

供给侧改革的新机遇与 饲料企业的创新发展

黄炳堂

武汉天龙饲料有限公司, 武汉 430200

摘要 本文简明阐述供给侧改革的时代背景, 供给侧改革的实质, 政府供给侧改革的大政方针给实体经济带来的机遇, 提出了饲料企业抢抓供给侧改革新机遇, 实现创新发展新思路。

关键词 供给侧改革; 互联网思维; 创新发展

党的十二大供给侧改革是一个热门话题, 这个热门话题无疑给实体经济带来了新机遇。饲料行业经过近 30 年的发展, 虽已取得巨大成就, 但当下饲料行业发展也出现了严重的经营困难, 必须进行供给侧改革。现就供给侧改革和饲料企业的发展话题, 谈谈自己的一些陋见。

1 供给侧改革是时代的新机遇

拉动经济有三驾马车, 他们分别是: 投资、出口和内需。这三驾马车都是立足于“需求侧”考虑。以前提到经济增长, 条件反射地想到扩大需求、刺激消费、增加投资和增加出口。从 2014 年起中国经济出现常态: 进入“三期”: ①经济增速从高速向中高速转换的换档期; ②结构调整的阵痛期; ③前期刺激的消化期。通过两年的改革实践, 表明中国经济的症结不在需求侧, 而是“供给侧”出现问题导致供需结构不协调。现在要换一种新思路、新方法, 那就是供给侧改革。

2 中国消费者高调在海外“扫货”催生供给侧改革

以 2015 年为例, 我国出境旅游人数达 1.2 亿人次, 境外消费达 1.2 万亿人民币。不仅是奢侈品、连电饭煲、马桶盖等一般消费品也热衷于从境外购买。究其原因, 为何国人不远万里到境外消费? 这不能怪消费者, 而是国内缺乏让消费者称心如意的高品质商品供应, 这再次说明当前中国经济的症结不在需求侧, 不是有效需求不足, 而是“供给侧”出现问题导致供需结构不协调, 出现一方面国内产能过剩严重, 很多消费品积压滞销; 另一方面消费者在国内买不到价格合适的高品质商品, 不惜全球“海淘”。这就催生出供给侧改革, 如董明珠所言, “让世界爱上中国造”, 拉回中国“海淘”消费者, 进而带动出口。

能怪消费者, 而是国内缺乏让消费者称心如意的高品质商品供应, 这再次说明当前中国经济的症结不在需求侧, 不是有效需求不足, 而是“供给侧”出现问题导致供需结构不协调, 出现一方面国内产能过剩严重, 很多消费品积压滞销; 另一方面消费者在国内买不到价格合适的高品质商品, 不惜全球“海淘”。这就催生出供给侧改革, 如董明珠所言, “让世界爱上中国造”, 拉回中国“海淘”消费者, 进而带动出口。

3 供给侧改革给实体经济带来了什么新机遇

3.1 供给侧改革的实质

供给侧改革的实质有二: 一是质量, 二是效率。就是从提高供给质量出发, 用改革的办法推进结构调整。2015 年 3 月 29 日, 李克强总理在第二届中国质量奖颁奖大会上指出: “质量发展是强国之基、立业之本和转型之要。”把提升质量作为推动供给结构、需求结构升级的重要推手, 倡导精益求精的工匠精神。生产出让用户“尖叫”的产品, 实现价值营销, 让企业在市场上做“乘法”, 产生更大的企业效益。同时提高生产效率, 更好地满足广大人民群众的需求, 促进社会持续健康发展。

3.2 政府怎样进行供给侧改革

党的十二大, 党和政府向全国人民发出了“供

收稿日期: 2016-04-07

黄炳堂, 男, 武汉天龙饲料有限公司董事长, 华中农业大学动科动医学院兼职教授, 湖北省饲料工业协会副会长, 武汉市饲料工业协会常务副会长, 武汉市农业产业化龙头企业协会副会长兼秘书长。

供给侧”改革的号令,这是历史的新机遇。从宏观层面分析,政府怎样进行供给侧改革呢?

- 1)化解过剩产能,淘汰僵尸企业,加大产业重组。
- 2)帮助企业降低成本:①减税;②降低企业社会保险金的上交比例;③营改增等。
- 3)化解房地产库存。
- 4)防范或化解金融风险。

4 中国饲料企业如何抓住供给侧改革的新机遇,去实现企业的创新发展

4.1 中国饲料企业的现状

1)产能严重过剩。80%以上的企业产能利用率不到 50%。图 1 所示的几家大型上市饲料企业的产能利用率就足以说明问题(资料来源《猪 e 网》)。

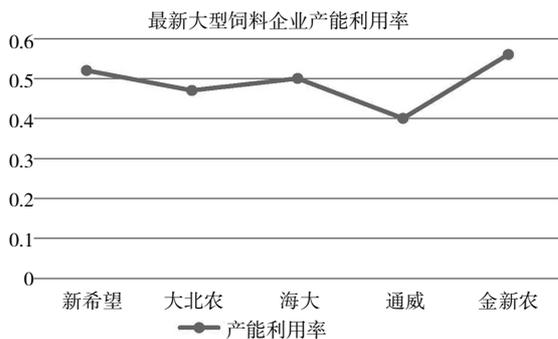


图 1 上市饲料企业的产能利用率

2)企业数量迅速减少。2013 年中国获饲料生产许可证的企业有 10 061 家,到 2014 年 12 月,中国饲料获证企业仅为 7 061 家,2015 年又下降至 6 772 家,比 2010 年底减少 4 071 家,有人预言未来 5 年会下降至 2 000~3 000 家。

3)产品质量同质化严重,没有真正以用户为中心创新产品,满足养殖户的“痛点”需求,一味相互模仿。

4)价格战和赊销日益突出,且往往由上市的大企业率先发起:饲料企业的价格战、促销、赊销成了企业竞争的主要手段,重复了当年家电行业竞争的故事,加大了企业生存风险。

2013 年至 2015 年上半年养猪业连续 22 个月的亏损,大的饲料企业为了抢夺销量,纷纷“赊销献身”,利用其资本优势,向一家家不到 500 头母猪规模的猪场提供铺底资金少则 200 万,多则几百万,3 000 头以上母猪规模的猪场多则铺底几千万元,扰乱了整个行业秩序。当然水产行业也不例外,大

型企业竞相降价和赊销,丧失了大企业应有的“风范”。

5)企业利润很薄,严重制约企业生存和员工幸福指数提升及企业发展:就拿不以教槽料和预混料为主的几家(配合饲料)上市公司为例,其毛利大多维持在 5%~10%的水平,可见其他中小企业毛利就更薄了。经济学的观点表明,一家制造企业的毛利低于 15%,只要市场出现一些变化和波动,企业是很难经营的。图 2 所示为上市公司的毛利状况(资料来源《猪 e 网》)。

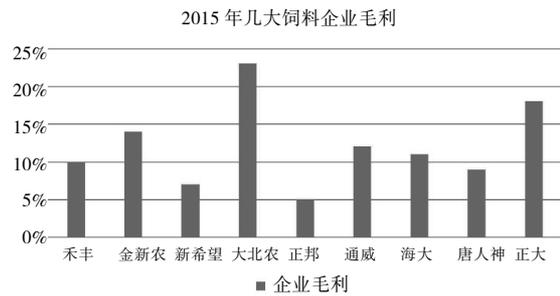


图 2 上市饲料企业毛利

6)年产 50 万 t 以上饲料企业集团 48 家,产量占全国总量的 56.5%,分别比 2010 年增加 18 家和 14.5%。年产 100 万 t 以上饲料企业集团 32 家,产量占全国总产量的 51%,分别比 2010 年增加 15 家和 14%。这说明大企业整合和增速较快。

7)大企业大手笔大发展:采用饲料—养殖—屠宰的产业模式。单纯的饲料企业服务的群体只能是家庭农场,这部分群体将是饲料企业赖以生存的根本。可见未来中小饲料企业的生存空间就更小了,并且竞争更白热化。

8)消费者对食品安全的担忧仍影响着饲料和养殖行业的可持续发展。

9)个别地区,一些大型养殖场结盟成立采购平台,联合采购,过度挤压生产商的利润,让饲料生产商无利可图,影响行业健康发展。

10)互联网对农业企业带来了极大冲击,让很多中小企业措手不及。

4.2 饲料企业如何进行自我创新发展

1)必须认识互联网,相信互联网并拥抱互联网。互联网是什么?A.互联网是一种工具——商业工具、管理工具、信息工具,企业必须用互联网武装自己。B.对于制造业而言互联网更是一种思维——质量第一(产品极致),改变成本结构,改变交易结构,其特点如下:①用户为王。以用户为中心,从用户中来,

到用户中去;②以产品质量为中心。千好万好不如用户说好;③去中间商化。改变交易结构;④去时间化。高效快捷;⑤跨界整合。传统产业跨界 IT 等行业;⑥商业模式改变。产品设计采用 C2B,营销采用 O2O,“产品+粉丝”的新商业模式。

2) 差异化之路是必由之路。中小企业要战胜大企业唯一的路径就是走差异化之路:诺基亚(塞班系统)为什么能打败红极一时的摩托罗拉(LINUX 系统),苹果(IOS 系统)为什么能打败数字手机冠军诺基亚,其真正的原因是:他们没有模仿,而是走差异化之路。由于采用了不同系统,才有后来者打败先驱和强者的商业传奇。

3) 用户的“痛点”思维。产品设计必须挖掘用户的“痛点”,针对“痛点”,研发产品。将传统的 B2C(工厂到顾客)模式,改变为互联网时代的 C2B(顾客到工厂)模式,将原来工程师思维变为产品经理思维,从用户中来,有的放矢,发扬工匠精神,精益求精,将产品做到极致,也只有将产品做到极致,让用户尖叫,才能实现价值营销。

武汉天龙饲料有限公司从社会“痛点”(食品安全)出发,从用户“痛点”出发,带着让中国人吃到无抗动物产品的使命,前 4 年开始研发发酵饲料,专注母猪营养研究,并逐年加大力度,现在取得了可喜成果。育肥猪料做到了无抗,天龙无抗饲料改变了肉质,显著提高了系水率和屠宰率,彻底解决了怀孕母猪便秘问题,让用户“尖叫”。教保料在广大规模化猪场深受青睐,现在其也在无抗的研发路上,相信不久的将来也会解决抗生素的使用问题。

用户“痛点”很多,以养猪业为例,中国的 PSY(一头母猪一年提供的断奶活仔数)只有 16 头,美国为 25 头,丹麦为 30 头。国与国之间差距如此之大,这说明中国养猪人的“痛点”很多,说明饲料企业还有更多文章可做。除了品种、疾病防控、饲养管理、饲养条件外,饲料营养,尤其是免疫营养影响着养猪业饲养的成绩。如果中国能将 PSY 提升 9 头,中国的母猪至少可减少 1/3,可大大减轻环保压力,节约饲料并实现增收 50%以上。如果饲料企业在产品上去寻找用户的痛点,同时加强自身专业学习和养猪实践,真正掌握养猪本领,为猪场提供有效的技术服务,才能真正实现饲料企业供给侧改革与创新!

4) 商业模式创新。互联网时代是“产品+粉丝”的商业模式。产品让用户尖叫,形成众多粉丝,由粉丝进行口碑宣传,再用互联网快速放大。那种过去以渠道为中心,盲目设计产品而引导用户消费,满天飞地由经销商推销产品的时代已一去不复返了。

5) 打造饲料·养殖·屠宰生态圈。生态圈即是共赢圈,只有共赢才能共生,才能形成可持续的生态圈。养殖业上连饲料企业,下连屠宰企业,如何打造产业链上的生态圈,需要产业链上的从业者有创新思维,肝胆相照,互利共赢,共同参与。

①建立战略伙伴关系。饲料企业和养殖企业相互参股,你中有我,我中有你,饲料产品共同设计,配方及价格共同制定,公开透明,互相信赖,省掉营销费用,改变交易和成本结构,做到零渠道、零库存和零广告费用,从而降低成本。

②提供差异化的精品及服务。养殖业的从业者往往不能集饲养技术、饲料技术和兽医技术于一身。需要得到饲料企业和兽药企业的专门人才的帮助,这就要求饲料企业能切实诚心为他们提供价值产品和在饲养的各个环节,甚至在畜牧产品的销售环节也要提供增值服务;真正让饲料精品和科学管理给养殖企业带来看得见、摸得着的价值。

③不断迭代饲料产品。消费经历了“功能→品牌→体验→参与”4 个阶段,现在进入了体验式和用户参与的消费时代,饲料企业要使养殖户参与研发设计产品,不断迭代而为用户提供极致的产品。

6) 立足供给侧改革,摒弃传统的恶性竞争。

①传统的恶性竞争是从需求侧考虑:低价、促销、赊销、广告宣传、大量人员促销等,结果是没有真正让养殖户得到实惠,各个环节成了“收费站”,增加了用户和终端消费者的成本。

②供给侧改革的要求是:从供应端要求调结构、转型升级、提高企业效益,砍掉强加在用户上的不合理的成本。为用户提供让其尖叫的极致产品,为用户提供增值服务,实现价值营销,为用户提供高的产出投入比,实现供需双赢。

7) 去产能,寻找兼并和收购。供给侧改革要求去产能,中小饲料的从业者首先要换思维,换活法。

①没有技术创新能力,不能做到小而美的企业应尽早退出。

供给侧改革对饲料行业的影响与对策

焦好林

湖北粮油集团,武汉 430061

摘要 供给侧改革将使饲料企业逐渐“去产能化”,实行末位淘汰制逐渐突出市场,饲料行业将逐渐提高饲料质量,饲料安全逐渐被重视,饲料原料产量结构将调整,保障有效供给;饲料行业延伸产业,形成全方位资源配套,饲料业和畜牧业相互促进,良性发展,是迎接供给侧改革的重要对策。

关键词 供给侧改革;饲料行业;影响;对策

在 2016 年 1 月 26 日下午召开的中央财经领导小组第十二次会议上,习近平总书记强调,供给侧结构性改革的根本目的是提高社会生产力水平,落实好以人民为中心的发展思想。要在适度扩大总需求的同时,去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板,从生产领域加强优质供给,减少无效供给,扩大有效供给,提高供给结构适应性和灵活性,提高全要素生产率,使供给体系更好适应需求结构变化。供给侧要通过产业的调整,通过创新,来提高生产率,来适应市场需求的结构变化。

“供给侧改革”,就是从供给一侧而不是需求一侧来解决问题。供给侧改革对农业生产和农产品加工的要求就是调结构、提品质、促融合、去库存、降成本、补短板。对饲料养殖行业来说,其核心就是提高饲料、养殖生产效率,淘汰落后的产能和养殖模式,从饲料配置、养殖模式、环境改善等方面创新,最终为广大消费者提供放心、安全、健康的肉、蛋、奶等产品,以满足人民群众日益增长的对于安全、高品质畜禽产品的需求。

收稿日期:2016-04-15

焦好林,男,湖北粮油集团代总经理,湖北省饲料工业协会副会长。

②尽早寻找与大企业合作之路,被兼并或整体收购是一条好出路,说明自身有价值。

③未来的饲料企业只是养殖企业的加工厂,完全去营销员化是未来的必然趋势。

④呼吁政府相关部门严格限制新的饲料工厂建设。相关职能部门应承担起历史责任,认清饲料企业产能严重过剩的现状,抑制新的饲料工厂数量

1 饲料企业逐渐“去产能化”,实行末位淘汰制逐渐突出市场

饲料企业历经 30 年的迅猛发展,行业产能过剩,曾经引领养殖行业发展的辉煌历史从 2013 年开始改变。近 2 年,40%的饲料企业倒闭或者被兼并,2015 年饲料企业数量由 9 000 多家降为 6 000 多家,饲料企业之间的竞争加剧,中小型饲料企业生存困难。

2 饲料行业将逐渐提高饲料质量

对于饲料企业来说,尤其是对于中小型饲料企业来说,想要在未来的饲料企业竞争中占有一席之地,不仅要靠营销手段的多样化,生产出质量过硬、独具特色的产品同样重要。

3 饲料安全逐渐被重视

食品安全问题,会推动饲料行业由量到质转型升级。欧盟 2006 年 1 月 1 日全面禁止在饲料中添

的增加,当好“红娘”,引导和促进企业与企业之间的兼并重组。

有人说“一个人干不过一个团队,一个团队干不过一个系统,一个系统干不过一个时代。”顺势者昌,逆势者亡。饲料企业的从业者必须认清当今的时局,借党和政府提供的历史机遇,站在供给侧改革创新的风口,去实现饲料企业再次腾飞梦想。