

# 中国饲料添加剂在国际市场的新角色

姜树林

3月16-18日国际畜牧集约化展览会（VIV）在泰国曼谷举办。本次展会共有来自世界35个国家和地区的473家企业参加，参观者来自87个国家共22 651人次。我国饲料企业参展数量位居本次展会榜首，体现了中国饲料企业积极走出国门参与国际竞争的风貌。我国饲料企业既展出了许多新技术和新产品，又在国际市场结交了许多合作伙伴。同时也学到了其他国家企业参展和泰国VIV主办者的丰富经验。此次参加泰国VIV展会体会很深，现将泰国VIV展会情况和一些感受及建议在此做一简述。

## 1 我国饲料企业参展数量位居泰国VIV展会榜首

### 1.1 世界各国参展企业数量及比例

本次参展的473家企业主要来自北美的美国、墨西哥；欧洲的德国、法国、西班牙、比利时、英国、丹麦、荷兰、意大利等国家；中东的以色列、土耳其、伊拉克等国家；以及来自亚太区的中国、中国香港、泰国、韩国、新加坡、印度、越南、日本、马来西亚和澳洲等地的国家和地区。

我国有66家企业参展，占总参展商的14%，位居所有参展国的榜首。第二名泰国（62家，占13.1%），第三名荷兰（44家，占9.3%），第四名美国（37家，占7.8%），第五名法国（35家，占7.4%），第六名意大利（27家，占5.7%），第七名西班牙（26家，占5.5%），第八名英国（23家，占4.9%），第九名韩国（22家，占4.7%），第十名德国（21家，占4.4%）。

### 1.2 我国饲料参展企业数量位居榜首的意义

体现在：我国饲料企业的经济全球化意识、国际竞争意识增强；贯彻实施农业部“走出国门”、“抓两个市场，两个资源”战略的具体行动；我国的部分饲料企业已经把发展的角度对准了国际市场，并且具备了参与国际竞争的實力；展现了我国饲料企业家首先抢占东南亚市场的战略眼光。

## 2 江苏、山东两省企业参展数量位居我国参展省的前列

在我国参展的66家企业中，江苏省有13家企业参展，位居第一；山东有10家企业参展，位居第二；中国台湾有7家企业参展，位居第三；中国香港有6家企业参展，位居第四；广东省有5家企业参展，位居第五。

## 3 我国饲料添加剂参展企业位居中国参展企业总数的榜首

在我国的参展企业中，饲料添加剂企业参展数量位居榜首，占我国参展总数的32%；兽药企业位居第二，占总数的21%；畜牧饲料机械企业位居第三，占总数的17%（表1）。

从不同产品类别的参展企业数量的排列，可以看出我国的饲料添加剂和畜牧饲料机械企业实力比较雄厚，有较强的比较优势。

过去，我国市场上的添加剂主要靠进口，但从此次泰国VIV展会上看出，无论是各国的参观者还是参展者对我国的饲料添加剂、兽药和畜牧饲料机械都产生了浓厚的兴趣，尤其是我国的新型饲料添加剂在展会上倍受青睐，展现了强大的生命力和国际竞争能力。

表1 我国各省、市、区参展企业不同产品类别统计

省	机械	添加剂	药品	研究开发	贸易	其他	合计
湖北		2					2
北京	1			1			2
江苏	3	4	2			4	13
四川	1	1					2
上海		1			1	1	3
福建	1						1
广州	1	1				3	5
珠海		1	1				2
河北		1					1
山东	1	3	2			4	10
河南		1	1			1	3
宁夏			1				1
天津		1					1
陕西		1	1				2
浙江			1			1	2
安徽			2				2
内蒙古			1				1
香港	1	2	1			2	6
台湾	2	2	1			2	7
总计	11	21	14	1	1	18	66

#### 4 动物健康与饲料添加剂成为此次展会的焦点

在泰国VIV主办单位的每日统计数字中，可以看出，参观者的兴趣主要集中于家禽和猪的产品类别中，例如，对家禽和猪的工业饲料处理设备感兴趣的参观者平均分别为18.5%和11.5%（表2）。

在参展产品的类别中，参观者最感兴趣的产品为“动物健康”及“饲料成分、添加剂和原料”，分别占比例平均高达61.7%和57.5%。从这个信息中我们可以看到，添加剂生产在畜牧业中占有非常重要的地位，本次展会我国饲料添加剂参展企业也是最多的，某些产品已经担负起引导世界潮流的新角色，初显国际竞争实力。

表2 参观者的兴趣统计 %

类别	参观者的兴趣						
	日期	占总类别	所有养殖类	家禽	猪	牛	鱼
工业饲料处理设备	16日	49.9	24.1	18.4	11.4	2.3	2.1
	17日	52.4	25.6	18.6	11.6	2.6	2.1
	18日	49.9	24.1	18.4	11.4	2.3	2.1
	平均	50.7	24.6	18.5	11.5	2.4	2.1
饲料成分、添加剂、未加工原料	16日	57.9	29.8	20.2	13.3	3.2	2.6
	17日	56.7	28.5	19.6	13.1	3.4	2.5
	18日	57.9	29.8	20.2	13.3	3.2	2.6
	平均	57.5	29.4	20	13.2	3.3	2.6
动物健康	16日	62.2	30.3	21.9	16.0	3.6	2.1
	17日	60.8	28.4	21.5	16.1	3.8	2.2
	18日	62.2	30.3	21.9	16.0	3.6	2.1
	平均	61.7	29.7	21.8	16.0	3.7	2.1
	16日	55.4	27.7	18.7	13.6	2.7	2.1

饲料	17日	55.2	26.4	19.7	13.7	3.2	2.4
	18日	55.4	27.7	18.7	13.6	2.7	2.1
	平均	55.3	27.3	19.0	13.6	2.9	2.2
	16日	43.9	17.4	17.5	12.4	1.8	1.1
动物饲养	17日	43.8	16.9	17.1	12.4	2.2	1.1
	18日	43.9	17.4	17.5	12.4	1.8	1.1
	平均	43.8	17.2	17.3	12.4	1.9	1.1
	16日	50.0	18.1	19.9	15.5	1.8	1.0
农场设备	17日	49.0	17.9	19.8	14.1	2.2	1.3
	18日	50.0	18.1	19.9	15.5	1.8	1.0
	平均	50.0	18.0	19.9	15.0	1.9	1.1
	16日	35.3	12.4	14.6	8.1	1.3	0.6
屠宰设备	17日	34.8	12.4	14.4	7.9	1.5	0.6
	18日	35.3	12.4	14.6	8.1	1.3	0.6
	平均	35.1	12.4	14.5	8.0	1.4	0.6
	16日	36.8	17.6	13.7	7.7	1.6	1.0
肉、蛋、奶、鱼肉包装设备	17日	36.5	16.8	13.9	7.5	1.8	0.9
	18日	36.8	17.6	13.7	7.7	1.6	1.0
	平均	36.7	17.3	13.8	7.6	1.7	0.9
	16日	30.6	15.1	10.0	7.3	1.0	0.7
肉类成分	17日	31.4	14.9	10.7	7.3	1.4	0.8
	18日	30.6	15.1	10.0	7.3	1.0	0.7
	平均	30.9	15.0	10.2	7.3	1.1	0.7
	16日	31.9	15.2	10.6	8.1	1.2	0.8
肉类产品	17日	33.0	15.2	11.2	8.1	1.5	0.8
	18日	31.9	15.2	10.6	8.1	1.2	0.8
	平均	32.3	15.2	10.8	8.1	1.3	0.8
	16日	31.2	16.6	9.5	6.7	0.8	0.6
其他	17日	31.3	15.9	10.2	6.5	1.1	0.6
	18日	31.2	16.6	9.5	6.7	0.8	0.6
	平均	31.2	16.4	9.7	6.6	0.9	0.6

## 5 泰国VIV ASIA 2005与上海VIV ASIA 2004的比较

泰国VIV ASIA 2005展会竞争激烈，每家公司都在与全球性公司争取着展位。比起上一届上海VIV只有52个国家和地区的16 000名代表参观，而且89%的参观者均是来自中国本土。无论从展会规模还是参展厂家及参观人数上看，泰国VIV ASIA 2005均超过了上一届在中国上海举行的VIV ASIA 2004。

值得注意的是，此次泰国VIV展会不仅在参观人数上要比上一届中国上海VIV展多（前者连续3天参观者总数为22 651人次；后者仅为15 136人次），而且从连续性上来看，后者第一天参观的人数很多，到了第二天剧减，第三天参展商基本就撤展了；而泰国曼谷VIV展会，第二天参观的人数仅比第一天减少12%，第三天的人数比第二天减少58%；第一天、第二天和第三天参观人数分别为10 080，8 826和3 745人次。其中泰国本国的参观者在第一天、第二天和第三天参观人数分别为5 019，4 432和2 095人次，而到第三天参展者主要是泰国学生和养殖场，由此可见泰国VIV展会的组织者是作了精心策划的，这样既保证了晚来参观者能够看到所有类别的产品，也让参展的企业能够接触到更多的客户，能够有效地了解自身在世界各个企业中的位置，为发展成国际领先企业提供新动力。

再分析一下此次展会的参观人群：来自泰国的参观者占总参观人数的51.0%；菲律宾第二，占4.3%；马来西亚第三，占3.6%；印度第四，占3.5%；越南和印尼并列第五，分别占2.8%；韩国第六，占2.3%；中国大陆第七，占2.2%；中国台湾第八，占1.8%，等等。结合之前所分析的各国参展商的数量，可以看出我国企业对这种国际性产品展示会颇为重视，我国企业已在积极地走出国门，为企业的发展积极寻找方向。

另外，泰国的曼谷国际贸易展览中心（BITEC）组委会充分的准备工作更是为泰国VIV展会的成功铺垫下了扎实的基础。第一，泰国的BITEC虽然比较靠近郊区，但主办单位的交通配套做得非常细心到位，展馆内不仅有客货车出租，展馆外还有免费的接送巴士直达市中心的轻轨铁路，省去了很多不必要的麻烦；第二，在展馆的分布方面上海VIV ASIA 2004的参展企业是根据产品的类别、分布在不同的楼层。人流感觉很分散、不集中，而且演讲厅和展馆分布在不同的建筑物中，展馆中却没有适当的方向指示，这也是使展览会的参观者人数变少的原因之一；此次泰国展览会的展馆分布清晰，让参观者能更有效运用时间，每个参观者都非常容易找到自己所感兴趣的产品。同时，演讲厅和展馆在同一建筑物内，参观者如果要听演讲非常方便，也有相应的指示牌标明路径；第三，联谊活动办得非常之好，这不仅可以让参观者了解泰国的文化，也给了企业之间互相交流的机会，能够清晰地了解双方企业的产品特性；第四，主办单位能在当天的展期结束后，实时作出数据分析，第二天回到展馆的时候，一份完整的参观人数分析已经在等着你阅读。真正做到参观者需要的就是我们要做的；第五，场馆的设施充足，例如在馆内设有可供上网的计算机，在中等餐馆及高档餐馆有多国的美食可供选择，如中国菜、泰国菜、意大利菜及印度菜等供选择。而场外设有服务单位提供实时协助，如基本装修工具及安排运输等服务，他们的服务效率很高，对参展商的一般要求都在15min内完成。同时主办方还给参展商准备了会谈室，在双方都感到有兴趣想进一步洽谈的时候，提供了一个比较舒适、安静的环境。

## 7 走出国门参加国际展示的启示与建议

### 7.1 走出国门后，“天花板”的设限自然被冲开

走出国门后，自设的“天花板”限制一下就被冲开了。过去由于信息不对称，总是两眼一抹黑，产品如何才能出口？市场在那里？经销商在那里？如何运？能卖什么价？成本几何？能赚多少？自己产品的竞争力如何？……越想越难，障碍重重。通过参加国际展示，可以发现，世界各地正不断找寻拥有知识产权的新产品，大家对绿色、安全的产品更为感兴趣，表现了产品发展的主流方向更着重于人类健康。另一方面，这次参展提供了很多机会与世界各地有意向的代理商碰面和商谈合作。通过参加泰国VIV展会，既展现了自己，又结交了朋友，做成了生意。

### 7.2 我国饲料添加剂工业将有可能在世界上称雄

过去，我国的饲料添加剂完全依赖进口；今天，我国的一些饲料添加剂已经大量出口，某些产品成了霸主；将来，我国将成为添加剂出口大国。

我国的饲料添加剂倍受参观者和参展者的青睐，在国际市场上已经展现了较强的竞争力。我国饲料添加剂的崛起和在国际市场上的新角色和新定位，应引起国家相关主管部门的高度重视。

### 7.3 充分发挥我国饲料工业协会的作用

第一，积极参加国际饲料合作组织，加强国家与国家饲料协会间的联盟与合作，加强信息管理和提供服务，组织饲料企业积极参加国际交流，组织饲料企业参展和参观，支持我国饲料企业与国外的企业合作和联盟，与国外的饲料协会合作，疏通进入国外的产品注册通道，加强技术交流，提供信息服务，促进贸易的发展。

第二，从我国饲料工业的实践和泰国VIV展会来看未来国际竞争的趋势，我国饲料工业参与国际竞争的比较优势在于饲料添加剂工业。因此，我国饲料工业协会应加强与政府沟通，争取国家出台支持发展饲料添加剂工业的政策；支持饲料添加剂企业联合打造饲料添加剂行业的航空母舰，铸造国际品牌，培养国际竞争的核心优势。

第三，争取鼓励创新及保护政策。要加强知识产权和专利权的保护，同时加强行业自律。从泰国VIV展会体会到，参加国际竞争没有核心技术是难以取胜的。展会上各国的企业

家和技术专家都在寻找新技术、新产品。对农业部饲料和饲料添加剂新产品的创新技术要加大激励政策，对添加剂预混料I型新产品实行重点引导，维护市场秩序；对复合添加剂预混料II型产品必须严格管理，必须在I型添加剂企业购买I型添加剂原料。为了鼓励创新，支持开拓世界级的原创性新产品，建议通过饲料工业协会的沟通，请农业部饲料工业办公室加大农业部饲料和饲料添加剂新产品的保护和推广力度，谨慎颁发复合添加剂II型产品的生产许可证。

## 8 结语

国际经济环境正在发生大变动，市场格局正在重新分配。中国饲料添加剂工业在国际市场上有较强的比较优势，应抓住机遇，顺势而上，把发展饲料添加剂工业作为龙头产业来抓，以带动整个饲料工业的全面提升。同时推行走出去的战略，通过打造世界国际大品牌，在国际竞争的过程中谋求中国饲料工业在国际上地位的进一步提升。