

**A: 海大集团在饲料方面不会削减开发力度,但是思路在调整,从过去的产品-营销-服务模式,调整为产品-服务模式。营销色彩将会逐步降低,最终完全去掉,更加重视服务,以好产品加好服务来赢得市场。现在的形势跟过去不一样,养猪需要更多的知识,很多养殖户需要专业团队指导如何去防控重大疫病养好猪,所以更加需要服务团队给养殖户做好服务。**

**Q: 大型养殖企业都进行了快速的扩张,未来的中小养殖场生存空间在哪?**

**A: 有利润,自然会有人去追逐。中小养殖场两个难题,一方面缺乏资本,另一方面缺乏技术。只要有足够的利润,就会有冲劲,缺乏资本的可以从小做起,缺乏技术的可以进行学习。在利润的刺激下,学习效率是超高的。**

虽然很多人不看好中小养殖户,但我不这样认为。只要养猪仍然有利润,那就会有人去养猪。而且中小养殖户养殖量少,需要的空间小,很灵活,在猪价高涨的背景下,只要做好生物安全,把猪养好,就能赚到钱。

### 未来需要向消费端寻找利润

**Q: 对于全产业链延伸的模式您怎么看?**

**A: 整合产业链是一个机遇。未来的趋势是养殖场就地屠宰,通过冷链配送给消费者。配送也是核心竞争关键,如果在未来生猪产能上来了,养殖端的利润就会下降,那么这时候养猪企业想要生存下来,就需要向消费端寻找利润,布局从生产到终端销售的整套产业链,这样企业会更有生命力和竞争力。但是目前养殖还有足够的利润来维持发展,**

所以这个进程还是相对缓慢。

**Q: 后非瘟时代中国的养殖结构如何?国内的养猪格局会发生什么变化?**

**A: 我认为将来中国未来的养殖结构更像俄罗斯,即是中小养殖户数量慢慢降低,专业化规模场数量慢慢增加。但我认为未来并不会出现某一个企业能够占据国内整个养猪业超高份额的局面。**

因为当一个企业规模发展到一定程度之后,很难继续扩大体量,如果强行继续扩大规模,很可能会受到反作用。尤其是在非洲猪瘟的背景下,没有哪一家集团能够保证旗下的每一个猪场都能做得同样好。

**Q: 下阶段,海大有什么发展规划?做了哪些准备?**

**A: 海大集团的发展很简单,也很务实,下一步规划是在3-5年实现500万头产量,重点区域在广东、广西。**

目前,我们的技术核心团队支撑能力的骨架已经搭建完毕,生物安全体系也已经搭建完成。而针对非瘟背景下标准化生产的SOP已经开发完成,可以针对性的降低疾病的传播途径,减少生产操作程序,简化生产流程。

目前我们的人员效率达到200头母猪/人。另外,自主联合开发的生猪养殖的IT系统也将全面上线,完成数字化系统能力搭建,其它的财务、生产、兽医、工程设计、工程建设、人力资源等业方面也将为规划的实现提供有力的支撑条件。

(采访:吴伟欢 整理:王章权)

## 共克时艰,宅出高效,决胜2020!

《居家办公24小时》正在热映

足不出户,是不给国家添乱,帮助疫情恢复;

认真办公,是实现公司正常运转,为市场复苏尽绵薄之力。

疫情当前,除了一群奋战在“疫”线的白衣天使之外,还有活跃在手机屏、电脑屏后,采用居家办公的方式开展工作,确保抗疫期间工作不掉线,为复工复产贡献力量的一群海大人!宅家办公,他们宅出了高效。

自农历大年初六开始,第一批海大人已开始奋斗在令一个一线,为稳产保供,守护菜篮子而战。疫情限制了我们的活动范围,但是我们的思想依然可以自由翱翔!

**华中大区 刘明洋**  
及时召开华中大区猪料公司技术服务负责人视频会议,研究和部署当前猪料市场远程服务工作。

**畜禽动保与服务中心 何洪波**  
把科学的防控知识传播给养殖户,利用好通信平台及时处理好养殖需求。

**济宁海鼎 刘龙**  
在家办公不出门就是为社会做贡献。这个时候或许可以沉下心来做一些深刻思考.....

**山东大区 冯德永**  
在家组织线上技能培训,对重点、难点等细节部位仔细研究并记录,为复工以后抢进度打下坚实基础。

**市场中心 刘海波**  
回想饲料销售工作,经过疫情冲击之后,是否应该也回到“诚信经营”、“为客户创造价值”的主线。

**华中大区 唐川**  
依托渠道建立微信群,培养粉丝户和服务人员进群,实时在线解决养殖户遇到的难题。

“他们只是其中的一部分,2万名海大人都在“屏”后,铆足了劲儿,努力工作着!待疫情结束,春暖花开之时,来体验海大饲料的服务吧!这场战“疫”,海大挺你!”

(集团市场中心供稿)