

## 动态信息

韶关发现专业炒猪团伙  
制造恐慌低价收猪

近日,广东省韶关市养猪行业协会表示,有一支专业炒猪团伙进入韶关市,给韶关市养猪业制造恐慌,该炒猪团伙属团伙作案,组织严密、分工明确,目前主要针对大猪场,有专人负责丢弃死猪、专人负责传播舆论、专人负责压价钱、专业运输车辆运输生猪,据了解该团伙一个晚上可以拉空一个万头猪场。

协会表示,目前已证实某公司加农户养殖户附近丢弃的病死猪和曲江大塘山丢弃的20多头病死猪均是炒猪团所为。对于舆论传韶关市多地多个规模猪场发生异常情况,经核实均属谣言。

协会呼吁各位养猪人团结起来,不信谣、不传谣,高度警惕,加快推进区域联防联控,发挥行业力量找出不法分子,发现可疑人员及情况第一时间向区域牵头人或政府部门举报。

邵牧

## 畜禽养殖行业排污许可证申请与核发技术规范标准实施

近日,生态环境部发布《排污许可证申请与核发技术规范 畜禽养殖行业》,此标准规定了畜禽养殖行业排污单位排污许可证申请与核发的基本情况填报要求、许可排放限值确定、实际排放量核算和合规判定的方法,以及自行监测、环境管理台账与排污许可证执行报告等环境管理要求,提出了畜禽养殖行业污染防治可行技术要求。此标准为首次发布,已正式实施。

此项标准的发布是贯彻落实《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国土壤污染防治法》《畜禽规模养殖污染防治条例》等法律法规、《国务院办公厅关于印发控制污染物排放许可制实施方案的通知》和《排污许可管理办法(试行)》,完善排污许可技术支撑体系,指导和规范畜禽养殖行业排污单位排污许可证申请与核发工作。

本报见习记者 刘一明

地方猪品种遗传材料采集  
制作培训班在南京市举办

6月21日至24日,国家级地方猪品种遗传材料采集制作培训班在江苏省南京市举办。全国24个省(区、市)农业农村厅(局)管理部门、遗传材料制作单位和国家级地方猪保种场等代表150余人参加了培训。

在培训班上,有关专家分别就《国家级地方猪品种遗传材料采集保存工作实施方案》、国内外猪遗传资源保护现状及发展趋势、冷冻精液和成纤维细胞制作及体细胞克隆技术、健康猪肠道菌群库建立、猪场主要疫病监测与净化等方面的问题进行了系统深入地讲解。

农业农村部种业管理司副司长孙好勤在培训班上强调,实施国家级地方猪遗传材料采集保存项目,将在有效应对非洲猪瘟疫情威胁,丰富地方猪品种手段,完善家畜遗传资源保护体系,推动生猪种业健康可持续发展等方面发挥重要的作用。要求各地要以强化组织领导、强化责任落实和强化项目管理等方面,扎实推进地方猪品种遗传材料采集制作各项工作。全国畜牧总站党委书记、副站长时建忠指出,启动国家地方猪遗传材料采集制作保存项目非常及时,意义重大,要求各单位本着对历史负责、对子孙后代负责的态度,严格规范操作和质量管控,保质保量按时完成。希望各省级畜牧技术推广部门、遗传材料制作单位和地方猪保种场形成合力,把握时机,主动作为,把国家地方猪遗传资源保护好。

学员们普遍反映,通过培训学习,提高了对开展国家地方猪遗传材料采集保存工作重要性的认识,增强了应对非洲猪瘟疫情威胁的信心和勇气,对于进一步做好我国地方猪遗传资源保护工作具有重要意义。

刘刚

毕节发展肉牛产业  
分户养母牛 集中育犊牛

近日,贵州省毕节市制定出台《毕节市发展壮大肉牛产业助推脱贫攻坚实施方案》,努力将毕节建成全国最大的安格斯牛繁育基地和西南地区最大的优质肉牛生产基地,大力发展壮大肉牛产业,有效助推脱贫攻坚工作。

近年来,毕节市把肉牛产业作为推进农业产业结构调整、助推脱贫攻坚的重要产业,发展步伐不断加快,发展规模逐步壮大,发展成效逐步显现,肉牛产业已成为助推农民群众增收致富的支柱产业之一。据了解,2019年,毕节市存栏牛96万头(其中能繁母牛39万头),共实现产值34亿元,覆盖农户(贫困户)2万户。预计2020年,全市存栏牛100万头,其中能繁母牛41万头,出栏牛36万头,实现产值37亿元,覆盖农户(贫困户)5万户。

据了解,本次出台的将按照“种养结合、草畜配套、适度规模、标准生产、品牌营销、持续发展”的思路,推行“政府+企业+合作社(家庭牧场)+农户(贫困户)”的市场化运行模式,走“分户养殖母牛、集中育犊犊牛”小群体、大规模的肉牛产业发展道路,实现“产生产出安全、资源节约、环境友好”目标,通过发挥专业合作社作用,不断提高毕节的肉牛产业发展水平,为打赢脱贫攻坚战作出贡献。

杨念

## 记者调查

## 种养结合推动绿色发展

## ——上海市松江区生猪养殖模式调查

编者按:在限养禁养政策和非洲猪瘟的夹击下,如何在保护生态环境、推进农业绿色发展的大前提下稳住生猪产能、保证猪肉供给,日益成为社会各界关注的话题。在上海市、区两级政府重视和扶持下,松江区明确提出发展100个种养结合家庭农场,并写进了“十二五”规划。经过10年探索,松江区91个家庭农场实现种养结合,既保留了生猪养殖又推动了绿色发展,这一思路和模式可资借鉴。

□□ 本报记者 胡立刚 文/图

“我不担心非洲猪瘟,松江种养结合家庭农场主都不担心非洲猪瘟。”站在上海市松江区泖港镇腰泾村李春风种养结合家庭农场的猪舍旁,全国闻名的松江家庭农场主李春风谈到非洲猪瘟时的心情像当时的天气一样,云淡风轻。

记者和养了近十年猪的李春风并不陌生,知道他是个实在人,可是,他能如此淡定面对非洲猪瘟,还是有些怀疑他是否心口如一,毕竟,全国31个省市区已经发生过非洲猪瘟疫情。

“我认识不少全国各地的农民朋友,平时相互交流探讨也多,我不怕非洲猪瘟,不是说我技术好、管理水平高,是松江的生猪养殖模式好,你可以去其它种养结合家庭农场了解了解。”看到记者怀疑的神情,李春风憨厚地笑着解释。

在限养禁养政策和非洲猪瘟的夹击下,社会各界又谈起了生态高效畜牧业的话题。大家在反思“一关了之”处置生猪养殖的行为,反思政府一边大力清退生猪养殖,一边补贴有机肥扶持农业绿色发展的做法。随着话题的展开,松江区通过种养结合保留了生猪养殖又推动了绿色发展的模式顺理成章回到了公众视野。

记者调查后发现,松江区经过10年探索,不但完善了种养结合家庭农场体系,还形成了“松林公司+松林畜禽养殖专业合作社+家庭农场”的生猪产业链模式。在这个模式中,专业从事生猪产业的松林公司和旗下的合作社负责产业链的两端及疫病防控等监管服务工作,家庭农场通过养好猪和粪尿高效还田获得回报。这种种养结合生态高效的养猪模式对我国生猪产业发展无疑具有借鉴意义。

**种养结合家庭农场是生态循环农业的最好模式**

“在我看来,目前,种养结合家庭农场是都市循环农业的最好模式,对

松江农业有百利而无一害。”松江区农业农村委副主任杨文说。

记者通过松江区农业农村委了解到,作为黄浦江水源保护地,松江区畜牧业经受了上海市第二轮三年环保行动和美丽乡村行动的检验,至今仍保留15万头生猪出栏能力,这是松江畜牧业和农业产业的大幸。

“种养结合家庭农场主因收入稳定而过了上面有尊严的生活,这是松江乡村振兴最靓丽的风景,家庭农场主们因此更加珍惜生态循环种养结合,农业要素配置势必更趋合理高效,这是很多地方求而不得的良性循环。”松江区农业农村委分管种植业的副主任聊峰说。

李春风的养猪场是松江区91个种养结合型家庭农场中的一个。去年,他们夫妻俩除了种植430亩水稻,还代养育肥了1580头猪,单养猪的收入就达到15万元。得到这个回报,李春风只投入了劳动力和很少的水电费,仔猪、饲料、防疫、无害化处理都是公司统一管理。李春风说:“我们只要好好养,收入就稳定,猪粪尿都还了田,种出来的大米品质自然好,卖大米的收入又增加一大块。”

李春风和其他种养结合的家庭农场主确实只要养好猪,做好粪尿高效还田,别的都不是他们的事。猪场设施及维护由市、区两级财政投入,仔猪、饲料由松林公司统一提供,防疫和无害化处理等由合作社同疫病防控中心、执法大队等联合完成,猪粪肥了由松林公司统一回收并进行加工销售。

松林畜禽养殖专业合作社则代表松林公司全程对接家庭农场。家庭农场负责生态养殖,企业负责加工销售,政府通过基础设施投入引导和扶持生猪生态高效养殖。这一模式带有明显的美国高效肉牛产业链特征,又和中国特色家庭农场实现了完美结合。

**种养结合搭配闭环产业链让消费者吃得放心**

“我们只卖自家养的猪肉!”上海

松林食品(集团)有限公司董事长王龙钦掷地有声。曾经,“松林”牌猪肉因为生态要求而无奈退出,2007年,因成功探索出种养结合生态高效养殖模式,形成一条大都市肉制品生态闭环产业链后稳健回归,如今,则依托“松林”模式笑对非洲猪瘟。

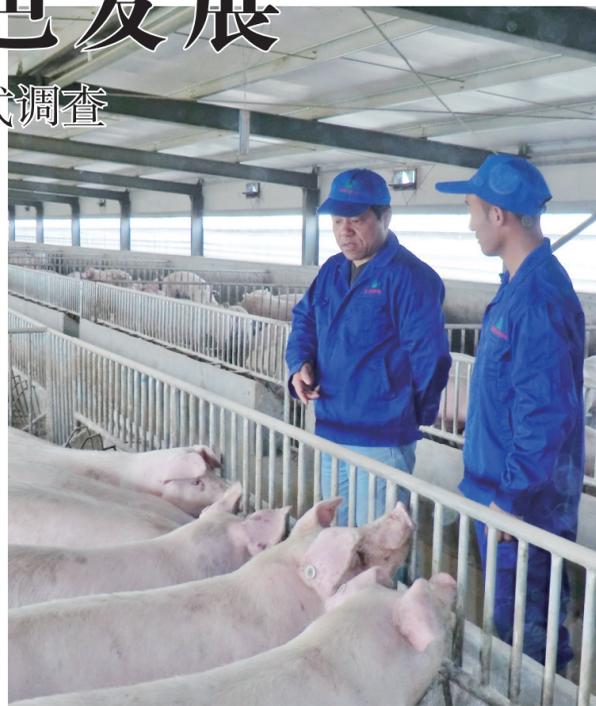
记者发现,为了牢牢抓住消费者的心,松林公司构建了从种苗、育肥到屠宰、深加工的生态闭环产业链,通过优质优价稳步提升品牌形象和影响力。

众所周知,鲜肉、肉制品的生态闭环产业链中,最难解决的是养殖环节的生态高效,松林公司做到了。松林公司从一开始就主动放弃大规模养殖高成本治理的生猪养殖快速发展模式,坚持种养结合生态养殖,把育肥这一环节“化整为零”,交给分布在松江区五个乡镇的家庭农场主代养,以此贯彻种养结合。家庭农场则依靠松林公司的产业链获得高效回报。

杨文告诉记者,因为依托松林公司,松江区比较早地构建了种养结合生态高效生猪养殖模式,现在共有91个种养结合型家庭农场,年出栏15万头。这91个种养结合型家庭农场按照松林公司的要求育肥,仔猪、饲料、防疫、无害化处理都是公司统一管理,猪粪肥了由松林公司统一回收并进行加工销售。家庭农场主付出劳动力和很少的水电费后,按照育肥猪的数量、质量获得回报,去年平均育肥一头猪收入90多元。

每个家庭农场育肥猪的数量按照粪尿完全可消纳的水稻田面积来配置,从1200头到1800头不等。按照1200头计算,家庭农场主育肥的最低年收入也能超过十万元,养得多养得好的年收入更高,松江的家庭农场主都期盼着成为种养结合家庭农场中的一员。

养殖户把公司的猪当成自家的猪饲养,松林公司的管理又环环相扣,自己屠宰自己加工,形成一个完整的闭环产业链,换来的是“松林”牌猪肉品质的稳定可控。见多识广的上海市民



图为李春风在种养结合家庭农场查看情况。

怎能不青睐“松林”猪肉?

**松江区生猪养殖模式能否复制推广?**

“松江的模式带有很大的特殊性,在现有政策下,是很难复制推广的。”当记者问到松江区生猪养殖模式能否复制、推广时,杨文给出了她的答案。在杨文看来,松江区生猪养殖模式本质上是“公司+合作社+家庭农场”模式,只不过松江做到了封闭式管理和分段分点饲养,在其它地方是完全可以做到的。难以复制的原因在于,土地利用政策的限制,即禁止在基本农田新建畜禽养殖场,就很难实现种养结合。

记者了解到,松江成功探索生猪养殖模式的背后是市、区两级政府的重视和扶持,允许松江试点探索是关键。在这个前提下,才有松江区明确提出发展100个种养结合家庭农场,并写进了“十二五”规划。松江探索了10年,落实了91个种养结合家庭农场,这样的探索,上海明确规定仅限于松江,要在上海其它区推广,很难。

那么,从农业产业发展的角度,这样的模式是否应该复制和推广?2018年1月中旬,上海松林工贸有限公司更名为上海松林食品(集团)有限公司,自此,2003年确定专业化从事生猪产业的松林公司形成了下辖生猪养殖、冷鲜肉、肉制品、米业四大子公司的集

团公司。

记者了解到,与其说这是松林公司的一次业务拓展,不如说是该公司的一次产业升级,而且是通过产品品牌的延伸实现的升级。松林公司认为,因为种养结合得好,“松林牌”猪肉经受住了环保风暴考验,在上海市场的影响力不减反增。

记者在李春风家庭农场看到一块牌子,牌子的顶端写着终端消费者的名称,消费者下边一行写着松林种养结合模式优质水稻专供基地,基地的种植品种、种植亩数、农场地址和项目联系人则占据牌子的正中间位置,牌子最下边写着上海松林米业有限公司。

据李春风介绍,这块牌子就是松林米业和农场的订单,以前代养生猪,现在水稻也实现了“代种”。松林米业以高出市场15%左右的价格收购稻谷,加工成松林大米后送到客户手上。从“代养”到“代种”,家庭农场增收了,松林公司发展壮大了,更为重要的是,企业和家庭农场经营者都自觉走上了生态高效的发展道路,这一切的源头,是种养结合。

那么,种养结合的土地问题到底该如何解决?记者在基层采访时发现,在农民看来,土地根本不是问题,他们认为,农村有闲置的宅基地和荒地,如果政策支持转为农业发展的更低成本平衡,村集体和村民不缺养殖设施用地。

## 奶业振兴

## 奶酪消费 奶业振兴的新动能



参会代表对奶酪新产品产生浓厚兴趣。

□□ 本报记者 买天文/图

你会花3个小时排队,去买一杯奶茶吗?你会在众多种类的蛋糕中,挑选一块芝士蛋糕吗?在乳制品消费市场日趋多元、乳制品花样翻新的今天,对于一些喜欢尝鲜的中国消费者来说,回答上述问题,他们或许会给出一个肯定的答案。

无论是奶茶,还是芝士蛋糕,它们的主角都是奶酪。奶酪,又称干酪、芝士,由于其风味口感以及高蛋白、高钙的营养,逐渐成为人们消费的关注焦点。

日前,以“奶酪——奶业振兴新动能”为主题的2019奶酪发展高峰论坛在北京召开。与会专家和业界代表通过对奶酪产业链的深入探讨,逐渐明晰这样一个思路:奶业要振兴,消费得引导,挖掘乳制品市场新的增长点,发展奶酪产业是一个突破口。

## 一块奶酪焕活一个产业

“一杯牛奶强壮一个民族,一块奶酪兴盛一个产业。大力发展奶酪产业,是调优乳品结构,促进奶业振兴,增加乳品消费的重要抓手。奶业要发展,需要找到新的利润增长点,培育新的消费热点,发展奶酪产业大有文章可做。”工业和信息化部消费品工业司司长高延敏说。

近十年来,我国乳品消费增长放缓,年均增长只有0.8公斤,远低于上一个十年每年2公斤的增长水平。高延敏说,在稳定发展液态奶的同时,培育奶酪这个新的消费增长点,让消费者从“喝奶”向“吃奶”转变,可以显著增加乳制品市场需求,更好地发挥消费拉动生产的作用。

对此,高延敏建议,相关生产企业应顺势而为,不断推动产业升级,丰富奶酪制品,更好满足消费者需求;加快关键设

备的改进,促进奶酪品质的提高;加大宣传力度,提升品牌美誉度,培育奶酪消费习惯,在餐饮和零售端积极布局,满足多层次消费需求。

“发展奶酪产业对提升全民营养水平具有重要意义。”中国农业大学教授李德发举例近期出版的《柳叶刀》杂志中的一篇文章,该文章指出,通过追踪195个国家从1990年到2017年15种饮食因素摄入量趋势的研究发现,饮食很大程度上影响了国民的健康,尤其是在癌症和心血管系统疾病方面,无论死亡率还是伤残调整寿命年(从发病到死亡所损失的全部健康寿命年)均受影响。

李德发说,生产1公斤奶酪大约需要10公斤奶,奶酪数倍地浓缩了牛奶中丰富的蛋白质、钙、不饱和脂肪酸、矿物质和维生素等营养成分,不仅是营养密度极高的乳制品,也是附加值最高的一类乳制品,“奶黄金”的美誉名副其实。为实现人体营养均衡,每人每天需摄入乳品350—520克,适当增加奶酪摄入是必要的。

## 消费增长加速产业扩能

中国人均乳制品的年消费量是34公斤,与国际平均100公斤、欧美发达国家200公斤消费量相比还有很大差距,其中一环就是奶酪消费占比太低。欧盟人均奶酪消费超过18公斤,同为亚洲国家的日本和韩国,其奶酪人均消费量分别为2.4公斤、3.1公斤,而我国人均奶酪消费仅0.1公斤,未来我国奶酪消费空间很大。

全国畜牧总站研究员张书义说,目

前全国有奶酪生产许可证的企业约45家,但具备规模产量的企业不足20家,2017年产量约4万吨左右。其中,以国内奶源为原料的自产各类奶酪年产不足1万吨。

“由于我国国内奶酪产量不高,市场缺口主要依靠进口加工来填补。国产奶酪厂商间的竞争并不激烈,反而横向合作拓展国内奶酪市场的意愿更强烈。”张书义说,近年来奶酪进口数量从2006年的不足1万吨,增加到2018年的逾10万吨,由此可以看出,国内市场需求旺盛。

为了顺应这一市场趋势,一批企业已经在奶酪产品的研发与生产等环节上开始发力。而近年来奶酪消费的增长和企业快速增长的销售额,也说明了越来越多的国内消费者对奶酪从认识到认可再到购买的消费变化趋势。尤其近年,奶酪的营养价值被越来越多消费者认知,具有奶酪元素的各式餐饮也逐渐被消费者喜爱。据悉,2018年北京三元餐饮奶酪系产品用量达5000多吨。随着奶酪消费方式的进一步推广,喜欢奶酪的人会越来越来。

## 创新产品让国人爱上奶酪

饮食习惯问题是消费者接受奶酪的影响因素之一。而当下奶酪与中餐的创新融合,让越来越多的消费者接受并爱上奶酪的味道。

在本次论坛的奶酪品鉴环节,几个精致的菜品吸引了众多与会嘉宾的眼球,奶酪三鲜素菜包、奶酪手抓饼、芝士煎包、爆浆芝士糕等,这些都是针对早餐开发的新品。来自企业界的代表说,这些食品中

都按比例加入了一定量的奶酪,满足人体对钙质和蛋白质的需求。奶酪融入中餐需要的是继承与创新,继承的是中餐的传统工艺和食材搭配,创新的是应用端的新想法、新表现力,技巧和创新的结合才能把整个奶酪市场做大,让奶酪真正地融入中国人的食谱中。

面对市场需求,企业该如何拿出更丰富的产品?专家表示,“创新是钥匙”,不论是开拓市场,让消费者从拒绝到接受,还是树立企业的品牌,无不需要运用自身优势不断创新产品。

企业做好产品,还需消费者买单,做好奶酪市场教育及文化推广也是必选项。很多消费者缺乏奶酪的相关知识,不习惯奶酪的味道,不知道如何吃奶酪,很多人只是出于好奇而被动消费。如何从被动转化为主动,这就需要教育、传播和推广的力量。

专家建议,企业要持续做好奶酪市场教育及推广,通过中西结合菜式创新等方式,增加对奶酪的认知,做到健康消费和食用。此外通过专业应用团队与区域合作伙伴共同召开推介会、培训会等方式,增进餐饮终端店铺对奶酪产品的运营水平。在推动奶酪产业发展上,可借鉴学生奶推广计划来推广奶酪,在财政税收、土地政策上给予企业一定支持,通过科技奖励推动企业创新。

毋庸置疑,奶业振兴需要打好组合拳。在纷繁的乳制品市场中,奶酪产品理应占有一席之地,乳企能否洞察消费趋势,在乳品多元化上下功夫,积极培育奶酪品牌,是企业增强未来市场竞争力的关键所在。