

出栏量占据全国“半壁江山”，产业链上多点都在寻找突破 山东鸭业如何破除“成长的烦恼”

记者 王贊

肉鸭品质下降？ 产业面临“成长的烦恼”

上周，第二届(2023)水禽产业五岳论坛暨山东水禽高质量发展大会上，一位与会嘉宾的一句话点出了产业背后的问题，“我们整个产业链上的从业者齐聚两天开业内的会，会场上我随机现场调查了下，除了鸭副产品，一个月吃一次鸭肉的，一个星期吃一次鸭肉的有多少人？举手者寥寥。而且昨天和今天的午餐都没有鸭肉。我们干这个的都不吃鸭肉，还怎么呼吁鸭肉消费？”

“鸭肉在五大肉中从经济学、健康学和营养学上综合评估不输给任何一个肉。腿肉和胸肉价值被严重低估，被低估的原因很简单，就是因为在市场端、消费端的研发投入严重不够。”益客食品集团董事长田立余这样回应鸭肉消费惨淡的问题，“如果没有绝味、周黑鸭、煌上煌这样的企业，肉鸭的规模不可能是这样子，头、脖、掌去哪里呢？正是因为有三家上市公司全力以赴进行市场的开发，才有了分割鸭今天的规模。”

“水禽产业发展局势不错，但是也面临着一些问题，如种鸭经营不规范、饲料质量、养殖方式粗放、鸭粪处理等问题，这些问题也是产业成长过程的问题，也是‘成长的烦恼’。”山东省畜牧兽医局一级调研员李流航如此说。

上周会议的最后一场活动是一场事关研判消费趋势和坚定高质量发展的产业对话，其中在鸭业干了20多年的山东丰盈食品董事长谢荣山的发言“语惊四座”。

“肉鸭的品质下降正在影响人们对鸭肉的消费。这句话可能说得有点大，饲养时间变短，规模化养殖棚不说了，一些普通的棚养得好的有32天出栏6斤重的，这对养殖户是个好事，但是对消费者来说不是一个好现象。鸭头破嘴率、软嘴率比例越来越高，胸、腿脂肪含量不断增加，鸭翅膀变瘦，这都是从终端市场绝味、周黑鸭、熟食店反馈回来的。两只翅煮出来之后变瘦变小，内脏变小，鸭胗、鸭食管变小，鸭绒出绒率低，对杀鸭行业不是好事。咱们的竞争力在鸭胗、鸭毛、鸭食管和鸭舌上。如果这些都变小，冷藏厂不赚钱是暂时的，最终加工出来的整只鸭的附加值就会降低。”

下半年肉鸭市场消费 难以大幅度增长

“鸭产业发展到现在的规模，非进行高质量发展不行了，再延续前些年的路子走下去，我们的路可能越走越窄。虽然在疫情艰难的时刻活下来了，但是在高质量发展的进程中也

山东每年出栏约20亿只鸭子，占全国总量的近一半。2023年过半，山东鸭业也是风云际会，肉鸭产业链上的多点都在寻找突破，纯鸭肉产品也终于开始破局。



06月14日 | 山东种鸭联盟第一报价平台
2023年06月15日 山东种鸭联盟指导价格：鸭苗4.4元/羽，种蛋2.7元/枚，今日淘汰种鸭8.1-8.3元/斤。



06月15日 | 山东种鸭联盟第一报价平台
2023年06月16日 山东种鸭联盟指导价格：鸭苗4.4元/羽，种蛋2.7元/枚，今日淘汰种鸭8.1-8.3元/斤。

山东种鸭信息平台每天的报价。资料图

可能被淘汰掉。”7月13日，山东种鸭联盟理事长刘长胜在与记者交流时表示，“种鸭联盟2020年成立到现在经过了三年多时间，当初推举我做联盟的理事长，我说了句玩笑：‘确实是赶鸭子上架。’我从事36年的鸭子养殖，鸭产业从去年下半年开始到现在一年的时间，得到了较好的恢复，种禽板块在三年疫情期间付出的牺牲是最大的，能活下来的非常不容易。我们既然活下来了，就要把今后的路子走好，使我们各自的企业都健康、高质量地发展下去。”

“种鸭板块是整个行业的前端，种鸭养殖企业必须要把前端的质量把握好，在高质量发展的要求下，从自身做起，逐步地完善起来。”刘长胜说。

对于山东鸭业的高质量发展，山东省畜牧协会水禽分会会长、和康源集团董事长孟庆利也是乐观的。他表示，“肉鸭的发展和肉鸡是一样的，我们在上世纪90年代发展肉鸡的时候，搞肉鸡一条龙——种鸡、养殖、饲料、食品加工一条龙，养肉鸡的成活率80%多。我作为当时的总经理也不愿意吃那个鸡肉，现在不是这样，我出差吃快餐，不是麦当劳就是肯德基，吃完了就走，又便宜，质量又好，笼养的生鸡成活率在百分之九十七八，很少用药，用药也不超过5毛钱。上世纪90年代养肉鸡，一只肉鸡的用药2块钱左右。大家敢吃吗？真的不敢吃。现在为什么敢吃了？因为升级了，养好了，鸭子也会走到这样的水平。鸭肉既质量好、不饱和脂肪酸多、副产品多，价格还便宜。”

孟庆利还透露，今年3月，

九家企业自发地组织了高质量发展委员会，成立了鸭高创(山东)咨询有限公司。

中国畜牧业协会水禽分会副秘书长程好良对今年下半年肉鸭市场是这样描述的：种鸭存栏和商品鸭的产能仍然偏大，消费难以大幅度增长。生猪的供应量大，价格比较低迷，鸭肉的替代效应进一步减弱，今年下半年整个肉鸭产业各个环节的压力不同，鸭苗的行情会好一些，压力会小一些，后端谨慎乐观。

肉鸭预制菜 山东生产要素底子硬

上个月，国内首家肉鸭产业上市公司华英农业摘掉了公司戴了两年的其他风险警示的ST“帽子”，公司也在投资者关系活动中表示，计划与专业团队重点布局新媒体销售，通过短视频、直播、达人合作等方式引流，提升熟食、预制菜销量。其中提到针对欧洲市场的华英菏泽子公司，据其负责人曾新介绍，2022年公司出口的鸭肉预制菜产品有2800多吨，预计华英菏泽公司2023年的鸭肉预制菜产品出口量将超过4000吨。

其实，对于肉鸭加工企业来说，预制菜并不是新生事物，之前很多企业生产的鸭肉调理食品、鸭肉休闲食品、烤鸭等，早已摆上百姓餐桌，受到年轻消费者的追捧，并引领加工禽产品的市场潮流，起到了产业增效和企业增值的重要作用。

山东多地都具有齐备的肉鸭预制菜生产要素。去年8月，由中国畜牧业协会主办，

中国畜牧业协会白羽肉鸭工作委员会和泰安市畜牧兽医行业协会承办的肉鸭预制菜发展研讨会在泰安召开，泰安市畜牧兽医事业发展中心主任鹿道新在大会致辞中指出：泰安是重要的畜产品生产基地，畜牧业产值占农业总产值的35%。泰安市肉鸭养殖技术水平较高，2019年成功推出肉鸭笼养模式并向全国推广，目前全市共有13家家禽屠宰企业，具有生产肉鸭预制菜的产业基础。

对于沂南，很多人的印象可能还停留在“长三角三只咸水鸭就有一只来自沂南”。大多数人可能不知道，自己买回家的雪花鸭肫、麦穗腰花、鸭肚丝、鸭腿、口口脆、火锅鸭肠、啤酒鸭、老厨土鸡等预制菜产品，很多也都来自沂南。2022年，山东预制菜产业联盟发布了包括“鸭寨夫人”牌脱骨鸭掌在内的沂南十大预制菜品牌。泉润食品的“鸭寨夫人”系列高端精致休闲食品，成为全国同类产品领军品牌，年销售额突破2亿元……

沂南县畜牧发展促进中心主任、县食品产业链办公室主任贺洪雨上周到潍坊参加山东水禽业高质量发展大会，会上他提到，沂南县每年出栏肉鸭2亿只左右，屠宰肉鸭6亿—7亿只，40家屠宰厂，有一部分做深加工，有一部分只做屠宰。种鸭在30万—40万只之间。他也谈到肉鸭预制菜，不久前沂南举办了沂南县产业链企业家沙龙及预制菜发展论坛，“现在人的口味不断变化，一个产品原先可能有，没有火起来，像淄博烧烤、冒烤鸭等一系列的产品。我们现在做得比较好的一是调理鸭，二是一些休闲食品。鸭血、火锅食材做得也比较好。”

乐寿农牧集团董事长郜希君此前曾公开表示，预制菜对于肉鸭行业来说是新的发展方向，可以把鸭肉产品引向消费端，有效促进产品消费。目前市场上鸭肉预制菜种类偏少，企业有好的产品可以互相借鉴经验，市场销量大的产品有必要制定产品标准。

也是在山东水禽业高质量发展大会上，潍坊市畜牧业发展中心主任孟凡东介绍，2022年，潍坊市肉鸭的加工企业34家，日屠宰加工能力达到了170万只以上，年屠宰量超过5亿只，屠宰肉鸭1000万只以上的企业有20多家，去年屠宰了4.2亿只，接近全省肉鸭屠宰量的1/3。2022年，山东省屠宰量位居前三位的肉鸭屠宰企业均在潍坊。孟凡东告诉记者，“上个月，我们成功组织了‘省市肉鸭产业高质量发展昌乐现场会及典型模式发布推介会’，发布了‘潍坊模式’‘昌乐模式’‘圣沣模式’‘烤德上模式’四个肉鸭高质量发展的典型模式，在水禽产业高质量发展上进行了有益的探索。”

记者 王贊

延伸阅读

无论是从资本市场还是消费数据看，鸭脖生意都不再像以前那么好做了。

“鸭产品消费形态较少，鸭胸肉、鸭腿肉仅作为其他肉类的廉价替代品，超市和家庭的消费量很少，只有鸭副产品作为休闲的卤制食品消费较大。”对于鸭产品的市场，乐寿农牧集团董事长郜希君不仅有看法还有动作，目前乐寿集团实施两个肉鸭产业链条：烤鸭产业链和分割鸭的产业链。

“我们做了三个模式的创新：乐寿御坊烤鸭外卖店模式、鸭宴亭烤鸭火锅模式、炬畔烤鸭肉模式。”按照郜希君的思路，从生产高端烤鸭坯为目标配置资源，在振兴北京鸭养殖、高质量鸭坯饲料生产、精品烤鸭坯生产产业链发力，实现高端品牌定位战略，全力打造“中国烤鸭绿色产业链第一品牌”，目前“乐寿烤鸭坯”和“乐寿御坊烤鸭店”依然保持旺盛的市场销售增长率和较高的市场价格溢价率，发展前景良好。

“我跟乐寿御坊做的门店类型很像，都是40平方米左右的北京烤鸭外带外卖的店，没有任何的堂食，但是我们用的产品截然不同。郜总他们用的是传统的鸭坯，属于高端。我们用的是把小白条和部分大白条做成鸭坯，在沂南和莒南两个地方投资了调理鸭坯的车间，两年前我们成立了华鸭食品，投资了调理鸭坯的车间。”烤德上品牌创始人陶玉兴跟记者分享了什么是调理鸭坯，“调理鸭之前有，鸭坯也有，但是‘调理鸭坯’这四个字是我们喊出来的，我们自己命名华鸭食品是调理鸭坯这个品类的开创。用调理鸭坯的全国连锁店品牌前10名，我供应了7家。我们和传统的鸭坯在细分领域里面是两个赛道，在鸭坯行业我们又做了细分：传统鸭坯和调理鸭坯。调理鸭坯是什么意思？我们用小白条、大白条经过腌制，腌制完了之后再经过北京烤鸭的烫皮、挂糖的工艺处理，把它做成调理鸭坯。”

陶玉兴被“老鸭人”称为“鸭二代”，他思考着鸭肉产品多年面临的痛点。

有这么多的餐饮连锁巨头开发鸡肉的产品，倒逼屠宰企业和养殖企业按照他们的要求和方式生产、屠宰、养殖，鸭肉类的呢？接下来它到底以北京烤鸭外卖店的形式出现，还是火锅店的形式出现，还是以烤肉类的形式出现？它一定会出现。所有产业链的升级都是倒逼的。

让鸭肉有更多的消费场景