

中国肉牛业的 商务机遇与挑战

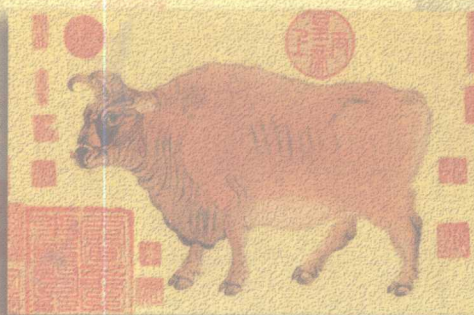
约翰·W.朗沃斯

【澳】科林·G.布朗 著

斯高特·A.万龙

刘玉满

主译



The Australian Centre for International Agricultural Research



THE UNIVERSITY OF QUEENSLAND

中国农业出版社

中国肉牛业的 商务机遇与挑战

约翰·W. 朗沃斯(John W. Longworth)

[澳] 科林·G. 布朗(Colin G. Brown) 著

斯高特·A. 万龙(Scott A. Waldron)

刘玉满 主译

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国肉牛业的商务机遇与挑战/ (澳) 朗沃斯 (Long worth, J.W.), (澳) 布朗 (Brown, C.G.), (澳) 万龙 (Waldron, S.A.) 著; 刘玉满等译. —北京: 中国农业出版社, 2003.9

ISBN 7-109-08485-X

I. 中... II. ①朗...②布...③万...④刘... III. 肉牛-畜牧业经济-研究-中国 IV. F326.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 071465 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 张 欣

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 24.25

字数: 413 千字 印数: 1~1500 册

定价: 50.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

作者简介

约翰·W. 朗沃斯 (John W. Longworth)

约翰·W. 朗沃斯现为澳大利亚昆士兰大学农业经济学教授，原国际农业经济协会会长，澳大利亚社会科学学会会员。他潜心研究日本和中国的肉牛业长达 25 年之久。他的学术代表作《日本的肉牛业 (Beef in Japan)》为解决困扰日本牛肉贸易的复杂问题做出了重大贡献。近年来他开始关注中国，专心研究了中国羊毛业的发展和突然崛起的肉牛业。到目前为止，他已经独立和合作撰写了 5 部关于中国问题的专著，其中有 3 部已经译成汉语出版。此外，他还撰写了 120 余篇研究论文和报告，覆盖的领域包括澳大利亚的小麦、羊毛、肉类的营销与政策。他作为日本京都大学的客座教授，曾 3 次访问日本，累计时间为 6 个月。青年时期，他曾花费一年时间就读于美国芝加哥大学攻读博士后。他在一个饲养绵羊、生产羊毛和小麦的农场长大，在成为学者之前，他还做了若干年的羊毛分级员。他的主要研究领域是“贸易政策情报”——了解决定澳大利亚未来贸易前景，尤其是羊毛和牛肉贸易前景的海外市场的长远问题。

出版的其他书籍有：《日本的肉牛业 (Beef in Japan)》，1983 年；《中国农村发展的奇迹 (China's Rural Development Miracle)》，1989 年；《中国的羊毛业 (The Wool Industry in China)》，1990 年；《中国的牧区 (China's Pastoral Region)》，与 Gregory J. Williamson 合著，1993 年；《中国的农业产业改革 (Agribusiness Reforms in China)》，与 Colin G. Brown 合著，1995 年；《中国肉牛业的效率 (Efficiency in China's Cattle and Beef Industry)》，与张存根合著（已出中文版），2000 年。

科林·G. 布朗 (Colin G. Brown)

科林·G. 布朗现为澳大利亚昆士兰大学农业经济学高级讲师，长期从事畜牧业市场营销与政策研究。20 世纪 80 年代中期，作为攻读博士学位研究的一部分，他对妨碍昆士兰州肉牛屠宰业效率的组织布局、劳动管理以及其他相关问题进行了研究。他在澳大利亚农业经济局工作期间，又把他的研究拓展到澳大利亚的整个肉牛业。他后来又在丹麦农业经济研究所工作了四年，研究欧共体的共同农业政策中畜牧业政策问题，并同时分析世界畜牧业市场开发问题。1990 年后，他的研究中心转移到中国农村发展问题，特别是羊毛业和肉牛业，他参与了多个羊毛业和肉牛业的研究项目。他与约翰·W. 朗沃斯教授合著了一部有关中国羊毛产业问题的专著，还撰写了许多有关中国和其他国家畜牧业的研究论文和报告。

斯高特·A. 万龙 (Scott A. Waldron)

斯高特·A. 万龙是澳大利亚昆士兰大学中国农业经济研究组的研究成员，就职于澳大利

亚国际农业研究中心资助的研究项目。他在一个饲养肉牛和绵羊的农场长大，他家的牧场最早位于昆士兰州的 Darling Downs 地区，后来迁居到位于新南威尔士州的 Northern Rivers 地区。他在中国生活了近五年，并去过 20 个省份进行调研。他曾经作为一家新闻单位（Economist Intelligence Unit）的一名记者和一家农业咨询公司的项目经理，在北京工作两年。他能说一口流利的汉语并能阅读中文文献。他曾获得澳中理事会的奖学金，就读并毕业于南京大学约翰斯—霍普金斯中美研究中心，并用汉语完成了毕业论文。他从格里菲斯大学（Griffith University）获得国际商务关系和现代亚洲研究两个学位，现在昆士兰大学攻读农业经济博士学位。他的主要研究领域是农产品供应链的体制问题。

译 者 的 话

改革开放以来,肉牛业作为一个传统的农业产业部门,一直以较高的速度持续、稳定地增长,已经成为畜牧业经济中的一个新增长点,在增加农牧民收入和提高居民膳食结构方面正发挥着越来越重要的作用。然而,同我国肉牛业的高速发展相比,对肉牛业发展的研究,特别是对肉牛业发展的经济问题研究相对滞后,缺乏站在宏观高度对肉牛业发展问题,特别是经济问题的整体性研究。

《中国肉牛业的商务机遇与挑战》的出版填补了这一方面的空白。该书是“中国肉牛业产业化的社会与经济问题分析”研究课题组所取得的主要研究成果之一。该课题得到了澳大利亚国际农业研究中心(ACIAR—Australian Centre for International Agricultural Research)和澳大利亚肉类与畜牧业协会(Meat and Livestock Australia)的资助。该课题是中澳两国政府之间的协议项目,中方的执行机构有农业部国际合作司、中国社会科学院农村发展研究所和中国农业科学院农业经济研究所,澳方的执行机构是昆士兰大学农村与自然资源管理学院。该课题于1997年年初正式开始启动,到2000年6月底结束,历时三年半。在这期间,中澳双方的科研人员在北京先后与农业部、外经贸部、国家国内贸易局、国家工商行政管理局、国家统计局、中国农业大学、中国肉类协会、中国粮油食品进出口总公司等机构的有关下属部门和人员进行了座谈。中澳双方的科研人员还先后深入到北京、内蒙古、辽宁、吉林、河南、河北、山东、安徽、上海、江苏、广东、广西、云南、四川等省、市、自治区开展调研,调研的范围包括中央和地方的生产部门、流通部门、加工部门、贸易部门、信息部门以及政策制定部门,获得了大量的第一手资料和二手资料。可以说,这是迄今为止对我国肉牛业发展的经济问题所做的跨地区、跨行业、跨部门的规模最大、资料最详尽的一次调研活动。在调查研究的基础上,由澳方课题组成员 John W. Longworth 教授、Colin G. Brown 博士和 Scott A. Waldron 先生合作完成了本书的撰写,并由昆士兰大学出版社于2001年正式出版(英文版)。

本书是迄今为止对我国肉牛业经济问题描述得最为详细的一本学术专著,从若干个不同的方面详细描述了中国肉牛业的变革。全书共分十七章,各章的排序是按生产→加工→流通→贸易的顺序,其目的是为了反映出商品供给链的流向。第一和第二章对我国肉牛业的总体情况做了简要介绍;第三至第七章是关于肉牛业的生产问题,包括肉牛的品种和遗传资源、进口牛与本地牛杂交、传统牧区的生产体系以及农区的生产体系(非专业户、专业农户和育肥场三个生产类型);第八和第九章对活牛的流通方式和活牛屠宰情况进行了介绍和评价;第十和第十一章对活牛及副产品的加工进行了探讨,其中第十章重点讨论了除鲜肉、下水、牛皮或皮革等以外的其他产品系列,尤其是熟肉加工制品,第十一章对皮革加工行业做了简要介绍,并着重讨论了皮革加工业的发展和调整问题;第十二、第十三和第十四章着重描述了牛肉的市场问题,其中第十二章对传统的鲜活(肉)市场和大众市场体系的演变过程进行了描述和分析,第十三和第十四章介绍了我国东部城市中的牛肉及副产品的大众市场的独特之处;第十五和第十六章着重介绍和分析了活牛、牛肉及副产品的对外贸易情况;第十七章提出了一些主要结论。

参与本书翻译的人员都是来自中国社会科学院农村发展研究所的科研人员,他们分别是刘玉满(第一、第二、第三和第十五章)、杜志雄(第四、第五和第六章)、张元红(第七、第八、第九和第十七章)、尹晓青(第十、第十一、第十四、第十六章及附录部分)、苑鹏(第十二和第十三章)。刘玉满对全书做了统纂和校译。

翻译者非常感谢本书的作者和昆士兰大学出版社,感谢他们的慷慨和友善,允许我们将这样一部具有很高学术价值的专著翻译成中文并公开出版发行,以飨我国的广大同行,这是他们献给我国肉牛产业的最好的礼物。翻译者还要特别感谢澳大利亚肉类与畜牧业协会(the Meat and Livestock Australia)和澳大利亚国际农业研究中心(the Australian Centre for International Agricultural Research),这两个机构不但为本书的研究项目提供了资助,而且还为本书的出版提供了资金支持。

由于翻译者的水平有限,在本书的翻译过程中,不当甚至是误译之处在所难免,欢迎广大读者批评指正。

翻译者

2003年8月

英文版前言

随着中国经济的现代化,中国的巨大经济已经与世界市场融为一体,使外商对中国潜在的商业机遇表现出浓厚的兴趣。随着中国加入 WTO,这一进程还会加快。当然,也有传闻说在中国做生意是困难的。

一个主要的问题是获得商业决策的可靠信息极度困难,特别是在中国的农村地区更是如此,因为农村已经被外商的投资兴趣所忽略。然而,由于经济的对外开放,中国的农业和畜牧业已经成为颇具引力的外商投资领域。

本书旨在介绍中国肉牛产业的农业商务机遇,并为能够抓住这样的机遇提供尽可能详实的背景资料和分析。同时,除了肉牛业的商务利益外,本书还对其他一些备受关注的主要问题进行了调研。

中国的肉牛业直到最近才引起人们的关注。自从 1985 年以来,中国的肉牛业的实际增长即使按照中国的标准衡量也是非常显著的。本书描述并分析了中国为什么并且是怎样在不到 20 年的时间里发展了这一新的巨大肉牛产业。本研究将对贸易谈判者、外国政策分析者、学者、一般读者以及牛肉生产商、加工商和出口商有所裨益。

由于政策的驱使,中国的肉牛业试图参照西方肉牛业的发展模式实现着现代化,使牛肉产量大幅度增长。但是,由于对中国肉牛业市场的客观实际和肉牛业的其他特点关注不够,迄今为止,为肉牛业现代化所付出的各种努力尚未取得成功。这个巨大而分散并且高度地方化了的大众市场需求——只愿意购买低价的产品。结果是低价的产品主宰着肉牛业的生产、加工和销售。

然而,中国的牛肉市场需求正在发生变化,这些变化会使中国肉牛业的生产 and 营销体系的现代化更适合于本国国情。正是由于这种新一轮的增长才使中国的肉牛业更具活力,使国内外的商界看好了中国肉牛业的前景。本书不只一次地指出,合资经营是利用这样的农业商务机遇的最佳方式,因为合资经营可以实现中外肉类行业的经验和资源有机结合。

对中国的某个产业进行认真的评价是一项让人望而生畏的工作,需要大

量的时间和精力。当这个产业如同肉牛业一样巨大并且高度分散时，就更加需要这样的付出。

本书是对中国的肉牛业进行了为期四年研究的一项主要科研成果。在研究过程中，除了开展其他科研活动外，还走访了包括中国内地的 14 个省份和香港在内的 400 多个肉牛业的相关人员。此外，还开展了两次消费者调研，被访问的农户有近 2 000 个。调研成果在学术刊物上、学术会议上以及于 2000 年 6 月在北京举办的研讨会上都有报道。本书汇集了研究人员的各种不同想法，是对中国肉牛业的综合性分析。

本研究获得了澳大利亚肉类与畜牧业协会（the Meat and Livestock Australia）和澳大利亚国际农业研究中心（the Australian Centre for International Agricultural Research）两个机构的资助。本研究所取得的科研成果，包括由澳大利亚肉类与畜牧业协会直接资助出版的这本书，集中体现了中澳两国的产业实体与科研人员之间合作的协同一致。两个资助机构已经收到了大量的对科研成果的反馈意见。此外，我们的科研成果已于 2000 年 6 月在北京举行的为期三天的研讨会上，用汉语向来自 14 个省份的包括政府官员、企业经理和研究人员在内的 75 位会议代表做了介绍，与会代表对我们的科研成果进行了讨论。

如果没有中方研究人员的参与和中国农业部的合作，就无法开展这项研究并完成本书的撰写。负责本项研究的中澳双方课题组成员分别来自昆士兰大学中国农业经济研究组、中国农业科学院农业经济研究所和中国社会科学院农村发展研究所。昆士兰大学的自然与农村系统管理学院和中方的两个研究机构，以提供各自研究人员工资和基本研究条件的形式对本研究项目予以支持。

在项目进行的近四年间，有许多人为项目调研做出了重要贡献。课题组成员真诚地感谢那些曾经热心参与访谈和座谈的数以百计的政府官员、地方企业的领导和经理、饲养肉牛的农户、肉牛育肥场的经营者、活牛市场的参与者、屠宰厂的厂长、牛肉加工商和交易商、法制工作者以及非课题组的研究人员。

中澳双方合作的课题组有多人组成，中方的课题主持人张存根（中国农业科学院）和刘玉满（中国社会科学院）为本项目和本书做出了重大贡献。作者想要感谢的其他中方研究人员有中国农业科学院的李锁平、熊存开、胡定寰和刘芳，中国社会科学院的[陈吉元]、林祥金和尹晓青，农业部的卢肖平，他们为本项目，特别是为本书的写作提供了帮助；澳方的研究人员有蔡海鸥、Ralph van Gelder、Ian Jarratt、Dominic Smith、Belinda Finch 和

Michael Barr, 他们对本研究的各个方面都做出了重要贡献。作者还要感谢 Bill Richmond 为本书的编辑提出了建议。

本书的写作过程, 对于负责许多草稿的打印、图表的精心设计以及最终稿件的版面设计的个人来说, 是一种技巧与耐心的重要考验。作者为 Stephanie Cash 承担了这项工作感到十分荣幸。本书的完成凝聚了她的许多努力和艰辛。

最后, 也是最重要的, 作者感谢他们各自的家庭在过去的四年中给予的理解和支持, 并对他们的家人充满感激之情。他们的家庭一方面要忍受由于作者到中国开展调研而不能与家人团聚的苦恼, 另一方面还要忍受由于作者忙于书稿的写作而使他们承担额外的压力。

在感谢那些为作者提供支持和帮助的许多单位和个人的同时, 还需要说明的是, 书中所表达的观点完全是作者本人的观点, 并不反映本研究项目的支持单位和个人的立场。此外, 尽管作者已经采取了所有谨慎措施以确保书中内容的准确性, 但是谬误在所难免, 仅供一般参考之用。在某些具体情况下运用时, 应该做进一步咨询。

作者: 约翰·W. 朗沃斯 (John W. Longworth)

科林·G. 布朗 (Colin G. Brown)

斯高特·A. 万龙 (Scott A. Waldron)

2001年4月

目 录

作者简介
译者的话
英文版前言

第一章 引言	1
1.1 肉类和牛肉对中国的重要性	2
1.2 本书的主题	3
1.3 资料来源	3
1.4 全国官方统计资料的局限性	5
1.5 内容提要	6
第二章 一个新的巨型产业的崛起	11
2.1 产业规模及布局的变化	11
2.2 消费模式和消费水平的变化	18
2.3 是政策“推动”还是市场“拉动”?	22
2.4 政策与规划	23
2.5 肉牛产业的主要机构	30
第三章 品种与繁育	38
3.1 背景	38
3.2 黄牛	40
3.3 培育品种	45
3.4 引进品种	47
3.5 育种繁育中心与人工授精	52
第四章 活牛生产部门结构	65
4.1 生产者类型	65
4.2 牛的生产规模	76
第五章 非养牛专业户的经济学分析	85
5.1 经济激励因素分析	85

5.2	代表性的非养牛专业户的界定	87
5.3	代表性非专业户家庭的财务状况	102
5.4	敏感性分析	102
第六章	养牛专业户的经济学分析	110
6.1	养牛专业户代表户的定义	110
6.2	养牛专业户代表户的家庭财务状况	116
6.3	灵敏度分析	118
第七章	育肥生产经济学	124
7.1	外国投资的领域	124
7.2	行业演变	125
7.3	育肥场的调查结果	131
7.4	其他育肥场	144
第八章	活牛营销	147
8.1	活牛的地区间流动	147
8.2	活牛经销渠道概况	149
8.3	集中销售	152
8.4	零散销售	157
8.5	价格报告与市场信息	160
第九章	活牛屠宰	162
9.1	演化与问题	163
9.2	结构	164
9.3	行业法规和标准	176
9.4	屠宰设备和技术	177
9.5	各种屠宰类型的收益率	178
第十章	活牛屠宰的产品	188
10.1	可利用产品的品质和价值	189
10.2	加工的可食性产品	191
10.3	牛血和牛骨	198
10.4	兽药制品	201

第十一章 皮革行业	203
11.1 中国和世界皮革工业	204
11.2 中国皮革工业协会与合作投资	209
11.3 产业结构	211
11.4 产业调整	215
11.5 价格和收益	217
第十二章 牛肉的配送与营销	218
12.1 背景	218
12.2 营销渠道的扩展	219
12.3 “大众市场”的零售	222
12.4 优质牛肉市场的崛起	233
12.5 市场法规与管理	234
12.6 价格监督和价格通报	234
12.7 牛肉分级情况	235
12.8 市场的时空一体化	236
第十三章 消费者的态度和偏好	239
13.1 消费者为何喜欢牛肉	241
13.2 对瘦肉和肥肉的态度	244
13.3 质量特征	247
13.4 喜爱的牛肉花色品种	249
13.5 烹调偏好	251
13.6 牛杂问题	253
13.7 购物场所	255
第十四章 市场的其他问题	259
14.1 人均月消费量	259
14.2 购买量的市场份额	261
14.3 支出的市场份额	263
14.4 价格的重要性	265
14.5 收入的影响	270
14.6 季节性消费模式	272

14.7 民族问题	275
14.8 对进口牛肉和牛杂的了解	277
第十五章 香港的牛肉市场	280
15.1 食品行业	280
15.2 牛肉及牛肉制品市场	284
15.3 牛肉市场规模	289
15.4 香港是中国内地的“门户”	291
15.5 香港是中国内地市场的向导	292
第十六章 牛肉及活牛贸易	297
16.1 中国的出口	297
16.2 中国的进口	303
16.3 活牛进口议定书	308
16.4 疫病及检疫	309
16.5 关税、WTO 及牛肉进口的壁垒	312
16.6 中国能扩大牛肉出口吗?	313
第十七章 结论及其涵义	318
17.1 机遇的源泉	318
17.2 最终需求的本质	320
17.3 原料转化	321
17.4 原料生产	323
17.5 提供服务机会	325
17.6 几个重大问题	326
附录 A 官方数据的来源、定义解释和存在的问题	329
附录 B 与肉牛业发展相关的主要国家一级的主要政府部门	336
附录 C 主要被访企业的情况介绍	342
附录 D 肉牛的区域生产与供给	353
附录 E 进口关税和进口条件	362
常用术语	367
英文缩写	369

第一章 引言

中国的畜牧业革命引发了一场轰动，但是与此同时，中国的肉牛业却几乎被人们所忽略。自 1985 年后的 15 年间中国肉类总产量增加了 3 倍，在此期间，牛肉产量则扩大了 10 倍。本书所阐述的是，一个规模庞大的肉牛业为什么并且是怎么在中国突然崛起的。在此基础上，我们探讨了肉牛业的异军突起将给农业商务带来的机遇与挑战。

20 年前，在改革开放的初期，中国几乎不生产牛肉。但如今，中国已成为世界上第三大牛肉生产国，仅次于美国和巴西，牛肉产量几乎相当于当今世界第一牛肉出口大国澳大利亚的三倍。

中国的畜牧业革命对畜产品和饲料粮的国际市场来说，意味着潜力巨大。最近全世界所关注的问题“谁来养活中国？”，又重新点燃了人们关心中国畜牧业的火花。同样地，围绕中国加入世界贸易组织的谈判中，由于中国不大情愿把它的畜牧业和饲料产业置于国际竞争之中，使谈判变的扑朔迷离。这说明人们已经意识到，中国的肉类行业在国际竞争中越来越重要了，而肉牛业在整个肉类行业中更是一个非常重要的但却鲜为人知的产业，是一个值得认真研究的产业。

本书把阐明和评估肉牛业的发展给中外的相关行业所带来的当前的和未来的机遇与挑战，作为主线贯穿于全书。随着肉牛业自身的成熟，肉牛业将由各级政府的政治热情的推动和扶持向市场平等竞争转变，换句话说，肉牛业要同国内外的其他产业平等地竞争资源和市场。因而，这些机遇与挑战将会进一步扩大。

从经济发展的角度看，中国肉牛业的增长是非常重要的。在不到 20 年的时间里，这个新的庞大的农村产业在人口稠密、低收入的农业地区得以快速发展，为我们提供了一个研究转型经济的十分宝贵的案例。本书阐明了在中国的许多地区为什么以及如何使肉牛饲养突然间成为贫困农户所从事的一项新的主要农业生产活动。¹

1 “畜牧业革命”一词是指在 20 世纪的最后 25 年里，发展中国家的肉类和奶类的生产和消费增长的现象。参见 Delgado 等 (1999b) 及他们的报告摘要 (1999a)。Zhang (1999) 和 Ke (2001) 提供了中国畜牧业革命的概况。

备受关注的“谁来养活中国”的问题，开始是 Simpson, Cheng 和 Miyazaki (1994) 对这个问题进行了详细的分析，Smil (1995) 和 Brown (1995) 使这个问题成为一个热门话题。

1.1 肉类和牛肉对中国的重要性

用世界的标准来衡量,中国的肉类部门规模庞大。按肉类产量计算,中国目前的猪肉产量约为世界猪肉总产量的一半;牛肉和小牛肉占世界总产量的 1/10 以上;羊肉(羔羊肉、老羊肉、山羊肉)占世界总产量的 1/3 以上;禽肉为世界总产量的 1/5。

猪肉在中国的所有肉类中依然占据主导地位,但近年来猪肉生产在肉类总产量中所占份额已经下降。1985 年后的 15 年里,中国的肉类生产增长及结构变化可以在图 1.1 中表现出来。这两个图反映了肉类生产结构变化的实际程度。肉类生产结构的具体变化请参见表 1.1。表 1.1 明显反映出中国的肉类生产的绝对规模和增长速度,不仅对中国而且对全世界的其他国家的畜牧业和肉类行业,都越来越重要。

表 1.1 1980—1999 中国肉类总产量及结构

年	猪 肉	牛 肉	羊 肉	禽 肉	其 他*	总产量
-----' 000 吨 (%) -----						
1980	11 241 n/a	269 n/a	445 n/a	n/a n/a	n/a n/a	n/a n/a
1985	16 547 (85.9)	467 (2.4)	593 (3.1)	1 602 (8.3)	56 (0.3)	19 265 (100)
1990	22 811 (79.8)	1 256 (4.4)	1 068 (3.7)	3 229 (11.3)	206 (0.7)	28 570 (100)
1995	36 484 (69.6)	4 154 (7.9)	2 015 (3.8)	9 347 (17.8)	450 (0.9)	52 450 (100)
1999	40 056 (67.3)	5 054 (8.5)	2 513 (4.2)	11 155 (18.8)	712 (1.2)	59 490 (100)

* “其他”包括兔肉、马肉、骆驼肉等。

n/a=缺

资料来源:中国统计年鉴(各年度)。

虽然从绝对量来看,在增加的肉类产量中猪肉占 50% 以上,但猪肉在肉类总产量中所占份额在 1985—1999 年之间,却从 85.9% 下降到 67.3%。这是因为其他肉类生产的增长速度快于猪肉,特别是按相对值计算,牛肉产量和份额的增长都快于其他主要肉类。肉牛业的迅猛崛起以及肉禽业的持续增长,已使中国的肉类生产实现了多样化,牛肉和禽肉正在同长期占据主导地位的猪肉争夺地盘儿。

1.2 本书的主题

肉类生产在中国是一个巨大的充满活力的产业，其中牛肉对外界一直是个谜。正如表 1.1 中的数据所反映的那样，中国的牛肉生产从 20 世纪 90 年代开始起飞，使中国从一个微不足道的牛肉生产小国一跃成为一个牛肉生产的世界巨人。然而，这场近期发生的“牛肉”革命没有被完整的记录下来，这也包括中文的记载。随之而来的是，中国肉牛业的异军突起并在世界牛肉的舞台上扮演主要角色，这使外界感到震惊。的确，肉牛业的这种变化，即便是在中国也并不被人所了解。

因此，本书试图对那些推动中国肉牛业发展的因素进行详细的分析。例如，在中国肉牛业改造的进程中，政策的推动力大于市场的推动力，这是贯穿于本书的一个重要主题。也就是说，虽然由增产政策所产生的供给“推动”已经发挥作用，但这带有偶然性，与需求的“拉动”无关，而与收入的提高和城市化有关。

在明确了肉牛业的发展方向之后，本书还探讨了肉牛业未来发展的其他路径。我们提出了一个重要的议题，那就是西方普遍推行的肉牛业生产、加工、分配和销售模式不适合中国。采取西方的战略会使中国的牛肉生产高度依赖粮食，这是不可接受的。此外，目前占国内消费 90% 以上的大众市场并不需要而且也没有准备购买西方式的牛肉。

本书的中心主题是，中国肉牛业的改造还远未完成，但改造过程中有许多可借鉴的东西。如同许多发展中国家一样，中国的决策者们常常用“领导指示”而不是市场激励来刺激生产发展。但是，增产的发展战略必须要减少政府部门的资金扶持，让市场发挥更大作用。中国经济正处于由中央计划向更加市场化体制的转型时期，“为生产而生产”与“市场的客观实际”之间存在的矛盾，使决策者们频繁地交换意见。为了迎合市场要求，肉牛业需要改造，供应链需要现代化。肉牛业可以很好地说明这些转型中的问题。市场影响力的增强将会给中外企业创造出许多新的商业机遇。

1.3 资料来源

外国的科研队伍很少有机会了解到中国的真实情况，而本书所记述的正是作者在中国的耳闻目睹。20 世纪 90 年代初，中国政府的最高层把大力发展肉牛业当作一项主要的政策创举，随后，一名来自中国农业部的中层干部