# 对鸵鸟产业的解释

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-01-18

*从5月初开始，作者对鸵鸟产业 发展 进行调查 研究 。查寻了国内外鸵鸟产业信息和研究资料，并多次到鸵鸟繁育基地、养殖小区、养鸵农户、屠宰 企业 和鸵鸟肉销售市场进行了实地考察。一、鸵鸟产业现状 鸵鸟原产于非洲的草原和沙漠地带。我国不是鸵鸟...*

从5月初开始，作者对鸵鸟产业 发展 进行调查 研究 。查寻了国内外鸵鸟产业信息和研究资料，并多次到鸵鸟繁育基地、养殖小区、养鸵农户、屠宰 企业 和鸵鸟肉销售市场进行了实地考察。

一、鸵鸟产业现状 鸵鸟原产于非洲的草原和沙漠地带。我国不是鸵鸟的原产地。国人有关鸵鸟的知识多来自书本或者动物园。20世纪90年代以前，我国引进的鸵鸟均为野生鸵鸟，供人们观赏。当以羽毛用导向的世界第一次鸵鸟养殖热潮兴起时，中国积贫积弱；当以肉皮导向鸵鸟产业再次兴起时，恰遇中国改革开放大潮，中国人在紧紧地追赶世界 经济 潮流。1992年，广东省江门鸵鸟示范场从美国引进8只经过驯化的鸵鸟，中国鸵鸟产业由此发端。国内一些企业和人士意识到鸵鸟产业潜在巨大财富机会，纷纷投资开发种鸵产业。一度出现一只种鸵鸟售价30万元的“天价”。喧闹过后必是平静。进入21世纪以来，国内鸵鸟养殖开始“两个转变”，即由种鸵扩群向肉鸵生产转变；由注重养殖扩张向注重市场营销转变。北京、西安、广州等地市场推出了“鸵鸟宴”、鸵鸟肉涮锅、五香鸵鸟肉等产品。国内最早饲养鸵鸟的广东江门鸵鸟示范场鸵鸟肉销往香港等地市场。有的企业把鸵鸟养殖与 旅游 业相结合，也取得比较好的经济效益。但由于大多数企业创业之初瞄准的是种鸟市场，注重扩大种鸟养殖规模，没有做好开发终端产品的准备，终端产品开发投资不足，市场营销滞后，产品销售困难。目前，作为鸵鸟产业“中间产品”的种鸟生产，大部分企业压缩生产规模。根据有关资料，202\_年全国鸵鸟养殖企业400余家，存栏种鸵1.7万只，生产肉鸵约8万只，是亚洲最大、世界第五的鸵鸟养殖国。

二、鸵鸟产业的独特性

鸵鸟是世界上现存体形最大的鸟，人工饲养的 历史 比较短。根据现有资料， 分析 对比鸵鸟与猪鸡牛技术经济指标，鸵鸟产业具有以下独特性：

（一）繁殖能力强，规模易扩张。母鸵鸟两岁性成熟，公鸵鸟两岁半性成熟，繁殖期40—50年，寿命达70年。人工养殖条件下每只母鸵年产蛋50枚以上。孵化期42天。一般受精率75%以上，孵化率85%以上，育雏成活率85%以上，健雏率90%以上。每只母鸵每年可繁殖后代25只。据此推算，鸵鸟繁育能力是牛的20倍以上。正是由于鸵鸟繁殖能力强，鸵鸟产业比较容易实现规模扩张。只要市场需要和人力许可，鸵鸟产业在短时期内即可做大做强（时间是产业发展的重要资源之一），突破牛羊等草食畜繁殖率低对畜牧产业扩张的制约。

（三）技术简单，易学易会。鸵鸟适应性广、抗病力强。90日龄前鸵鸟苗需人工保温，90日龄以上的鸟适应45℃至零下30℃的环境。通过10年 学习 模索，国内基本掌握了鸵鸟繁育和养殖技术。保温育雏、配合饲料、疫病防治是鸵鸟养殖的重要技术。其中保温育雏至关重要。“陕西英考”与代养农户相结合，利用 农村 火炕取暖传统，开发出的“火炕温棚”育雏技术，一举使鸵鸟育雏成活率达到95%以上，比国际平均水平提高10个百分点。这可能成为我国北方农村发展鸵鸟产业的一大技术优势。鸵鸟饲养技术简便易学。“陕西英考”鸵鸟代养户都能成功掌握养殖的技术要领。

（四）劳动力密集，适合北方农村发展。鸵鸟与猪鸡牛羊一样，属于劳动力密集型产业。从实践经验看，每个农户2个劳动力饲养鸵鸟50只，每个劳动力月收入近1000元。对于贫困的北方农民来说这是一笔颇具诱惑的收入。这为扩大农村就业、农民致富开辟了新途径。有的养鸵大户，雇用3-4名农民工，月工资300-450元（这对于劳动力短缺国家的鸵鸟养殖而言，可望而不可及）。有资料认为，我国北纬35—45度的黄河中游地区是鸵鸟养殖适宜区，年降水量少，沙荒地面积大，劳动力供给充足，草产业发展潜力大。鸵鸟产业有可能成为这一区域农村奔小康的优选项目之一。

（六）产品品位高，市场潜力大。肉和皮是鸵鸟产业的两大主导产品。鸵鸟肉属纯红肌肉，外观与高档牛肉相似，因肌纤维短而口感细嫩。鸵鸟肉具有极高的营养价值，是理想的保健食品。有资料断言，鸵鸟肉是“21世纪人类新食品”。著名营养学家于若木教授认为“鸵鸟肉乃肉中精品”。牛肉品质好于猪肉鸡肉，而鸵鸟肉品质又优于牛肉。根据中山医科大学提供的资料，鸵鸟肉（精肉）所含蛋白质高于牛肉，钙是牛肉的3.1倍，铁是4.3倍，锌是2.8倍，硒是1.8倍，胆固醇和脂肪分别仅是牛肉1/6和1/3。目前国内市场鸵鸟肉价格是牛肉的2.5-3倍。随着收入水平提高，保健意识增强，对鸵鸟肉品质认知深化，以及产业规模扩大形成成本下降，鸵鸟肉必将越来越受市场欢迎。鸵鸟皮属名贵皮革，用于加工高档皮鞋、皮包和轿车内装潢。其皮质轻，柔韧性、耐磨性和透气性好于牛皮，拉力是牛皮的3-5倍。同样面积的鸵鸟皮价格是牛皮的3-4倍。鸵鸟蛋是种鸵养殖的副产品，蛋壳可进行雕刻和彩绘。鸵鸟羽毛可作名贵的装饰品。公鸵鸟血具有很高的药用价值。鸵鸟脂肪可制作高档化妆品。鸵鸟产业向纵深发展富有巨大的扩展空间。

三、鸵鸟产业 发展 遇到的 问题

鸵鸟是一个新兴产业，人们尚有很多未知领域，这也使得鸵鸟产业发展具有较高不确定性。

（一）知识准备问题。人们的鸵鸟知识还相当肤浅。 目前 ，鸵鸟养殖者没有认识到鸵鸟产业与传统畜牧产业的差别，不能用 工业 理念组织产销活动，对产品开发和市场营销重视不够。有90%以上的人尚不知鸵鸟肉可以消费，更不必说对鸵鸟肉品质的认知。已经获得的知识与技术集中在少数人手中。发展鸵鸟产业首先遇到的是知识准备不足。对鸵鸟适应性的监测，鸵鸟产业知识和鸵鸟肉烹调技术的开发，都是重要的 研究 课题。鸵鸟产业的发展依赖于已获取鸵鸟知识与技术的扩散与传播，尤其是向农民的扩散与传播，使更多的人了解鸵鸟，认知鸵鸟。

（二）产业组织问题。我国的畜牧业突出特点是以家庭为基本养殖组织，利用庭院空间资源和农业剩余劳动时间。这种传统的畜牧产业组织方式，使畜牧业与农业紧密结合，创造了辉煌的农业文明。而鸵鸟不宜在农户庭院零星养殖。传统的畜牧产业组织资源难以被鸵鸟产业完全吸收利用。鸵鸟养殖必须走出庭院，迈向小区，走出兼业化，迈向专业化。因此，在初始阶段鸵鸟产业的组织成本比较高，这对一个新兴产业而言，是一个不小的考验。

（三）市场开发问题。人们最想事先知道却又最难预知的便是市场问题。目前市场问题的核心是肉品市场问题。鸵鸟肉与牛肉相似，如果鸵鸟具有较高的生产效率，则可以预示潜在的鸵鸟肉市场。我国每年肉类消费3300万吨，且正处在需求结构调整时期，若鸵鸟肉占到肉类消费量的1%，则每年需肉鸵800多万只。从另一角度看，在鸵鸟肉、皮市场价格滑落至牛肉、牛皮价格之前，有着不可小视的财富空间。但要真正获取这些财富，决非轻易之举。目前的问题是，鸵鸟产品结构单一，市场定位不明确，营销组织与营销策略不到位，营销力量十分薄弱。

（四）规模 经济 问题。任何经济活动都有规模要求。鸵鸟产业也不例外。一个农户养50-80只鸵鸟，劳动力资源就会得到充分利用，产生劳动力规模效应。一个 现代 化的屠宰场，只有屠宰量达到设计规模要求，效益最佳。如果屠宰量过小（吃不饱），就会因规模不经济而发生亏损。只有当鸵鸟养殖达到一定规模时，才会有人愿意投资鸵鸟屠宰加工。就象果品生产达到一定规模后，有人纷纷投资建设果汁加工厂一样。营销规模过小，市场开发成本则过高。只有大批量销售时，才可摊消营销成本，多中取利。另一方面，鸵鸟产业链条长，垂直分工要求高。饲草饲料、种鸟、肉鸟、屠宰、加工、营销诸多环节必须环环相扣，协调推进。这增加了新兴产业的成长难度。

（五）资金供给问题。鸵鸟产业链条长，加上规模要求高，发展过程中必然会遇到资金问题。比如，一个农户养肉牛有500元即可以购进犊牛一头，利用家庭资源养殖。虽然每只鸵鸟苗只有200元左右，但农户一次购进20-30只，再加上场地建设等启动资金仍需万元以上，一般农户会遇到资金困难。龙头 企业 也会遇到资金流量大的困难。

上述问题必须高度重视。国内一些鸵鸟企业开业时红红火火，但遭遇上述问题困惑，有心养种鸟无力养肉鸟，有心养殖无力加工，有心做大养殖无力做大市场，产业各环节不能协调推进，产业链条衔接困难。目前大多数种鸟养殖企业限产，期待分享他人开拓终端产品市场带来的红利。只有认识清楚了，才会有目的的寻找破解问题的对策，才会推进鸵鸟产业顺利发展。

四、对发展鸵鸟产业的建议

我国鸵鸟产业已经走过了10年，这是艰难的一次创业历程，鸵鸟产业从此在 中国 扎下根基。今后一个时期，鸵鸟产业发展的关键在于大力实行“两个转变”，推动“二次创业”，尽快使生产优势转化为经济优势。为此，提出如下建议：

（一）加强规划与指导。我国已进入农业和 农村 经济结构战略性调整的新阶段。鸵鸟具有显明特点和比较优势，必然要在结构调整中充当重要角色，担当重要使命。可以考虑把鸵鸟产业作为一个新兴产业列入农业结构调整规划，加大扶持，加快发展。秦岭以北的大部分地区处于鸵鸟养殖适宜区，尤其是渭河中下游地区条件优越，可以规划为鸵鸟产业带，集中连片发展。要编制鸵鸟产业发展与区域布局规划，明确重点区域、重点措施，认真组织实施。

（二）扶持产业化龙头企业。扶持龙头企业就是扶持鸵鸟产业，就是扶持农民。要防止企业因铺底投资过大，资金链条断裂，造成产业塌陷，好事变坏事，殃及农户。要采取有力措施和更加优惠的政策，注入必要资金，把龙头企业做大做强。龙头企业要尽快调整公司经营战略，不失时机地实行“两个转变”，推动二次创业。调整企业组织结构，建设营销型企业。大胆探索新的种鸟养殖组织形式，降低成本，提高效率。加快与肉类企业建立战略合作关系，借船出海。

（三）加大市场营销力度。鸵鸟产业发展过程，是鸵鸟产品价格下滑过程，也是产品市场扩展变化的过程。这个过程有多长，现在还无法预知。鸵鸟的产品很多，但目前的重点是鸵鸟肉品市场开发。就近期而言，鸵鸟肉开发要坚持酱制熟食与冷链鲜肉（鸵鸟肉含铁高，不宜常温鲜销）并重，本地与外阜市场并重，主攻国内高消费人群和猎奇消费市场，随生产成本和市场价位下滑，逐步扩张市场空间；鸵鸟皮仍然要依托沿海企业发展外销市场，逐步开发国内鸵鸟皮市场。重点加强产品市场营销，扩大鸵鸟肉销售。尤其是要善于借助既有的市场营销 网络 ，以实现低成本扩张。继续做好鸵鸟蛋壳工艺品加工，积极开发鸵鸟休闲观光 旅游 项目。

（四）推行肉鸵“代养制”。推行肉鸵农户“代养制”，是做大做强鸵鸟产业的一种有效组织方式。农户从公司领养鸵鸟苗，并视领养鸟的大小，交纳不同数额押金。待养到12月龄，体重达到90公斤以上后，由公司按照预先约定好的价格回购。公司对代养户提供技术培训、技术指导和浓缩饲料供应，疫病防治等服务。这种形式，不仅有利于推行标准化生产，实行品牌经营，而且有效化解了代养户的技术和市场风险，减少了农户养鸵的不确定性，克服了农户风险承受能力差的缺陷，解决了结构调整中普遍存在的“市场不明不敢调，资金不足不能调，技术不懂不会调”的问题。推行“代养制”的困难在于，多数农户现金量小，要么交不齐押金，要么短缺流动资金。农村信用社应当为发展鸵鸟“代养制”提供融资服务。

（五）集中连片发展养殖小区。实践证明，建设养殖小区是发展畜牧业的一个大举措。小区养殖有利于养殖户共享信息，共享基础设施，分享 社会 化服务，有利于知识传播、技术进步，有利于污染防治和环境治理，有利于连接产销关系，提高效益。鸵鸟产业从一开始就应当集中连片，发展小区，推进鸵鸟养殖的规模化、标准化和产业化。小区由企业选址兴建，企业经营管理，政府加以扶持。小区要向饲养户提供房舍棚圈，实行水、电、路“三通”，品种、技术、防疫、饲料、销售“五统”。畜牧兽医部门要为小区建设与发展提供必要的指导和服务。养鸵小区用地应与其它养殖小区一样，按农业用地对待，由养鸵农户与土地使用权人或者用地企业与土地使用权人依据《农村土地承包法》的规定流转使用。

（六）加快技术研发与推广。鸵鸟产业规划区各级畜牧兽医技术人员要了解鸵鸟知识，掌握必要养殖技术，开展技术培训，重点推广“火炕温棚育雏、饲养管理、配合饲料和鸟病防治”四项技术。支持大专院校与鸵鸟产业化龙头企业联手，加强鸵鸟养殖研究和鸵鸟产品开发 科技 攻关。如果能够在鸵鸟人工受精、配合饲料技术上取得突破，将会大幅度减少种鸟饲养数量，加快良种鸟扩繁。通过科技进步，降低生产成本，提高经济效益还有较大潜力。

（七）放松鸵鸟管制。林业主管部门根据国际野生动物保护公约的有关规定，将鸵鸟列入了一类野生濒危动物。鸵鸟引进、养殖、加工，需要办理一系列审批手续，增加了经营成本。我国不是鸵鸟原产地，也没有从“公约”限制地引进种鸵。应该把人工饲养的鸵鸟作为畜牧产业的组成部分，归口由农业行政部门统一管理。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！