和判断能力。

### 3、加大蛋鸡废弃物处理与利用的政策支持力度，促进蛋鸡产业可持续发展

政府部门应制定和实施系统支持蛋鸡粪肥料的产业化政策，进一步加大对蛋鸡粪资源化、肥料化利用的补贴力度，探索有效的补贴方式，并逐步规范其运作。同时，加强对有机肥

施用效果的宣传力度，引导消费者转变观念，开发潜在市场。

#### **4、建立健全蛋鸡养殖受灾保险和保障机制，有效降低养殖户损失**

目前我国养殖险严重缺位，养殖户所能得到的保障少之又少。当发生保险事故时，养殖户可以得到基本保险金额的赔偿，但与实际经济损失相比，可谓杯水车薪。虽然政府会相应给予一定补贴，但赔偿比例较低。一旦遇到像禽流感这样的突发疫情，大量扑杀家禽，给养殖户造成的损失就更加严重。为此，政策性保险必须跟进，而且应根据养殖户损失程度，适当提高保障水平。同时，建立健全保障机制，考虑设立蛋鸡养殖从业者保障基金，尽早出台应急预案，缓解疫情对产业发展的冲击。

#### **5、引导和推进蛋品加工业发展，提高蛋品加工水平**

以投资、补贴、信贷等政策，加大对龙头加工企业的扶持，在科技投入、设备投资等方面给予扶持政策，加快龙头企业的改造、升级进程；出台外国企业引进、国内企业培植和小型企业重组的优惠措施，通过引进、培植、做强、整合重组，推动蛋品加工业发展；采取产学研相结合的方式，加快蛋品加工技术的研发，提高技术转化速度，扩大新产品生产规模，延伸产业链条，增加蛋品附加值。

#### **6、完善蛋品质量认证和监督检验机制，促进品牌蛋发展**

企业应通过必要的质量保证体系和相关认证，不断提升蛋品品质，树立品牌形象，提升消费者对品牌的认知度和信任度，

逐步扩大品牌蛋市场份额。政府部门应尽快制定统一标准，严格检验程序，定期对市场上的品牌鸡蛋进行抽查，防止假冒伪劣蛋品以次充好，保障消费者利益。

## 7、加强科学、客观、理性的舆论宣传，正确引导消费

充分利用好各种媒体平台，加强科普宣传力度，引导大众关注蛋品行业，减少消费者对禽类产品的错误认识，避免消费恐慌。同时，政府部门应加强对禽类生鲜制品的排查，做到科学宣传与正面引导，防止不当宣传对产业带来的负面伤害。

(欢迎引用、摘编、全文刊载，请注明出处，尊重著作者知识产权。)

---

责任编辑：毛世平 黄丽江

联系电话：(010)82109793

传 真：(010)62187545

电子信箱：[iae@caas.cn](mailto:iae@caas.cn)

通讯地址：北京市海淀区中关村南大街 12 号

中国农业科学院农业经济与发展研究所

邮 编：100081

网 址：<http://www.iae.org.cn>

---