

“限抗令”改变行业 头部饲料企业市场份额有望扩大

□本报记者 宋维东 万宇

按照农业农村部要求,7月1日起,饲料生产企业将停止生产含有促生长类药物饲料添加剂(中药类除外)的商品饲料。中国饲料行业进入全新发展阶段。

业内人士表示,“限抗”是对饲料企业综合竞争力的检验与考查,能充分反映企业科技研发、成本管理和日常运营等水平。“限抗令”之下,饲料行业集中度将持续提升,龙头企业凭借成本、产品线等优势将持续扩张,市场份额将扩大。未来,饲料生产企业必须苦练内功,强化技术研发,降低生产成本,才能提高生存发展能力。

“限抗”大限临近

我国是畜禽、水产养殖大国,也是兽用抗菌药物生产使用大国。抗生素在饲料中发挥的主要作用是帮助动物预防疾病、改善营养吸收,进而促进其生长,提高养殖效益。一直以来,抗生素在养殖环节中被大量使用,且随着动物源细菌耐药率的上升,兽用抗菌药物治疗效果降低,而养殖用药量则不断增加,加剧了兽用抗菌药物副作用和残留超标风险,严重威胁畜禽水产品质量安全和公共卫生安全,给人和动物健康都带来隐患。

一直以来,国家将食品安全摆在十分重要的位置。特别是近年来消费者对食品和公共卫生安全的关注度愈发提高,饲料行业管理者也在转变监管思路,出台多项政策举措,分步骤落实“饲料禁抗、养殖减抗、畜产品无抗”等目标。

例如,2017年出台的《全国遏制动物源细菌耐药行动计划(2017—2020年)》就明确,要加强饲料生产环节用药监管,组织实施药物饲料添加剂监测计划,以超量、超范围为重点,严厉打击饲料生产企业违法违规添加行为;加大预警监测力度,持续完善相关检测标准和判定标准。

此后修订的《药物饲料添加剂品种目录及使用规范》也规定了饲料生产企业可允许在饲料中添加的药物饲料添加剂,禁止违反规定,超量使用药物饲料添加剂及其他动物饲料产品中使用药物饲料添加剂等。

2019年7月,农业农村部发布第194号公告,决定停止生产、进口、经营、使用部分药物饲料添加剂,并对相关管理政策作出调整。

其中规定,自2020年1月1日起,退出除中草药外的所有促生长类药物饲料添加剂品种,兽药生产企业停止生产、进口兽药代理商停止进

口相应兽药产品,同时注销相应的兽药产品批准文号和进口兽药注册证书。此前已生产、进口的相应兽药产品可流通至2020年6月30日。此外,自2020年7月1日起,饲料生产企业停止生产含有促生长类药物饲料添加剂(中药类除外)的商品饲料。此前已生产的商品饲料可流通使用至2020年12月31日。

广发证券农林牧渔行业首席分析师王乾对中国证券报记者表示,农业农村部第194号公告对饲料产业具有深远意义,对提升行业持续健康发展水平具有重要的推动作用。我们要准确而全面地理解公告精神,即饲料中禁止添加促生长类药物饲料添加剂,一些具有调养机体、健康肠胃、改善吸收、增强免疫、平衡微生态等功能且不属于药物、抗生素的绿色新型产品,可作为功能型饲料添加剂在饲料中添加使用。此外,在养殖端并未完全禁止使用抗菌药物。如果动物在养殖过程中出现细菌感染等疾病,治疗还是可以使用相关药物的。养殖端要重点把握的是整体减少抗生素、抗菌药物使用,确保终端产品符合残留标准要求。

王乾表示,因多年来水产、反刍、蛋禽和肉鸭等动物的养殖已经不再依赖饲料中添加的抗生素,故促生长类药物饲料添加剂从饲料中的退出对上述动物的日常养殖影响不大,影响最大的是肉鸡和体重25千克前的仔猪。这就对饲料生产提出更高的科技攻关要求,饲料行业的技术工艺门槛将被抬高。

饲料“无抗”实践

中国证券报记者日前在中国一南一北两大主要饲料生产企业海大集团和禾丰牧业调研中看到,面对新的监管要求及饲料无抗发展趋势,企业早已提前数年准备,提早动手,实现产品平稳过渡。

海大集团相关负责人表示,公司近些年来一直进行减抗无抗饲料的研发和推广。自2016年起,公司就在饲料产品无抗及替抗研发方面加大投入力度,在养殖板块开展了长达13个月的实践应用,经历冬春夏3个季节和南北方不同区域,积累了大量的配方设计及应用技术经验。公司于2019年5月将研发成果应用到自养的益豚板块(生猪养殖),并于今年1月扩展应用到湖南、湖北、广东、广西、山东、贵州等地的分子公司。

海大集团的替抗方案从替抗产品、原料选择、原料预处理、营养设置多个维度进行保障。多年来,公司自行研发的益生菌、植物提取物、免疫增强剂等替代产品在改善动物肠道健康、提高抗

病能力等方面起到替代抗生素、增强保健的作用。此外,公司替抗产品在原料选择、预处理和加工工艺方面,通过对原料的预处理大大降低了抗营养因子,提高了动物营养消化吸收率。

值得一提的是,经过多年的综合应用,海大集团的无抗方案在全国不同区域的分子公司表现出了令人满意的效果。从效果及数据看,海大减抗无抗饲料与原饲料的使用效果基本一致甚至更好。

在饲料无抗化实践中,禾丰牧业同样坚持以技术为支撑的路线,结合国内养殖现状和自身研发体系,针对“无抗阶段”的综合饲料配方与生产加工技术已在逐步落实中。

2006年,禾丰牧业与荷兰皇家De Heus公司结成战略合作伙伴关系后,全面借鉴其“饲料无抗”的技术思路和经验。这些年来,禾丰牧业对于饲料无抗的综合策略是不止于添加剂替代组合方案的寻找,更重要的考虑是原料品种的选择和清洁、原料的预处理和抗营养因子的去除、纤维原料的合理使用等。此外,还考虑营养素水平、生产加工工艺、饲喂管理和养殖现场应用配套方案等多个重要因素。

据禾丰牧业首席技术官邵彩梅介绍,公司在2013年至2019年的七年时间里,在自己的试验猪场与合作猪场共计完成147次肠道健康方面的相关试验,直接与抗生素配伍和替代产品评估相关的项目共计39个,试验验证80次。2019年,公司在研发猪场共计完成68次不同项目的试验,27次与抗生素替代技术相关。

在肠道健康和抗生素替代方面,禾丰牧业针对我国不同的养殖环境都已积累了大量的第一手资料和经验。”邵彩梅说,经过反复验证、组合后,禾丰牧业最终筛选出3套成熟且不同的抗生素替代方案。其中,1套方案的配方成本与抗生素组相当;另外2套方案成本稍有增加,但均在可接受的范围内。

调研中,中国证券报记者也注意到,饲料企业在无抗饲料研发中形成了特色技术储备。例如,海大集团与禾丰牧业目前都在深入研究微生物发酵饲料关键技术,为替抗饲料提供系统化的解决方案。

据了解,发酵饲料技术是近几年发展非常迅速的一种生产工艺。饲料原料经过特定微生物发酵后,抗营养因子可有效降解,饲料消化率显著提高。此外,发酵饲料中含有的益生菌成分可改善动物肠道健康,减少抗生素使用,具有较好的适口性,可提高动物采食量及生长性能,被认为是一种非常有前景的替抗方案。

据海大集团相关负责人介绍,公司在全国不同区域建立了专业化的生物发酵工厂,通过海大研究院多年研发筛选出的特定生物工程菌,采用深度发酵工艺,为无抗饲料提供富含多种益生菌及其代谢产物的低抗营养因子原料,最终实现无抗饲料效果。

邵彩梅表示,截至今年5月,禾丰牧业无抗猪饲料方案在部分子公司和养猪场已验证了9个月,效果可行;指定区域性试验已进行了6个月,效果稳定;公司近期还陆续推出了无抗仔猪饲料新产品。5月份,公司根据效果反馈又进一步调整完善,目前每周都在跟进库存抗生素产品的消耗和替抗配方的过渡,以确保6月底前所有饲料产品顺利过渡到无抗阶段。

头部效应强化

有业内人士表示,近年来,非洲猪瘟疫情给饲料生产企业和养殖企业带来了巨大挑战。加之饲料无抗时代的到来,饲料行业将会重新洗牌。特别是无抗饲料必然会导致饲料生产成本增加,这对饲料企业研发实力、成本控制、生产管理、市场服务等提出了更高要求。在此趋势下,研发实力强、管理水平高的饲料龙头企业综合竞争优势和市场份额将进一步扩大,头部效应越发明显。

王乾认为,从饲料“限抗”到“替抗”过程中,饲料添加剂市场将逐步由以药物添加剂为主向以不含抗生素的功能性添加剂为主转变,行业集中度有望加速,提升安全、有效的新型饲料添加剂空间有望打开,拥有新型饲料添加剂生产技术的企业将潜在受益。

同时,近年来规模化的养猪场越来越多,一些养猪场会自建饲料厂,这也导致商品饲料总量出现相对稳定或下滑的局面。在此情况下,竞争力不强的饲料企业首先要被淘汰,龙头企业的份额将进一步提升。此外,饲料企业间的竞争正由过去依赖宣传营销、做宽渠道等向产品性价比、技术服务能力等方面的综合竞争转变。因此,靠传统低价竞争的小饲料生产企业将越来越被边缘化,龙头企业凭借采购、研发、生产、运营等各方面的专业化能力将得到更大的市场份额。

王乾还表示,“限抗”要求的实施给饲料端带来了变革,饲料企业生产行为得到进一步规范。同时,养殖端也要发力。一方面,养殖企业要逐步改善养殖硬件设施,不断提高环境卫生水平;另一方面,监管部门要加大终端产品的检测力度,真正形成完整的食品安全闭环。

端午假期旅游市场 同比恢复五成

文化和旅游部发布的2020年端午节假期旅游市场数据显示,端午节三天假期,全国共接待国内游客4880.9万人次,同比恢复50.9%;实现旅游收入122.8亿元,同比恢复31.2%。

中国证券报记者结合各家平台数据发现,今年端午假期出行环比增长明显,周边游、本省游广受追捧,其中某平台的“当地游”订单量相比清明小长假上涨了895%。

出行环比增长

携程发布的《2020端午旅游市场大数据报告》显示,相比五一、清明,端午市场环比增幅放缓,但总量依然保持增长。其中,酒店、交通的出行环比增长10%以上。机票方面,旅客端午国内出行的搜索需求和机票预订需求已恢复至去年同期的七成。

与2019年相比,今年的端午假期机票价格平均便宜了30%左右。同程旅行的机票大数据显示,6月24日至27日的平均机票价格分别为421元、410元、388元和452元(均为不含税费票价)。

铁路出行也创新高。6月25日,全国铁路发送旅客753万人次,其中,长三角铁路共发送旅客176.68万人次,均创春节后单日旅客发送量新高。

携程大数据显示,结合端午期间的预订情况,6月酒店、交通的整体预订量比5月分别增长18%和13%。“结合1—6月的酒店、机票的情况简要分析,从3月开始,市场呈现逐渐复苏态势。3月、4月、5月、6月环比一直在增长。”携程在其报告中指出,一些细分市场,比如租车,早在5月初就恢复到了去年同期水平。

周边游成主力

周边游、本省游是端午出游主力。携程数据显示,近期全新的房车游很受青睐,北京以外地区的房车游环比前一个星期增长40%,热门地区包括广东、浙江和上海。

马蜂窝平台上的“当地游”订单量相比清明小长假上涨了895%。马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶介绍,目前当地游产品的消费群体较以往有了较大变化。在疫情前,各大目的地城市的当地游产品以外地自由行游客为主,这些产品既能串联本地传统旅游景点,又能提供新奇玩法。而今年端午小长假期间,当地游的消费者中以本地游客为主流,覆盖高端野餐、露营、户外运动等项目的深度玩法更受这类游客欢迎。

在周边游带动下,酒店业也跟着受益。端午假期热门目的地酒店住宿需求中,本地住宿需求占比近五成。去哪儿网指出,以上海为例,常住地为上海的旅客预订端午假期酒店占比最高,为45%,客源地排名第二、三的城市分别是深圳和广州。(于蒙蒙)

销售额破180亿! 恒大全国14盘集中入市受热捧

年中节点临近,房企纷纷抓紧冲刺中期业绩,加大供货力度成为不少房企的共同选择,这同时也给了刚需极佳的置业机会。端午假期,恒大再次出手,于6月27日集中推售全国14个新楼盘,开盘首日销售额达到180亿,彻底引爆楼市。

14盘齐开再掀购房潮

据悉,恒大此次开盘的14个项目位于广东、江苏、浙江、湖南、辽宁、山东等地,遍布一线及二三线城市;产品线十分丰富,涵盖了中端、高端、超高端以及超级文旅大盘,全方位满足了各地区、各类型的购房者需求。



现场购房者兴高采烈

以滨海恒大文化旅游城、恒大丁字湾世纪文化城为例,这两个文旅大盘均有可观的区域价值以及丰富的生态资源,同时恒大还配备了童世界主题乐园等航母级配套,因此备受购房者青睐,当日销售非常火爆。

其实不只是明星项目开盘火爆,此次多盘相继上演“开盘即售罄”的盛况。虽然不少项目采用了线上开盘的方式,但销售热度丝毫不受影响,每个项目认筹量普遍是推货量的数倍,开盘现场人气爆棚。

6月政策创造置业好时机

除海量上新外,恒大所有在售楼盘的价格同样实惠,这也是其持续热销的“主力军”。

目前,恒大全国超600个在售楼盘均可享受85折优惠,且通过恒房通平台推荐再享额外96折。此外,每日每盘还将推出3套

清尾房享受额外88折,正是刚需们“上车”的好时机。

高性价比契合刚需

价格从来不是恒大的唯一优势,其高性价比的产品才是打动刚需的关键。此次恒大连续两周的大规模开盘热销,均用实力证明了其产品的高品质、高性价比。

据了解,恒大项目施工单位必须为全国前十强,所用材料均为国内外知名品牌,园林环境均按豪宅标准设计,并通过配套先行、升级物业服务、完善售后等措施,打造环节精品提升产品品质,不断增加产品附加值。

一直以来,高品质、高性价比都让恒大稳居楼市C位。如今,恒大更是推出大量新盘,市场优势也将更加明显。

-CIS-



恒大丁字湾世纪文化城开盘热销现场 乌鲁木齐恒大名都开盘热销现场 珠海恒大云锦开盘热销现场 销控表迅速翻红



衡水五中 金马小学入驻
业主子女直通全国名校
沧州滨海恒大文化旅游城开盘热销现场