

畜禽产品运销讲义

第**12**章 畜禽产品运销

第**1**节 畜禽产品的生产与消费

第**2**节 畜禽市场的结构特征

第**3**节 畜禽的运销组织与渠道

第**4**节 畜禽产品运销的问题及对策

第1节 畜禽产品的生产与消费

一、畜禽产品生产

1、发展较快：质（产品改良）、量、技术

2、产地集中：肉类年产量到达**300万吨**以上的主要有东部的山东、江苏及安徽，中部的河南、河北、湖南、湖北，西部的四川，南部的广东。2003年，九省生产占全国的60.56%。

3、肉类产品结构

猪肉的比重逐渐下降

其他肉种提高

牛肉的比重提高幅度最大。

4、猪肉

1) 主要动物性食品来源和农民收入重要来源

2) 用途广泛

3) 生产集中

4) 量大。如2001年中国猪肉产量世界第一，占全球的47%；而产量排在第2到第10位的美国、德国、西班牙、法国、巴西、加拿大、丹麦、荷兰和波兰，产量之和不足我国70%。

5) 指标低下：出栏率、产肉率、屠宰猪的平均瘦肉率低

二、畜禽产品消费

1、概况

2、特征

1) 人均肉类消费差异较大

2) 消费品种以猪肉为主（03年，60%）

第2节 畜禽市场的结构特征

一、产地市场

——集中度相对较低，生产比较分散

- 1、农户散养为主要的形式，专业化程度低
市场集中度不高；
对于市场价格的控制力量很弱。
- 2、产销一体化做得较好的肉鸡、牛奶等产品的集中度相对比较高
- 3、不同生产条件形成了地区差异的产地市场

二、批发市场发展迅速

- 1、1985年，国家放开部分副食产品价格，取消生猪的统购派购，猪肉批发市场才相继建立。
- 2、占主导地位的是自发性批发市场。
- 3、批发市场是畜禽产品重要集散地，是产品价格的决定中心。

三、零售市场

- 1、畜禽产品流通的最后一个环节。
- 2、主要有两种形态，即**集中式**（如**自由市场**）及**分散式**（如**超市、专卖店等**）。我国畜禽产品的零售方式是**两者共存**。
- 3、**农村**：主要是在**农村集贸市场**进行**胴体**销售。

第3节 畜禽的运销组织与渠道

一、改革开放前畜禽运销组织及渠道

二、改革开放后畜禽运销组织及渠道

三、目前畜禽运销组织及渠道

1、两种类型

①批发市场主导型流通交易方式，即“市场流通”

方式；

②产销直挂以及产加销一体化的流通交易方式，即“市场外流通”方式。

2、批发市场主导型流通交易方式

①由专业经纪人向畜禽公司收购，经过屠宰厂加工后，销往批发市场。

以上海南汇的畜禽流通情况为例,祥欣畜禽作为南汇最大的畜禽饲养场,其畜禽产品由专业经纪人收购,经由久盛肉类厂屠宰加工后销向郊区的大塘镇批发市场、奉贤四团批发市场。市区的批发市场则根据各自的地理位置状况从郊区的各个批发市场进货。

②由经纪人向规模养殖场收购，经过屠宰厂加工后，一部分销向批发市场，一部分销向规模养殖场的指定直销点。

区别：两部分流向，处于“市场流通”方式和“市场外流通方式”之间，是一种混合型的流通交易方式。

3、产销直挂及产加销一体化流通交易方式 ——分成两种形式

①产销直挂型。由配送中心向规模养殖场订购，经过屠宰厂加工后，由配送中心销往各个配送点。配送中心的类型主要有专业化公司、政府部门牵头和超市自建三种类型。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/485114011131012002>