



看鸡蛋产业如何“破壳”升级

1

数字升级加速推进

“鸡蛋产业的数字化升级要经历五个阶段,我们去年只走到了第二步,营收就有 3 亿元,预计今年的流水将达到 18 亿元至 20 亿元,想想这里面的机会有多大?”深圳乘乘蛋业公司“90 后”合伙人费哈兴致勃勃地说着鸡蛋产业数字升级带来的发展机遇。这家成立不到两年的年轻公司,帮助蛋鸡养殖企业部署 ERP、SaaS 等生产管理系统,实现从传统手工作业的第一步迈到软件升级的第二步。

“软件升级之后,企业还要进行智能硬件升级。实现智能化养殖后,我们就能获得足够的数据库来搭建互联网交易平台,建立乘乘云仓保障供应链,然后通过交易平台智能分配订单促成交易。积累的交易数据,可以成为科学决策的依据,反过来指导养殖户今年该养多少、怎么养,以及该卖给谁、卖多少。”费哈说。

鸡蛋产业数字革命中,后来者赶上,先行者也不甘落后。“我们建立了一套从引种、投入品采购及使用、孵化过程、运输到场的鸡苗数字化管理系统,在养殖段、孵化段、销售端记录数据,实现了全程可追溯。”四川圣迪乐村种鸡养殖有限公司种鸡部技术总监唐波说。

无人到场、心中有数,是鸡蛋产业数字化、智能化升级之后的场景。国家蛋鸡产业技术体系岗位科学家、河北农业大学教授陈辉勾勒了这一正在变为现实的场景:养殖场里,自动化控制系统可定时自动喂料、饮水、清粪,还可自动控制通风、光照和环境模拟系统,智能防疫消毒机器人、智能巡检机器人穿行在养殖场里,蛋鸡养殖户可远程监控数字系统,对鸡舍状态心中有数。

为什么要实现鸡蛋产业数字化、智能化升级?北京市蛋品加工销售行业协会秘书长王忠强认为,数字升级能够提高生产效率、提升养殖水平,“无接触”式的智能化生产管理还有利于保障生物安全。

“鸡蛋产业规模化较低,5 万只以下的蛋鸡养殖户占到市场的 70%,产业数字化、智能化升级需要一个过程。”王忠强说。据悉,目前的新建规模养殖场几乎都会配备智能化设备,鸡蛋产业的规模化在加速数字化、智能化进程。此外,智能设备成本的降低、用工成本的上升也在客观助推鸡蛋产业的数字升级。

“这是我们联合荣达禽业推出的‘盒马生鲜·日日鲜’鸡蛋包装,一周七天不同颜色。”金福华包装实业有限公司总经理黄有娟捧着七个色彩鲜亮的鸡蛋包装盒介绍说。每天一种颜色的包装,让消费者知道每天的鸡蛋都是新鲜的。

近年来,随着品牌蛋市场的拓展,鸡蛋包装企业也随之发展,金福华公司便是其中之一。记者了解到,金福华的鸡蛋包装全部采用环保可降解的纸浆,最开始是面向国外市场提供鸡蛋包装,2012 年底进入国内市场,目前国内市场正在稳步发展。金福华绿色环保的理念、新颖独特的包装设计有助于帮助鸡蛋品牌提升形象,实现差异化竞争。

“除了包装上下功夫,一些鸡蛋品牌还在营养成分上突出卖点,如‘富锌鸡蛋’‘富硒鸡蛋’‘DHA 鸡蛋’

“如果你恨谁,就让他儿子去做期货,因为那是地狱。这句话夸大了期货市场的风险,还应该有以下半句——如果你爱谁,也要让他儿子去做期货,因为那是天堂,可以管理风险。”对外经济贸易大学国际经济贸易学院研究员、大连商品交易所原党委书记李正强诙谐生动地讲解期货产品的风险管理功能。

鸡蛋期货自 2013 年上市以来,为企业提供了管理价格波动风险的金融工具。李正强认为鸡蛋产业具备良好的产业链风险管理条件,期权期货品种比较完整,包括玉米期货和期权、豆粕期货和期权、鸡蛋期货,能够实现前锁成本、后锁收益。

□雷少斐

在近日召开的《第三届中国鸡蛋产业大会》上,金福华员工在向客户介绍鸡蛋包装。

“美好的一天,从吃鸡蛋开始”。鸡蛋作为全营养食品,被称为国民“理想的营养库”。京东消费及产业发展研究院发布的《2021 丰收节——高质量农产品消费报告》显示,2021 年上半年,线上市场肉、蛋、奶产品升级趋势十分强劲,表现为高质量商品的品类更丰富,高质量指标更明确,产品分级更清晰,价格透明度更高。消费者对高品质鸡蛋的追求在要求着鸡蛋产业升级提质。

鸡蛋产业规模化、数字化水平不高,品牌积累不够,生产经营受价格波动风险影响大,一系列问题给产业升级带来挑战。记者通过采访鸡蛋企业及相关专家,了解鸡蛋产业数字建设、品牌建设和价格风险管理的现状、问题和升级之策。

2

品牌建设尚需行业积累

等。”王忠强说。

快手等短视频平台也为鸡蛋品牌升级提供了更多思路。“在快手平台打造鸡蛋产业链联盟虚拟 IP,联盟企业可以共同运营平台账号、共享流量,以科普内容满足用户信息需求。企业还可以与快手联手发起‘线上+线下’直播带货节,通过直播活动、短视频创作、企业专场策划等形式提高蛋鸡企业的品牌影响力。”快手三农高级运营专家张玉介绍了鸡蛋产业借助快手“短视频+直播”升级品牌的方案,同时提醒企业在短视频平台上进行品牌相关的内容运营时,需要拥有短视频内容制作团队,以保证能够持续生产优质内容。

“品牌鸡蛋往往意味着安全、健康。疫情之后,大家更加注重选择安全、健康的鸡蛋产品,包装鸡蛋消费者出现大幅增长。消费者对鸡蛋品

牌也更趋于理性,高品质鸡蛋会有一定的市场,获得品牌溢价。”王忠强说道。河南金牧人机械设备有限公司副总经理周坤明同样认为品牌蛋以及特殊品种、特殊喂养方式的鸡蛋,会成为未来的高利润来源,因为企业拥有更多的定价权。

“品牌包括知名度、美誉度、忠诚度三个维度,虽然一些鸡蛋品牌具有了一定知名度,但是目前消费者对鸡蛋品牌的忠诚度并不高。”王忠强指出了当前鸡蛋品牌建设面临的问题。

费哈同样认为鸡蛋产业品牌建设尚需积累,品牌的打造要依托于行业各环节的完善,首先供应链优势一定要很强,要有真正有价值、能够实现品牌溢价的鸡蛋,其次要有相应的渠道资源,及时触点用户实现交易,同时还要有很强的品牌运营能力,这需要有一个积累的过程。

3

价格风险管理要借力鸡蛋期货

“目前真正去利用鸡蛋期货管理风险的企业还是不够多,原因在于企业对期货的理解不够,夸大期货风险。一些企业试水期货交易,账户出现轻微的亏损就退出了。鸡蛋期货确实存在一些风险,如期货投资保证金不足带来的资金管理风险,应对这种风险,企业需要提前对价格波动做出一定预判,做好止损,控制风险。”首创京都期货有限公司快消品开发部总经理李永生说。

据了解,一些鸡蛋企业在参与鸡蛋期货交易时,背离了风险管理的初衷,利用鸡蛋期货投机炒作,忘记了初心。“企业参与期货市场管理价格波动风险的时候,不能是为了暴利,

而是要实现持续稳健经营。”李正强提醒说。

“企业学习做鸡蛋期货,最有效的方法是完成一次鸡蛋期货交易的全过程,熟悉交易规则。此外,还需要具备专业的期货团队,或者咨询期货公司。”李永生说。

展望未来鸡蛋产业的价格风险管理,李正强呼吁更多养殖企业特别是龙头企业积极参与鸡蛋期货市场,多与上游饲料企业或期货公司合作。交易所应该积极推动期货期权产品上市,期货公司和市场服务机构也要加大推进服务力度,为龙头企业提供一对一服务,为中小企业开发更多产业风险管理产品。