



基地看起来干净、美观。2018，在全国畜牧总站、农民日报社等单位举办的寻找中国美丽猪场活动中，我们获得“中国美丽猪场”荣誉。

记者：面对近年来生猪价格“过山车”式的波动，公司如何抵御市场风险？

和曙光：无论出栏的育肥猪价格走势如何，市场风险大部分是养殖基地在承担，最末端的猪肉零售市场是可以赚到钱的。因此，我们在数年前就开始注重品牌建设，打造出“丽江仔一”品牌，并成立公司建立自己的销售渠道，实现从基地到餐桌的无缝对接。虽然养殖和销售是两个公司一套人马，但采取独立核算的方式，以便更好地进行市场调整，应对风险。

这种模式也较好地应对了猪价的大幅波动。2018年，猪价进入低谷，很多养殖基地的生猪出栏价已低于成本价。在压缩零售端的利润空间，严控各产业链的成本基础上，我们在丽江和迪庆的32个零售网点，猪肉价格在保证养殖基地维持良性运转的同时，略高于市场价，但因多年来积累的品牌效应，让我们的肉价被消费者接受。2019年，猪肉价格逐渐走向高点，不少零售端的摊贩难以从养殖基地买到出栏育肥猪，而我们的零售网点有养殖基

地支撑，一直保持了充足的猪肉供给。

记者：结合今年生猪市场行情，你如何看待产业发展前景？

和曙光：我认为，今年猪肉价格整体会有小幅下跌，但幅度有限。受价格因素影响，大型养猪场和一些散户会加大生猪养殖数量，加上2020年开始养殖的生猪达到养殖周期和出栏体重，市场上猪肉的整体供应量会有所增加。

然而，从政策层面来讲，国家对生猪养殖场的环保要求越来越高，很多不达标的养猪场只能选择整改或者转型。从国际大环境来看，疫情对国外生猪养殖的影响依然较大，这导致国内大幅缩减进口猪肉数量，等等。这些因素叠加，让猪肉供给端不会出现大幅度上涨。

在我看来，规范化、现代化的大型养殖场，将会占据未来猪肉市场更多份额。而近几年整个行业经历的“洗牌”，一批小散弱的养猪企业被淘汰，也将促使生猪产业走上更加良性的发展之路。

本刊记者 王学勇 / 文
郝亚鑫 / 图