

# 美国大豆协会(国际项目)2006 年赴奥地利、法国考察报告

成都传奇饲料有限公司 崔黎

笔者非常有幸于 2006 年 9 月 6-15 日接受美国大豆协会(国际项目)北京办事处和奥地利百奥明公司的邀请,在沈慧乐教授和程宗佳博士的带领下,与来自全国各地的饲料集团与大型养禽企业二十位同志一起参加了在奥地利首都维也纳举行的世界营养论坛(WORLD NUTRITION FORUM)和在法国雷恩市举办的法国畜牧展,对奥地利百奥明公司举办的这次高水平盛会和法国的畜牧展有了比较深的了解,同时我们还参观了一个在法国年产近六十万吨的饲料集团(Michel Group),对其先进的管理与强有力的竞争优势印象颇深,其很多方面独特的竞争力值得国内同行及企业借鉴。

第二届世界营养论坛于 2006 年 9 月 7-8 日在奥地利首都维也纳的维也纳会议中心举行,来自世界各国的五百多名代表参加了此次盛会,二十几位全世界顶尖的科学家就本次会议的主题:动物营养的明天——一切为了消费者,进行了发言。本次盛会的议题包括动物生产方式的最新进展和发展方向、动物生产发达国家的新动向、霉菌毒素安全水平的小组讨论、以及提高动物生产性能方式的小组讨论,对动物生产已经高度发达的西欧国家人们所关心的动物福利以及动物养殖中的道德问题进行了讨论。



## 奥地利百奥明公司在首都维也纳举行的世界营养论坛(WORLD NUTRITION FORUM)会场外景和代表团成员

此次会议由百奥明公司承办，百奥明公司的创始人 Erich Erber 先生在他的欢迎词中说：世界营养论坛的目的是学习！这个论坛是双向互动的，各个演讲者向（畜牧业）从业人员学习新东西，而从业人员也从演讲者那里学习新的知识。百奥明公司是在欧洲发展非常好的一家动物营养公司，产品主要以非营养性添加剂为主，在霉菌吸附剂、植物提取物等方面处于世界领先水平，同时与全世界各个大学科研院所进行了广泛合作，尤其是他们推出的 B. R. A. I. N (Biomin Research And Innovation Network) 计划，对全世界的营养学者进行广泛的合作方式是近年来该公司飞速发展的秘诀，只要是能够在动物生产领域内有所研究的项目，百奥明公司推出的 B. R. A. I. N 计划就可以与其在资金生产销售等方面进行合作，将研究成果转化为生产力，比起我们国内的研究成果低的转化率来说，此种方式无异是非常快捷有效的，这几年来百奥明公司在欧洲快速发展正是得益于这种广泛的合作。

此次会议是世界营养的一次盛会，与会代表来自世界各国，超过五百人的盛会，其中中国由百奥明与美国大豆协会分别组织了两个团，来自全国各地的五十名大型饲料厂、养殖集团企业的技术骨干，总经理参与了此次会议，中国近年的高速发展，令世界瞩目，同样在动物营养领域世界的目光也同样关注中国，对我国在畜牧业取得的成就给予高度的认同。但是对照先进找差距，目前我们的生产力水平与世界先进国家还是有很大差距的，在此次论坛表达了一个重要信息，就是“无论是采用什么方式来提高动物生产性能，首先它必须获得消费者的认可，然后才能付诸实践”，基于这个理念，论坛组织者问卷调查了各参与者对畜牧业一些大的生产趋势的看法。问卷调查的结果即将公布，百奥明公司为本次论坛出版了论文集。百奥明公司还宣布下一届世界营养论坛将于 2008 年在奥地利的旅游胜地 Tyrol 举行。



代表团成员在认真听讲和交流

2006 法国畜牧展（SPACE）是世界一大规模的畜牧业展览会，本次展览会规模宏大，从入场门口登记情况和电子计数器显示共接待了 107147 人参观，这 107147 来访者中，9 万多为法国的参观者，其它参加本次展览会的共有来自 98 个国家和地区的畜牧业工作者，从来访者从业人员看有 44200 奶牛生产者，20100 为肉牛生产者，13400 为猪育种人员，家禽育种者为 10500，其它饲料营养工作人员。

本次展览会的预计为十万人，SPACE 已经是连续十年超过十万人的参观者的规模，从 1987 年第一届 SPACE 开始，本届是第二十届，本次展览会于 2006 年 9 月 12 到 15 日在法国西北部的雷恩市召开，总共 1243 名参展商，法国本土的参展商 717 名，其它主要来自欧洲其它国家，将近 400 个国际厂商，外国代表团有 120 个。



代表团成员在认真交流和学习

本次展览会是代表了世界上畜牧业高度发达国家的整体水平，从参展产品看几乎包括了畜牧业的一切产品，同时还举行了奶牛拍卖会，种畜拍卖会，通过参会，对发达国家在畜牧业的高新技术上有了一个较深的认识。

法兰西共和国位于欧洲西部，西临大西洋，西北隔海同英国相望，南濒地中海。全国总面积为 5515 万公顷，耕地 1832 万公顷(不包括多年生作物地)，占 33.3%；草地 1063 万公顷，占 19.3%；森林和林地 1500 万公顷，占 27.3%。法国总人口 5540 万。其中农业人口 226 万，农业从业人员 108 万人，占全国总就业人数的 4%。近 20 年来，法国农业发展迅速，无论在农产品产量上，还是在农产品出口方面都已跨入世界农业发达国家的行列，是世界上农产品出口最多的国家之一。谷物、小麦、玉米、肉类和牛肉世界排名第 5 位。在欧共体中，法国的农业产值占 24%左右，居第一位，油料总产量所占比重为 44.4%，谷物占 33.7%，牛肉占 26.4%，禽肉占 24.3%，牛奶占 24.5%，鸡蛋占 17.7%。法国农业以牧为主，农牧结合，多种经营。畜牧业产值比重占 50%以上，主要饲养牛、羊、猪和禽，近年来兔的养殖量得到了很大发展。由于草地面积较大、气候温和以及饲料粮供给充足，法国生产的牛肉、禽肉和乳制品不仅可以自给并有出口。养牛业为法国畜牧业的主体，在肉类和奶类产量中，牛肉和牛奶分别占 37%和 95%。法国养猪生产越来越趋向大型化和专业化，只占 4.5%的大型猪场的养猪头数却占全国养猪数的 68%以上。法国养禽业以鸡为主，法国的禽肉总产量次于美国、中国、巴西，居世界第 4 位；鸡蛋总产量居世界第 8 位。

Michel Group 饲料集团 成立于 1981 年，但是从 1947 起，Michel Group 就开始涉足饲料养殖业，进入九十年代中期后饲料生产得以高速发展，从 1996 年年产 16 万吨到 2004 年的 58 万吨，其产品结构为家禽料 56%，猪料 26%，奶牛料 11%，兔料 7%。我们参观的 Michel Group 分厂，位于法国中部雷恩，靠近比利时，有员工 115 名，18 辆运输车，其中生产工人 29 名，30 位司机，34 名管理财务及后勤人员，22 名销售技术人员，五条生产线生产猪料与禽料，拥有每天生产 700 吨的生产能力，通过了 ISO9001-2000 认证。Michel Group 向社会外销 25 万吨，剩余部分供给与自己合作的养殖场使用。Michel Group 靠近比利时，在欧共体旅行，人员进入各个国家，就象我们进入国内各个省，很方便，给人一

个错觉, 好象是全部的自由贸易, 但是从饲料业看却不完全是这样。Michel Group 的客户主要集中在 150 公里范围内, 约有 1500 个用户, 全部集中在法国本土, 没有卖到相隔只有几十公里距离的比利时去。这也体现了欧盟各国为了保护自己国家的人员就业, 并不完全实行自由贸易, 同样在旅行中中途休息的高速公路休息站, 出售各种小商品, 法奥两国基本上以本国的产品为主, 产地限于本国, 与美国满眼“Made in China”相比, 基本上看不到来自中国的产品, 欧洲对中国产品充满戒心, 中国的畜产品要想短时间进入欧洲市场可能会有很大的困难, 这里面并不完全是产品质量一个因素的问题, 欧洲自身农产品的过剩, 以及劳动力在高福利政策下缺乏竞争力, 这种情况下国家对其保护才是根本原因。



### 代表团成员在认真听讲

对于使用动物性原料, Michel Group 按照欧盟 2000 年 11 月发布法令, 禁止在所有动物饲料中使用所有动物性饲料原料。除肉粉、肉骨粉外, 包括禁止使用鱼粉(欧盟只规定鱼粉可使用于水产饲料中), 法国比欧盟的规定更加严格, Michel Groupe 在所有产品中均未使用动物性原料, 由于不生产鱼料, 所以包括鱼粉也内都没有使用, 在高档的乳猪料虽然没有使用鱼粉, 由于其技术的领先及先进的管理, 仍然达到很好的生产成绩, 出生 45 天的猪普遍能够达到 15 公斤的体重。

在考察中我们问起有关抗生素在饲料中的添加问题, Michel Group 称: 自 1999 年 6 月, 欧盟禁止在动物饲料中使用亚治疗水平的 70/524 中所列的杆菌

肽锌、北里霉素、磷酸泰乐菌素、螺旋霉素、维吉尼亚霉素等抗生素作为生长促进剂。1999年10月，欧盟又禁止了氯氟苄腺嘌呤、二硝甲苯酰胺、异丙硝哒唑3种抗球虫药在饲料中的应用。1999年1月起，仍允许使用的抗生素只有莫能霉素（莫能霉素钠）、盐霉素（盐霉素钠）、磷酸黄霉素（巴波霉素）、卑霉素（阿美拉霉素）4种。在2005起欧洲全面停用了所有抗菌素，除了几种广泛使用的抗球虫药。Michel Group 所有生产的饲料均不含有任何抗生素，但是鸡料中加有球虫药。



### 代表团成员参观化实验室和车间

Michel Group 非常重视生产过程和产品的质量控制在管理部门、生产车间、实验室配备了4名质检人员，其中3人是通过了ISO9000考核的人员，4人中，1人是公司负责全面质量控制，1人负责实验室的检验质量，2人负责车间生产过程采样，在厂内建有一个规模大、非常现代化的实验室。原料进厂后五分钟就可检出蛋白、能量、灰分、水分、杂质五项指标，拿出化验数据来。检验项目有除氨基酸项目外的所有常规、微量元素、维生素、有毒有害物质、脂肪酸、

药物等项目。Michel Group 拥有现代化的检验设备，有气相色谱仪（GC）、高效液相色谱仪（HPLC）、等离子发射光谱仪（ICP）、蛋白质测定仪、脂肪测定仪、旋光仪、黄曲霉毒素测定仪、紫外分光光度计、荧光分光光度计等，实验室的计算机与各集团下属生产厂联网，测定结果可直接通过网络传递至相关的生产厂，及时提供检验结果数据，以便及时调整生产厂的原料种类和配方。实验室的检验结果数据保留 3 年。

在饲料产品包装运输上，根据饲养场规模和饲料产品的类别，Michel Group 采用了小包装、大包装（1000-2000 公斤）和饲料运输车相结合的办法。据初步匡算，每吨饲料用包装袋 5 0 个，每个袋子按 2 元计算，用运输车供料可比袋装料降低 1 0 0 元的成本。



饲料厂外景、散运车和大包装袋

Michel Group 的工厂都用先进的电子技术进行控制，在关键技术称重配料方面都采取了“多料数秤”工艺。多料数秤工艺是按原料性质和配料比例将原料

分成几个档次，相应设置称重，这样的配料方式比“多料一秤”的配料方式精度高的多，而且速度快、时间短，保证饲料产品的质量。

Michel Group 非常注重新产品的研究开发，每个企业都有研发机构，拥有相当的国内外顶尖专家，根据市场的需求、用户意见研制开发新产品，推进企业产品的更新换代，提升企业适应市场、竞争市场的能力，增强企业的发展后劲。为确保产品效价，各企业都建立了动物试验厂，按畜禽品种设定实验室，Ets Michel Animal Nutrition 是 Michel Group 的技术研究中心，在法国非常有名。与他们合作最多的是法国农业科学研究院（INRA），INRA 在对饲料原料的基础数据研究方面处于举世公认的领先水平，有效地指导了 Michel Group 配方，使其在成本上保持了很好的竞争力。而我们国家这方面很弱，很多科研单位和企业热衷于研究具有特殊作用的非营养性添加剂，希望能够达到事半功倍的作用，但是在法国的同行看来，蛋白质，能量这些最基本的东西往往才是对产品的质量影响最大的，搞好搞准这些最基本的东西，饲料产品的质量才会得到长期稳定。

法国的草食动物除奶牛、肉牛外，还有很大一部分肉兔，Michel Group 生产的兔料占全部饲料的 7%，在兔料日粮方面对中酸性洗涤纤维的营养很重视，常用日粮结构如下：谷物占 10%，主要是麦类，小麦，燕麦，粗纤维主要以麦夫和大豆皮为主，约占 25-30%，还要加上苜蓿草粉 25-30%，蛋白原料主要为葵花粕，豆粕约占 20-25%，添加剂糖蜜油约占 6%，中酸性洗涤纤维的量很高，能有效保证兔的肠道营养，防止肠炎，预防拉稀。兔料是 Michel Group 的拳头产品，在法国产量排第一，按其绝对量在全世界兔料生产上也名列前茅。

在转基因大豆使用上，整个欧洲的大豆绝大部分靠自己供给，只进口一部分，对转基因大豆，刚进入时有很多担心，随着时间的推移，对转基因大豆深入了解得越多，现在对转基因大豆的质疑声音越来越小，基本上大家能够接受和默认转基因产品是健康安全的产品了。这一点与国内相似。

Michel Group 饲料采用标签管理。袋装饲料产品上都附有非常详细的、能反映饲料产品真实属性和内在品质的饲料标签。Michel Group 饲料标签已采用条码技术，制作得更加科学。



### 与会代表在法国凯旋门前合影留念

在销售上 Michel Group 相当成功, 优质的质量, 先进的生产设备, 在饲料行业目前比比皆是, 但是要想得到迅猛发展, 光靠这些还是不够的, 如何在销售上打开局面, 才能够从根本上走向成功。Michel Group 的销售上采用的是建立在法国多年来成熟的市场基础上加上自身特点的合作营销方式, 独具特色又有着强大的竞争力。Michel Group 为了更好的保证客户的利益, 采用入股的方式与养殖企业合作经营, 其中 30 万吨饲料均由这些企业消化。在法国各个行业内均设有各种行业协会和合作社。如奶牛协会、养猪协会、养鸡协会、饲料协会等。比如法国农商会, 在法国各地就设有 100 多个分支机构, 利用与协会合作的方式把农民、产业连在一起, 指导农民生产和经营, 成为利益共同体, 技术服务实现全社会化。大学和社会都建有高层次的畜牧科研机构和技术服务机构, 研究出的新成果、新技术直接服务农民, 牧场可直接得到社会快速敏捷的各种服务, 如畜种服务、饲料服务、疫病防治服务、设备设施服务、技术服务以及产品销售服务等。比如 Michel Group 每天都有 20 辆车由销售员 (兼技术服务人员) 为农民提供饲料供应和技术服务。同时普遍采用送货制度, 18 辆散装运输车分三班由 Michel

Group 的司机(在欧洲法律规定司机不能连续开车十个小时)直接送货到用户, 让用户足不出户就能够用上饲料, 这种由企业与行业协会协作, 企业与用户紧密结合的合作营销作法, 充分保证了产品的服务, 让客户的利益得到最大化, 这种情况下饲料企业与养殖户形成了利益共同体, Michel Group 的用户得到最大程度的稳定, Michel Group 腾出足够的精力专心生产优质饲料, 实现了自身多年来的快速发展。