

新疆肉羊产业发展现状和对策研究

□ 程登军

(新疆理工学院, 新疆阿克苏 843100; 浙江财经大学, 浙江 杭州 310018)

摘要:新疆肉羊产业对于新疆居民增加就业、提高收入、满足羊肉消费需求、传承饮食文化等影响是多方位的。近年来,肉羊养殖成本上升、羊肉价格下降和养羊利润降低,使养羊积极性受挫,新疆肉羊产业受到一定的冲击。新疆作为肉羊养殖大省和羊肉消费大省,有一定的肉羊产业基础和市场韧性。当地政府要加大对羊肉市场的调控力度,发挥羊肉市场规模优势,更好满足居民羊肉需求;加大对养殖户和养殖加工企业的政策扶持力度,优化养殖方式;加强对肉羊区域品牌和企业品牌的联合品牌建设,振兴肉羊产业,更好地实现乡村产业振兴。

关键词:肉羊产业; 羊肉价格; 羊肉消费; 羊肉品牌; 对策

一、引言

新疆具有独特的地理人文环境和丰富的草地资源,这些得天独厚的资源禀赋为新疆肉羊产业发展提供了重要条件。新疆作为我国传统的畜牧业大省,其肉羊产业不仅是主导产业,更是最具优势的传统产业之一^[1]。新疆从古至今就是我国最大的羊肉消费地区,无论是少数民族还是汉族,受当地饮食习惯影响,羊肉始终是当地居民尤其是少数民族最为偏爱的肉食产品,在当地居民日常生活消费中占据较大的比重。2022年新疆全区羊存栏4825.2万只,同比增长5.6%;羊出栏3404万只,同比下降4%;羊肉产量60.7万吨,同比增加0.5%^[2]。目前新疆羊肉存在着供求结构性和供需偏紧问题,新疆本地羊肉供不应求,2022年新疆全年调入活羊298.87万只,调出活羊26万只,净调入活羊272.87万只,较2021年分别下降43.94%、11.8%、45.82%^[3]。新疆羊肉市场上羊肉质量参差不齐,品牌羊肉相对较少,农户养殖商品化程度较低,多数居民都是以非品牌羊肉消费为主。

新疆羊肉在全国有一定的品牌知名度、美誉度,新疆除了一些地方羊肉品牌,如:玛纳斯萨福克羊、塔城巴什拜羊、尉犁罗布羊等地理标志羊肉品牌,也有如:“小巴依”“绿翔”“富祥”等企业羊肉品牌^[4]。但总体上,企业羊肉品牌数量较少,品牌特色不够鲜明,多是一些地方区域品牌,品牌影响力小,在品牌建设和维护方面还有差距,难以满足居民对羊肉更高层次的需求。

2023年以来,我国羊肉价格下行趋势明显,国际贸易逆差进一步扩大,但随着肉羊产业科技水平持续提

升,为产业创新发展提供了活力,预计2024年我国羊肉产量将小幅增加,市场需求仍将继续上升。但我国肉羊产业仍存在生产组织不健全、羊制品加工标准不统一,以及品牌影响力弱、溢价效应不明显等核心问题,致使养羊户面临经营效益提升困难的挑战^[5]。

二、新疆肉羊产业发展现状

(一) 新疆羊肉价格随着国内羊肉价格同步下降

2022年至2023年,全国羊肉年度平均价格从83.3元/公斤下降到77.3元/公斤,下降幅度较大,这与疫情期间全国经济运行速度低迷、经济预期不乐观、肉羊养殖规模扩增和技术提高、羊肉供给增多、国外羊肉进口量增加、羊肉的替代性增强,以及羊肉的需求价格弹性相对较大有关。与全国不同的是,2023年1月至12月份新疆羊肉市场价格总体呈现第一季度小幅上涨,第二至第四季度持续下跌的特征;在2月份和3月份,受春节效应、季节性等因素影响有小幅度的回升;之后,羊肉价格从3月份开始呈现逐月连续下跌趋势,跌至12月份的61.46元/公斤,其中7月份羊肉市场价格环比跌幅最大,为2.4%,整体上新疆羊肉从2021年到2024年一直在下跌,价格走势与全国基本保持一致。

(二) 新疆羊肉消费比重大,消费量有所增加

新疆羊肉消费需求量与国内消费需求量都在增加。由于近几年疫情影响,户内消费在羊肉总消费的比重有所增加,羊肉消费偏好又存在区域性和民族差异性,羊肉消费主要集中在中国西北和华北等北方地区,占比

作者简介:程登军,男,1987年出生,甘肃景泰人,讲师,硕士。研究方向:绿色营销、品牌营销。

超过50%。新疆少数民族居民较多，受饮食文化、习惯与宗教等因素影响，普遍喜欢羊肉，从而形成了全国最大的羊肉消费市场，对全国羊肉消费市场份额有较大影响。新疆农村羊肉购买力高于城镇，新疆农村地区多以少数民族聚居为主，少数民族人口占比大；城市相对人口结构多元化，猪肉也是城镇汉族居民的主要肉食来源。

（三）新疆羊肉产量和供给量有所提高

随着新疆肉羊养殖企业规模的扩大、养殖技术的提高，养殖效率也大幅提升，新疆羊肉产量和肉羊出栏量都有所增加。根据新疆维吾尔自治区统计局公布的最新数据显示，2023年新疆（含兵团）羊肉产量为62.78万吨，同比增长3.4%；出栏量为3543.19万只，同比增长4.1%；存栏量为4524.36万只，同比下降6.2%；虽然羊存栏量较2022年有所下降，但存栏量仍处于历史高位^[5]。新疆羊肉需求量增加的同时，但产量也在增加，且活羊从内地调往新疆的数量也在增加。新疆羊肉价格在综合因素影响下四年连续下降，说明了新疆羊肉市场和全国羊肉市场有很强的联动性，国内羊肉市场价格的下降，也是受国际羊肉市场价格影响所致。新疆羊肉市场价格同样受到全国和国际羊肉市场价格的影响。

（四）新疆养殖肉羊的饲草料和人工成本持续增加

新疆随着退牧还草、禁牧休牧政策的实施，以前靠牧场放养为主的饲养方式现在大多转变成以圈养为主的养殖模式。养羊户受养殖条件所限，养殖规模普遍较小，人工成本和机会成本较大。圈养模式不仅对养殖环境和养殖技术有更高要求，同时在饲草料、疫病防控技术以及药品等投入方面也比放养模式多，且饲草料又是养殖成本中占比最高的，因此无形中加大了养殖成本投入。2020年至2023年主要饲料作物价格总体呈现逐年增加趋势，羊单位平均总成本与饲草料成本变动趋势基本一致，均呈现逐年攀升势头。新疆的玉米、豆粕等主要饲料价格又高于全国水平，新疆人工成本也相对较高，这些要素决定了新疆肉羊生产成本要明显高于全国其它省份。

（五）新疆肉羊散户养殖积极性下降和数量减少

新疆肉羊养殖从放养模式逐步转变成圈养模式，形成规模的肉羊养殖企业和养殖户也越来越多。规模养殖门槛相对较高，资本、技术和管理水平等对规模养殖至关重要。通过规模经济和范围经济可以降低养殖成本，使边际养殖成本下降，提高养殖效率；通过市场机制调节和品牌效应也可以提高养殖收益。散养户由于养殖条件所限，一般饲养的肉羊数量都在十只以内，商品

化和市场化程度较低，一般出售的都是老弱病残的淘汰羊，也多是销售给小商小贩，价格比一般市场价格要低。近几年来肉羊市场一直疲软，肉羊价格也比较低，饲草料价格又相对较高；以及随着国家工业化和城镇化发展，农村的青壮劳动力都转移到城市里务工，农村的劳动力不足，这些因素都影响着散养户肉羊养殖的成本和收益，造成散养户养羊积极性降低，肉羊养殖逐渐向规模养殖企业和养殖户集中。

（六）新疆肉羊产业优劣势总结

新疆肉羊产业作为新疆传统产业和支柱产业，对新疆经济发展、社会稳定、文化传承有着非常重要的影响作用。新疆居民受传统饮食文化影响普遍喜食羊肉，从而形成了国内最大的羊肉消费市场。新疆居民尤其少数民族居民对羊有着特殊情感，农村几乎家家都会养羊，积累了丰富的养羊经验和技术；同时新疆也有一些优良的草场，适合一定数量牲畜的放牧饲养；地方政府对肉羊产业的高度重视和大力支持；规模肉羊养殖和羊肉加工企业的快速发展，这些因素都是新疆肉羊产业发展的优势所在。

但随着冷链物流的发展和物流成本的下降，以及全国统一的羊肉市场逐步形成，对新疆羊肉市场和肉羊产业形成了一定的冲击，增加了肉羊养殖收益风险和不确定性，打击了小、微养殖企业和散养户的养殖信心；且多数肉羊加工企业又缺乏在全国有一定影响力的优势品牌和地理标志，以及羊肉精深加工不足等都影响了肉羊产业效益。目前，新疆肉羊养殖企业、养殖户、羊肉加工企业都处在各自为战、单打独斗的状况，没有形成好的合作模式来发挥合力。

三、促进新疆肉羊产业发展建议

（一）政府加大对羊肉市场的调控力度

羊肉价格的大幅度波动和持续下降对新疆肉羊产业的发展有很大的影响，羊肉价格在一定程度上作为羊肉稀缺程度的信号对市场羊肉供给和需求有一定的调节作用。价格剧烈波动对养殖户和肉羊企业的信心和预期有很大的影响和干扰，不利于肉羊养殖者管理决策，也不利于新疆肉羊产业长期健康稳定发展。政府要加大对肉羊全产业链的监测预警，根据肉羊市场形势调整羊肉储备政策，及时收储、投放，防止羊肉市场价格剧烈波动。政府及时有效作为和市场调节的结合，可以及时掌握和监控肉羊产业链供应链对羊肉价格波动产生影响的关键因素，并采取针对性的政策对冲肉羊养殖的自然风险和市场风险，使市场供需和价格保持长期平稳态势。

（二）发挥规模羊肉市场需求优势，更好满足居民喜食羊肉需求

新疆有基数巨大、偏好稳定的羊肉消费者，新疆羊肉不能自给自足，需求拉动是新疆肉羊产业发展的内在动力。2023年新疆肉羊产业供需偏紧状况持续改善，羊肉市场价格或继续波段式缓慢回调。通过活羊调入和调出来调节新疆羊肉需求结构，加强对活羊调动的疫病和质量监控，不能把内地的老弱病残淘汰羊以低价输入新疆消费市场；要加大牛羊交易中心的建设和管理，降低交易成本，促进全国肉羊和羊肉高效流通和交易；要发挥新疆畜牧业协会羊业分会和新疆羊肉消费协会的影响作用，加强与全国羊业协会和羊肉消费协会的沟通交流，及时获取肉羊产业政策信息和市场信息，增加肉羊产业和市场的话语权和谈判力；要加强羊肉冷库基础设施建设，打造高效羊肉专业冷链物流体系。

（三）加大对养殖户和企业的政策扶持，优化养殖方式

地方政府在城镇和乡村功能区规划时，除了要有生活居住区、工业区和商业区外，还要在合适的区域规划养殖区，把农村的养殖小户都集中在养殖区内，加强集中管理和技术指导，方便各养殖户间开展养殖技术的学习交流。政府通过土地使用优惠政策、产业政策、税收优惠政策等大力扶持和鼓励肉羊产业发展。在分散的小养殖户占一定比重的肉羊产业结构中，如何激发小养殖户的养殖积极性和信心，对整个肉羊产业的发展有一定促进作用。提升小养殖户与龙头企业的合作意愿，通过

“企业+合作社+养殖户”的组织形式和合作模式，延长肉羊产业链供应链，提高产业链上下游企业、农户的合作，提高产业链韧性，帮助分散养殖户和企业降低风险，增加养殖收益。

（四）加强肉羊区域品牌和企业品牌的联合品牌建设

在羊肉品牌建设的过程中，首先要划分品牌建设主体，把区域品牌和企业品牌区别开来，创新出一种政府加企业加养殖户的合作模式，来共同创造一个知名的联合羊肉品牌或者强势的地理标志羊肉品牌，共同建设、共同维护、共同受益。品牌建设主体有没有现代市场营销观念，是影响新疆羊肉品牌价值提升的关键因素。受传统农业生产方式和产品观念的影响，农产品销售仍处在简单的生产、销售以及以产定销阶段，缺乏顾客需求导向观念，品牌建设主体的品牌意识淡薄，存在“搭便车”和“逆向选择”等道德风险问题。羊肉品牌建设主

体对羊肉品牌发展长效机制的建设要全面深入地考虑，加强总体规划指导，要有连续和整体的品牌政策和推广活动^[6]。

四、结语

各级政府需要扶持鼓励一批优秀企业，企业在养殖、屠宰、加工等环节对专业技术人员队伍培育，需要建立高素质的营销人才队伍，才能极大地提升新疆品牌羊肉竞争力。通过肉羊产业龙头企业的发展和壮大建立企业品牌，将企业品牌与地理标志品牌联合起来，建立联合品牌；通过企业品牌带动地理标志品牌的建设和推广，通过地理标志品牌为企业品牌的发展壮大强基固本。品牌管理人才稀缺成为新疆羊肉品牌发展的短板，政府和企业可以高薪引进一些内地或者国外的优秀品牌管理人才，加大对本地品牌管理人员的培训，鼓励一些新疆羊企优秀企业家和管理人员赴内地或国外参观学习。品牌营销和管理人才是新疆羊肉品牌建设、推广、维护和发展的重中之重。政府要扶持和鼓励企业建立较大规模羊企，较大规模羊企能保证羊肉质量从源头上进行控制，建设标准化养殖基地和屠宰加工车间，加强对农户羊肉质量监督、技术改进和创新、注册品牌商标、市场调研、广告宣传、管理人员培训以及羊肉品牌运营维护。品牌企业经营模式最好采用“公司基地农户”“公司合作社农户”等合作经营模式或纵向一体化经营模式。

参考文献：

- [1] 刘娜娜, 杨会国.2022年新疆农区肉羊产业发展概况及2023年趋势 [J].草食家畜, 2024 (03) : 54-62.
- [2] 鲁云峰, 刘娜娜.2022年新疆肉羊市场形势回归及2023年展望 [J].农业展望, 2023 (02) : 33-36.
- [3] 鲁云峰, 曹宏斌, 刘娜娜.2021年新疆羊肉市场形式分析及2022年展望 [J].草食家畜, 2022 (07) : 58-61.
- [4] 徐秋艳.新疆居民羊肉消费行为研究 [D].北京: 中国农业大学, 2017.
- [5] 李军, 金海.2023年我国肉羊产业发展概况、未来发展趋势及建议 [J].中国畜牧杂志, 2024 (03) : 322-327.
- [6] 董谦, 李秉龙, 刘宾.企业品牌羊肉消费者购买行为及影响因素分析——基于呼和浩特市城市居民的调研 [J].农业现代化研究, 2015, 36 (02) : 277-283.