

随着股灾逐步平息下来，人们的注意力开始转向对事情的反思，以亡羊补牢。客观地说，造成这次股灾的原因十分复杂，但杠杆与流动性无疑是其中非常关键的问题。

在股票交易广泛使用杠杆的条件下，市场容易出现暴涨暴跌，容易出现恐慌和踩踏，这是容易理解和想象的。在其他国家和地区的股灾历史上，这样的例子比比皆是。但是股灾迅速引发场内流动性枯竭，并进而快速冲击到其他金融市场，甚至是境外市场，这可不是不多的见。

流动性枯竭构成了政府入市干预强有力的理由。尽管具体的政策措施值得进一步分析和讨论，但面对流动性枯竭的快速冲击，金融市场完全不可能自发修复，这一点应当是十分清楚的。

从流动性的角度来反思，我们认为涨跌停板制度（以及过于随意的股票停牌制度）和透明度要求与杠杆交易不兼容，是形成股灾的关键原因。在股灾的恐慌已经平息的情况下，抓紧反思和完善这方面的制度安排，以防止未来股灾重演，应该是必要而紧迫的。

简单地讲，在股价下跌和市场出现恐慌的过程中，由于股指期货、定增或回购等杠杆的广泛使用，为求自保，有影响力的股东和投资者会以各种借口对股票实行停牌处理，这显著挤压了场内流动性；由于强制平仓和主动降杠杆的要求，仍然在交易的股票大量跌停，场内流动性基本枯竭；面对跌停的赎回压力和现金流要求，投资者被迫抛售在境外市场、商品市场和债券市场的手头，流动性枯竭迅速冲击到其他领域和地区；流动性枯竭加剧了恐慌，导致部分投资者开始购买美元等外币现汇，或寻求其他避险安排，恐慌开始在金融体系内全面发酵。

场内流动性枯竭为冲击风险需要中央银行出手提供资金，以稳定整个金融体系。但大量的股票停牌和停板不但使得政府

关于股灾、杠杆与流动性的反思

入场救助更加困难，而且使得政府更加难以区分流动性危机与清偿力危机（清偿力危机这里是指股票去泡沫过程没有完成，股价仍然高估的可能性），这又增加了救助资金面临损失的风险和整个市场定价体系的道德风险。

我们认为可以考虑以下改进措施：第一个可以考虑的做法是废除涨跌停板制度，并严格限制上市公司停牌请求。

从历史上看，停板制度的引入是为了防止或减缓市场的暴涨暴跌，提高市场的稳定性。中国引入停板制度接近二十年的时间里，以市值来看中国资本市场迅速成长为世界排名前列的市场，尽管体量巨大，并且存在停板制度的保护，但中国市场的波动性在全球看仍然居高不下，停板制度促进市场稳定的证据并不清晰。

许多市场参与者认为中国市场存在强烈的博弈色彩，这在其他成熟市场上不太多见。在股票处于涨停板状态时，投资人从博弈的角度很容易认为公司可能存在重大利好，或者存在庄家以资金优势抬抬股价的行为，这增加了参与博弈的吸引力。

在市场中引入杠杆交易的情况下，对流动性的要求显著提高了，这与停板制度对流动性的限制构成了进一步冲突。

第二个可以考虑的做法是强制所有具有杠杆或者类似杠杆机制的产品进行及时和完备的信息披露，也可以考虑对交易场的总体杠杆比例进行限制，并将杠杆交易限制在场内。

在过去几年中，随着金融创新日益深入，各种杠杆产品大量发展起来，一头连

着资本市场，一头连着信托、银行、保险、券商，甚至是民间借贷体系，这使得危机这里是指股票去泡沫过程没有完成，股价仍然高估的可能性），这又增加了救助资金面临损失的风险和整个市场定价体系的道德风险。

第三个可以考虑的做法是满足一定触发条件的情况下，限制大额杠杆只能在场内进行平仓，由于无法及时平仓形成的损失由大额资金提供者来吸收。

这好比在银行破产的条件下只保护中小存款人一样，通过迫使大额借贷人承受一定损失，进而更审慎地评估股票的估值和流动性风险，从而适当减少杠杆的使用，提高整体系统的稳定性。

第四个可以考虑的做法是在资本市场参与之中指定系统重要性机构，由中央银行的最后贷款人安排进行覆盖，确保其紧急条件下可以获得流动性救助。当然，这类机构也必须同时满足更高的披露要求，并接受中央银行更严格的监管。

国内外历史充分表明，金融市场总是存在黑天鹅和意想不到的风险，政府对危机的应对也从来不会尽善尽美，对于中

国的情况而言，重要的一是守住不发生系统性或区域性金融风险的底线，二是从风险中吸取教训和正确的教训，在深化改革的过程中不断完善金融制度和监管安排。

从这次的股灾看，尽管存在一些争议，应当看到，政府强力的干预迅速稳定了人心，恢复了市场的交易能力，有效防止了流动性危机的扩散和蔓延，成效巨大。

应当看到，取得这样的成效需要不少有利的宏观条件，例如充足的外汇储备、大体合理的汇率水平和适量的外币债务有效防止了资本外逃和汇率危机的发生；审慎的银行监管、实收的资本充足率现状防止了银行挤提的出现；低而稳定的通货膨胀使得政府能够腾出手脚来筹集足够的救助资金；全国政府性债务水平总体适中，影子银行风险有序化防止了债务危机的出现；中央政府强大的行政动员能力和高效的执行能力确保了政策的快速制定和贯彻。这也再次提醒我们始终坚持审慎的宏观管理是多么重要。

同时，也应当看到，判断政府救市已经取得完全成功还为时尚早。在流动性危机已经解除的条件下，下一步还需要做好两个方面的工作：一是需要抓紧修订和完善各种监管安排和交易限制，消除股灾再次出现的制度基础。

二是需要抓紧修订和完善各种监管安排和交易限制，消除股灾再次出现的制度基础。从目前的状况看，在经济基本面走弱、市场估值水平仍然偏高的条件下，市场参与者的博弈越来越转向对政府救助立场和节奏的猜测与把握，这暗示流动性风险不可小视。

三是需要在市场平稳运行的条件下逐步取消各种临时性和扭曲性的干预措施，尽快恢复市场正常的筹资功能与定价功能。并妥善处理好救助资金的去留和与相关的盈亏。

从长期来看，尊重市场，敬畏市场，让市场力量真正在定价和资源配中发挥决定性的作用，也许是我们每一个人都要认真反思和吸取的教训。

高善文 安信证券首席经济学家

关于生猪价格形成机制和影响因素的深入分析

1、生猪价格逻辑分析：把握周期、重视季节性规律

生猪养殖需要一定的时间周期，一般母猪（仔猪）补栏到能繁期需要3个月左右；妊娠母猪需要3.8个月（114天）；仔猪补栏到育成商品猪约100公斤左右需要5.3个月（160天左右）。

除了周期性规律，生猪价格在一年内的走势具有较明显的季节性规律。一般而言，中秋、国庆（9-10月）以及春节（1-2月）作为消费旺季，4-5月，8月期间，农户补栏积极性提高，仔猪价格上涨；6-7月，以及10月下旬，补栏积极性回落，仔猪价格走低。

中国是猪肉消费大国，猪肉消费保持持续增长态势；2004-2014年中国猪肉内消费表现消费量复合增长率为3%（注：表观消费量=产量+进口量-出口量）。此外，猪肉消费也有一定的季节性，通常夏季消费量相对较低，四季度消费量最高。

综上所述，影响生猪（猪肉）价格波动的核心因素是供给波动，包括养殖周期、疫情等因素。

国内生猪养殖业的波动（猪肉内消费比重变化较大），因此分析生猪（猪肉）价格波动关键是跟踪养殖业的波动。事实上，跟踪分析生猪养殖业波动变化实际操作有一定困难：难以取得相关数据，尤其是补栏量和出栏量，疫情跟踪更是困难重重。只能通过相关指标去判断。目前，可以连续跟踪的相对权威数据是农业部定期公布的能繁母猪存栏量、生猪存栏量数据，以及通过猪价与玉米价格比较得出的猪粮比价（衡量养殖效益，并推測后期补栏意愿）。根据以上分析，我们提出如下生猪（猪肉）价格波动分析框架，以期通过可获得新指标不断完善。

影响生猪（猪肉）价格的关键因素在于供给端。由于目前国内生猪养殖仍以散户为主，极为分散，过去几年，散户养殖规模小，退出、进入成本低，导致猪价上涨时，散户养殖规模大增，反之亦然，从而在生猪猪价与供应呈现“蛛网模型”特征：“供给不足—猪价上涨—养殖规模扩大—供给过剩—猪价下跌—养殖规模缩减—供给不足”的循环，造成猪价明显的周期性波动。

猪肉价格无法达到供需均衡点的根本原因是分散的养殖户信息不充分，只能根据当前价格来决定当期补栏规模以期实现养殖利益最大化。但由于分散养殖户无法预知市场整体供需结构，因此最终会出现“合成谬误”——扩大养殖规模对单个养殖户是正确选择，但所有养殖户都扩大养殖规模的结果就是个整个市场的错误选择；并且由于生猪养殖周期较长，个体养殖户当期补栏产生的供给量要在一段时期之后才能体现，因此猪价便由于于猪本身生长周期的影响而呈现周期性波动，2006-2009年可以认为是生猪养殖周期“蛛网模型”的典型阶段。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

2006年11月，中国生猪养殖行业爆发了大规模“猪蓝耳病”，导致2007年能繁母猪存栏量急剧下降。2011年4月，又发生了猪链球菌疫情，仔猪存活率下降，造成后续生猪（尤其是仔猪）价格大幅上涨。

除了周期性规律，生猪价格在一年内的走势具有较明显的季节性规律。一般而言，中秋、国庆（9-10月）以及春节（1-2月）作为消费旺季，4-5月，8月期间，农户补栏积极性提高，仔猪价格上涨；6-7月，以及10月下旬，补栏积极性回落，仔猪价格走低。

中国是猪肉消费大国，猪肉消费保持持续增长态势；2004-2014年中国猪肉内消费表现消费量复合增长率为3%（注：表观消费量=产量+进口量-出口量）。此外，猪肉消费也有一定的季节性，通常夏季消费量相对较低，四季度消费量最高。

综上所述，影响生猪（猪肉）价格波动的核心因素是供给波动，包括养殖周期、疫情等因素。

国内生猪养殖业的波动（猪肉内消费比重变化较大），因此分析生猪（猪肉）价格波动关键是跟踪养殖业的波动。事实上，跟踪分析生猪养殖业波动变化实际操作有一定困难：难以取得相关数据，尤其是补栏量和出栏量，疫情跟踪更是困难重重。只能通过相关指标去判断。目前，可以连续跟踪的相对权威数据是农业部定期公布的能繁母猪存栏量、生猪存栏量数据，以及通过猪价与玉米价格比较得出的猪粮比价（衡量养殖效益，并推測后期补栏意愿）。根据以上分析，我们提出如下生猪（猪肉）价格波动分析框架，以期通过可获得新指标不断完善。

影响生猪（猪肉）价格的关键因素在于供给端。由于目前国内生猪养殖仍以散户为主，极为分散，过去几年，散户养殖规模小，退出、进入成本低，导致猪价上涨时，散户养殖规模大增，反之亦然，从而在生猪猪价与供应呈现“蛛网模型”特征：“供给不足—猪价上涨—养殖规模扩大—供给过剩—猪价下跌—养殖规模缩减—供给不足”的循环，造成猪价明显的周期性波动。

猪肉价格无法达到供需均衡点的根本原因是分散的养殖户信息不充分，只能根据当前价格来决定当期补栏规模以期实现养殖利益最大化。但由于分散养殖户无法预知市场整体供需结构，因此最终会出现“合成谬误”——扩大养殖规模对单个养殖户是正确选择，但所有养殖户都扩大养殖规模的结果就是个整个市场的错误选择；并且由于生猪养殖周期较长，个体养殖户当期补栏产生的供给量要在一段时期之后才能体现，因此猪价便由于于猪本身生长周期的影响而呈现周期性波动，2006-2009年可以认为是生猪养殖周期“蛛网模型”的典型阶段。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

2006年11月，中国生猪养殖行业爆发了大规模“猪蓝耳病”，导致2007年能繁母猪存栏量急剧下降。2011年4月，又发生了猪链球菌疫情，仔猪存活率下降，造成后续生猪（尤其是仔猪）价格大幅上涨。

除了周期性规律，生猪价格在一年内的走势具有较明显的季节性规律。一般而言，中秋、国庆（9-10月）以及春节（1-2月）作为消费旺季，4-5月，8月期间，农户补栏积极性提高，仔猪价格上涨；6-7月，以及10月下旬，补栏积极性回落，仔猪价格走低。

中国是猪肉消费大国，猪肉消费保持持续增长态势；2004-2014年中国猪肉内消费表现消费量复合增长率为3%（注：表观消费量=产量+进口量-出口量）。此外，猪肉消费也有一定的季节性，通常夏季消费量相对较低，四季度消费量最高。

综上所述，影响生猪（猪肉）价格波动的核心因素是供给波动，包括养殖周期、疫情等因素。

国内生猪养殖业的波动（猪肉内消费比重变化较大），因此分析生猪（猪肉）价格波动关键是跟踪养殖业的波动。事实上，跟踪分析生猪养殖业波动变化实际操作有一定困难：难以取得相关数据，尤其是补栏量和出栏量，疫情跟踪更是困难重重。只能通过相关指标去判断。目前，可以连续跟踪的相对权威数据是农业部定期公布的能繁母猪存栏量、生猪存栏量数据，以及通过猪价与玉米价格比较得出的猪粮比价（衡量养殖效益，并推測后期补栏意愿）。根据以上分析，我们提出如下生猪（猪肉）价格波动分析框架，以期通过可获得新指标不断完善。

影响生猪（猪肉）价格的关键因素在于供给端。由于目前国内生猪养殖仍以散户为主，极为分散，过去几年，散户养殖规模小，退出、进入成本低，导致猪价上涨时，散户养殖规模大增，反之亦然，从而在生猪猪价与供应呈现“蛛网模型”特征：“供给不足—猪价上涨—养殖规模扩大—供给过剩—猪价下跌—养殖规模缩减—供给不足”的循环，造成猪价明显的周期性波动。

猪肉价格无法达到供需均衡点的根本原因是分散的养殖户信息不充分，只能根据当前价格来决定当期补栏规模以期实现养殖利益最大化。但由于分散养殖户无法预知市场整体供需结构，因此最终会出现“合成谬误”——扩大养殖规模对单个养殖户是正确选择，但所有养殖户都扩大养殖规模的结果就是个整个市场的错误选择；并且由于生猪养殖周期较长，个体养殖户当期补栏产生的供给量要在一段时期之后才能体现，因此猪价便由于于猪本身生长周期的影响而呈现周期性波动，2006-2009年可以认为是生猪养殖周期“蛛网模型”的典型阶段。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

2006年11月，中国生猪养殖行业爆发了大规模“猪蓝耳病”，导致2007年能繁母猪存栏量急剧下降。2011年4月，又发生了猪链球菌疫情，仔猪存活率下降，造成后续生猪（尤其是仔猪）价格大幅上涨。

除了周期性规律，生猪价格在一年内的走势具有较明显的季节性规律。一般而言，中秋、国庆（9-10月）以及春节（1-2月）作为消费旺季，4-5月，8月期间，农户补栏积极性提高，仔猪价格上涨；6-7月，以及10月下旬，补栏积极性回落，仔猪价格走低。

中国是猪肉消费大国，猪肉消费保持持续增长态势；2004-2014年中国猪肉内消费表现消费量复合增长率为3%（注：表观消费量=产量+进口量-出口量）。此外，猪肉消费也有一定的季节性，通常夏季消费量相对较低，四季度消费量最高。

综上所述，影响生猪（猪肉）价格波动的核心因素是供给波动，包括养殖周期、疫情等因素。

国内生猪养殖业的波动（猪肉内消费比重变化较大），因此分析生猪（猪肉）价格波动关键是跟踪养殖业的波动。事实上，跟踪分析生猪养殖业波动变化实际操作有一定困难：难以取得相关数据，尤其是补栏量和出栏量，疫情跟踪更是困难重重。只能通过相关指标去判断。目前，可以连续跟踪的相对权威数据是农业部定期公布的能繁母猪存栏量、生猪存栏量数据，以及通过猪价与玉米价格比较得出的猪粮比价（衡量养殖效益，并推測后期补栏意愿）。根据以上分析，我们提出如下生猪（猪肉）价格波动分析框架，以期通过可获得新指标不断完善。

影响生猪（猪肉）价格的关键因素在于供给端。由于目前国内生猪养殖仍以散户为主，极为分散，过去几年，散户养殖规模小，退出、进入成本低，导致猪价上涨时，散户养殖规模大增，反之亦然，从而在生猪猪价与供应呈现“蛛网模型”特征：“供给不足—猪价上涨—养殖规模扩大—供给过剩—猪价下跌—养殖规模缩减—供给不足”的循环，造成猪价明显的周期性波动。

猪肉价格无法达到供需均衡点的根本原因是分散的养殖户信息不充分，只能根据当前价格来决定当期补栏规模以期实现养殖利益最大化。但由于分散养殖户无法预知市场整体供需结构，因此最终会出现“合成谬误”——扩大养殖规模对单个养殖户是正确选择，但所有养殖户都扩大养殖规模的结果就是个整个市场的错误选择；并且由于生猪养殖周期较长，个体养殖户当期补栏产生的供给量要在一段时期之后才能体现，因此猪价便由于于猪本身生长周期的影响而呈现周期性波动，2006-2009年可以认为是生猪养殖周期“蛛网模型”的典型阶段。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

2006年11月，中国生猪养殖行业爆发了大规模“猪蓝耳病”，导致2007年能繁母猪存栏量急剧下降。2011年4月，又发生了猪链球菌疫情，仔猪存活率下降，造成后续生猪（尤其是仔猪）价格大幅上涨。

除了周期性规律，生猪价格在一年内的走势具有较明显的季节性规律。一般而言，中秋、国庆（9-10月）以及春节（1-2月）作为消费旺季，4-5月，8月期间，农户补栏积极性提高，仔猪价格上涨；6-7月，以及10月下旬，补栏积极性回落，仔猪价格走低。

中国是猪肉消费大国，猪肉消费保持持续增长态势；2004-2014年中国猪肉内消费表现消费量复合增长率为3%（注：表观消费量=产量+进口量-出口量）。此外，猪肉消费也有一定的季节性，通常夏季消费量相对较低，四季度消费量最高。

综上所述，影响生猪（猪肉）价格波动的核心因素是供给波动，包括养殖周期、疫情等因素。

国内生猪养殖业的波动（猪肉内消费比重变化较大），因此分析生猪（猪肉）价格波动关键是跟踪养殖业的波动。事实上，跟踪分析生猪养殖业波动变化实际操作有一定困难：难以取得相关数据，尤其是补栏量和出栏量，疫情跟踪更是困难重重。只能通过相关指标去判断。目前，可以连续跟踪的相对权威数据是农业部定期公布的能繁母猪存栏量、生猪存栏量数据，以及通过猪价与玉米价格比较得出的猪粮比价（衡量养殖效益，并推測后期补栏意愿）。根据以上分析，我们提出如下生猪（猪肉）价格波动分析框架，以期通过可获得新指标不断完善。

影响生猪（猪肉）价格的关键因素在于供给端。由于目前国内生猪养殖仍以散户为主，极为分散，过去几年，散户养殖规模小，退出、进入成本低，导致猪价上涨时，散户养殖规模大增，反之亦然，从而在生猪猪价与供应呈现“蛛网模型”特征：“供给不足—猪价上涨—养殖规模扩大—供给过剩—猪价下跌—养殖规模缩减—供给不足”的循环，造成猪价明显的周期性波动。

猪肉价格无法达到供需均衡点的根本原因是分散的养殖户信息不充分，只能根据当前价格来决定当期补栏规模以期实现养殖利益最大化。但由于分散养殖户无法预知市场整体供需结构，因此最终会出现“合成谬误”——扩大养殖规模对单个养殖户是正确选择，但所有养殖户都扩大养殖规模的结果就是个整个市场的错误选择；并且由于生猪养殖周期较长，个体养殖户当期补栏产生的供给量要在一段时期之后才能体现，因此猪价便由于于猪本身生长周期的影响而呈现周期性波动，2006-2009年可以认为是生猪养殖周期“蛛网模型”的典型阶段。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

然而，导致猪价周期性波动的原因，却是疫病。疫情会导致产品供给断崖式下降，从而成为推动价格上涨的重要推手。

“拾分味道”美味猪肉强势登陆上海滩

2015年7月11日，天邦股份“拾分味道”美味猪肉与雨润集团合作，首次市场亮相，精选上海徐汇嘉陵菜市场，普陀区延长西路合阳菜市场雨润专卖店进行线下销售。

虽有“抽鸡”台风，但人们依旧抵挡不住美味的诱惑，现场美味猪肉香味四溢，远远就吸引了众多客户前来品尝。

由于7月11日活动反响很好，7月18日“拾分味道”美味猪肉再次被邀请进驻雨润专卖店销售，为了让更多上海市民吃到美味、放心的猪肉，本次销售范围扩大至闵行、杨浦、虹口、浦东、徐汇、普陀、闸北、金山、奉贤等区域。

现场水鲜猪肉，肉质嫩滑，肉香浓郁，入口即化，美妙无比，客户吃了又想吃，正所谓“此味！只应天上有，人间难得几回闻”。沪上人民对美味猪肉的需求不可小觑，12家雨润专卖店，其中8家门店11:00之前销售一空，4家门店在下午也告售罄。其中浦东云莲菜市场9:15就售罄。很多晚来没买到肉的客户，只能遗憾离开，前去“拾分味道”官网（http://chi.tianbang.com）下单预定了。

挡不住到的舌尖美味已席卷上海滩，“美味猪肉天天见，处处见”很快走进更多沪上人家，同期，我们也会相会在互联网+，让广大市民购买更方便，更快捷！

图1：徐汇区嘉陵菜市场雨润专卖店现场情况

图2：普陀区延长西路合阳菜市场雨润专卖店现场情况

近日，天邦公司推出自主打造的内类品牌“拾分味道”，不想想起其类似品牌“双汇冷鲜猪肉”“将”等，这是发展下游产业链，开拓市场的一些典型案例。但在实际操作中，总有一些不足：比如这些品牌的推广存在很大的局限性。在此，结合自己以前做业务的经历和日常生活中的观察的一些现象，浅谈品牌的运作与推广。

对于品牌的运作与推广而言，大致都是以下过程：产品—定位—赋予内涵与外包装—市场推广—售后服务。一个好的品牌名称，能为人们接受，能在一秒中记住这个品牌名称，具有很强的传播性。品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

浅谈品牌的运作与推广

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

品牌名称，不仅仅在于字面与立体广告，还有很多市场宣传，观念决定出路，执行决定品质，创新决定未来。相信在不久的将来，会有正规的、让人非常放心的品牌肉出现在我们的餐桌上。

东方绿洲，加大投入向技改要效益

盐城天邦 肖登元

东方绿洲淡水养殖基地自建成开业以来，一直由盐城天邦经营管理。从事大众淡水鱼类集约化养殖。

2015年初，盐城天邦认真分析了养殖形势，为发展生态养殖，规范养殖管理模式，提高水产品品质，提升防病治病能力，同时也是为响应国家建设现代农业的号召，公司决定加大升级改造投入，对基地设施和设备提档升级改造，努力提高淡水养殖的科技含量。主要改建内容包括以下几个方面：

(1)自动化控制及监控系统(物联网云平台、中控室、视频监控设备)；(2)养殖设备(大功率风投设备机，可存放1.5吨饲料的缓冲仓、转运设备、组合式投喂机等)；(3)水质监测系统(在线水质监控系统、手提式水质测定仪等)；(4)配套运输装备(小四轮运汽车、叉车、推土机等)；(5)配套的饲料生产设备及包装改造等。

基地从2015年3月初开始改建到2015年7月底结束，历经5个月全部项目改建完毕，总投资将达1000万元以上。改建好的养殖基地将达到自动化投喂管理、自动化的水质监控、机械化的运输上料管理、物联网远程控制管理以及局部远程可视化视频监控，将东方绿洲淡水养殖基地建成生态高效自动化淡水养殖示范区，与此同时我们将配合当地政府部门将基地创建成省级渔业精品园。改建后可节省养殖过程中人工成本100万元以上，同时降低和减少饲料(包装成本和人工成本)。重要的是大大减低养殖风险，提高养殖效益，为养殖增收增效提供可靠保证。

基地从2015年3月初开始改建到2015年7月底结束，历经5个月全部项目改建完毕，总投资将达1000万元以上。改建好的养殖基地将达到自动化投喂管理、自动化的水质监控、机械化的运输上料管理、物联网远程控制管理以及局部远程可视化视频监控，将东方绿洲淡水养殖基地建成生态高效自动化淡水养殖示范区，与此同时我们将配合当地政府部门将基地创建成省级渔业精品园。改建后可节省养殖过程中人工成本100万元以上，同时降低和减少饲料(包装成本和人工成本)。重要的是大大减低养殖风险，提高养殖效益，为养殖增收增效提供可靠保证。

基地从2015年3月初开始改建到2015年7月底结束，历经5个月全部项目改建完毕，总投资将达1000万元以上。改建好的养殖基地将达到自动化投喂管理、自动化的水质监控、机械化的运输上料管理、物联网远程控制管理以及

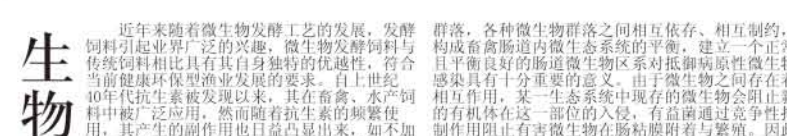
鳊鱼出鱼规格大、光亮整齐 还看天邦飘香型鱼料

涠湖，俗称沙洲湖，亦称西涠湖和东涠沙洲湖。位于武吉西南部和兴东东北部间，为武吉和兴东共界，是苏南地区仅次于太湖的第二大湖泊，水系发达，拥有丰富的水产资源及悠久的养殖历史，是我国鳊鱼养殖重点聚集区域之一。

李俊勇，江苏常州人，天邦水产养殖专家，拥有水产养殖130亩，主养鳊鱼和鲫鱼。从事水产养殖多年，拥有丰富的养殖经验。李老板自己介绍，自2015年开始使用天邦飘香型饲料，效果显著。在2015年5月26日当天，吃鱼出鱼量高达29万斤，亩产量2200多万，亩净利3400多元，全程养殖饲料系数为2.04。出鱼期间引来周边养殖户的围观，纷纷称赞李老板的鳊鱼光亮整齐，规格大，养殖水平高。

放养情况:放养时间:2014年4月(鱼塘:130亩)
表1: 品种 鳊鱼 鲫鱼 白鲢 花鲢
表2: 规格(斤/斤) 1.30 0.84 2.60 2.30
表3: 出鱼量(斤) 270000 20000 26000 25000
表4: 亩产量(斤) 2076 153 200 192
表5: 销售价格(元/斤) 7.00 7.00 1.80 5.00
表6: 销售总额(元) 1890000 140000 46800 125000

经济效益分析:
表7: 鱼种 鳊鱼 鲫鱼 白鲢 花鲢
表8: 规格(斤/斤) 1.30 0.84 2.60 2.30
表9: 出鱼量(斤) 270000 20000 26000 25000
表10: 亩产量(斤) 2076 153 200 192
表11: 销售价格(元/斤) 7.00 7.00 1.80 5.00
表12: 销售总额(元) 1890000 140000 46800 125000



鳊鱼，这鱼出的多漂亮！ 安徽天邦 周晓波

生物发酵饲料在提高水产养殖效益方面的应用

近年来随着微生物发酵工艺的发展，发酵饲料在养殖业中的应用越来越广泛。发酵饲料具有营养丰富、易消化、抗应激等优点，能够有效提高水产养殖的效益。本文将从以下几个方面介绍生物发酵饲料在水产养殖中的应用。

从池塘养殖的学习分析溶解氧在鲟鱼养殖中的重要性

溶解氧是单位面积水体氧气的溶解量，如同人离不开空气一样，鱼也离不开溶解氧。在池塘养殖中，溶解氧的供应至关重要。本文将从溶解氧的定义、影响因素、检测方法以及提高溶解氧的措施等方面进行详细分析。

溶解氧的定义：溶解氧是指溶解在水中的分子态氧。它是水生生物进行呼吸作用所必需的物质。溶解氧的浓度直接影响着水生生物的生长和存活。影响溶解氧的因素包括水温、气压、风速、水深等。检测方法主要有溶解氧测定仪和溶解氧电极。提高溶解氧的措施包括增氧机的使用、合理放养密度、定期换水等。

增氧机的使用：增氧机是池塘养殖中不可或缺的设备。它能够增加水体的溶氧量，改善水质，提高鱼类的成活率。在选择增氧机时，应根据池塘的面积、水深和养殖密度等因素进行综合考虑。合理放养密度：合理的放养密度是保证溶解氧供应充足的关键。应根据池塘的承载能力，科学合理地投放鱼苗，避免过度拥挤。

定期换水：定期换水可以有效降低池塘中的氨氮、亚硝酸盐等有害物质，提高水体的溶氧量。换水时应注意水质检测，确保换入的水质良好。合理施肥：合理的施肥可以促进水体的浮游植物生长，增加水体的溶氧量。但应避免过量施肥，以免造成水体富营养化。科学管理：科学的管理是提高溶解氧供应水平的关键。应加强对池塘环境的监测，及时发现并解决问题。

科学管理：科学的管理是提高溶解氧供应水平的关键。应加强对池塘环境的监测，及时发现并解决问题。合理施肥：合理的施肥可以促进水体的浮游植物生长，增加水体的溶氧量。但应避免过量施肥，以免造成水体富营养化。定期换水：定期换水可以有效降低池塘中的氨氮、亚硝酸盐等有害物质，提高水体的溶氧量。换水时应注意水质检测，确保换入的水质良好。

超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘 宁波天邦“蟹肥中秋，赢在金秋”真情回馈活动！

天邦全熟化饲料，超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘。本次活动旨在回馈广大养殖户的支持，提供优质的饲料产品和专业的技术服务。活动内容包括饲料优惠、技术指导等。

客户 溶解氧(%) 水温(℃) 平均pH值 平均氨氮(%) 平均亚硝酸盐(%)
表1: 客户A 10 20 40 0.77 0.35 0.95
表2: 客户B 18 20 40 0.67 0.3 1.1

天邦全熟化饲料，超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘。本次活动旨在回馈广大养殖户的支持，提供优质的饲料产品和专业的技术服务。活动内容包括饲料优惠、技术指导等。

天邦全熟化饲料，超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘。本次活动旨在回馈广大养殖户的支持，提供优质的饲料产品和专业的技术服务。活动内容包括饲料优惠、技术指导等。

浅谈宁德大黄鱼养殖现状与天邦全熟化大黄鱼料的市场定位

大黄鱼 Pseudoscia crocea，又称黄花鱼，是我国海水鱼类的重要经济种类。近年来，随着养殖规模的不断扩大，大黄鱼养殖行业面临着诸多挑战。本文将从宁德大黄鱼养殖的现状出发，探讨天邦全熟化大黄鱼料的市场定位。

宁德大黄鱼养殖现状：宁德大黄鱼养殖历史悠久，产量占全国总产量的三分之一。近年来，随着养殖技术的不断进步，宁德大黄鱼养殖的产量和质量都有了显著提高。然而，养殖过程中也存在着一些问题，如水质污染、病害频发等。天邦全熟化大黄鱼料的市场定位：天邦全熟化大黄鱼料具有营养丰富、易消化、抗应激等优点，能够有效提高大黄鱼的生长速度和抗病能力。因此，天邦全熟化大黄鱼料在大黄鱼养殖市场中具有广阔的应用前景。

天邦全熟化大黄鱼料的市场定位：天邦全熟化大黄鱼料具有营养丰富、易消化、抗应激等优点，能够有效提高大黄鱼的生长速度和抗病能力。因此，天邦全熟化大黄鱼料在大黄鱼养殖市场中具有广阔的应用前景。

天邦全熟化大黄鱼料的市场定位：天邦全熟化大黄鱼料具有营养丰富、易消化、抗应激等优点，能够有效提高大黄鱼的生长速度和抗病能力。因此，天邦全熟化大黄鱼料在大黄鱼养殖市场中具有广阔的应用前景。

天邦全熟化大黄鱼料的市场定位：天邦全熟化大黄鱼料具有营养丰富、易消化、抗应激等优点，能够有效提高大黄鱼的生长速度和抗病能力。因此，天邦全熟化大黄鱼料在大黄鱼养殖市场中具有广阔的应用前景。

天邦全熟化大黄鱼料的市场定位：天邦全熟化大黄鱼料具有营养丰富、易消化、抗应激等优点，能够有效提高大黄鱼的生长速度和抗病能力。因此，天邦全熟化大黄鱼料在大黄鱼养殖市场中具有广阔的应用前景。

天邦全熟化饲料，超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘

天邦全熟化饲料，超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘。本次活动旨在回馈广大养殖户的支持，提供优质的饲料产品和专业的技术服务。活动内容包括饲料优惠、技术指导等。

天邦全熟化饲料，超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘。本次活动旨在回馈广大养殖户的支持，提供优质的饲料产品和专业的技术服务。活动内容包括饲料优惠、技术指导等。

天邦全熟化饲料，超鲜育肥，超越冰鱼，蟹肥中秋，膏育满塘。本次活动旨在回馈广大养殖户的支持，提供优质的饲料产品和专业的技术服务。活动内容包括饲料优惠、技术指导等。

夏季养生—邦尼帮您 盐城邦尼 韩以萍

“夏气之应，养生之道也。”对人们来说，随着生活节奏的加快，人们忽略了生活中的许多养生细节。夏季是养生的关键时期，正确的养生方法能够帮助人们度过一个健康、愉快的夏天。邦尼为您提供专业的养生指导，帮助您了解夏季养生的重要性。

夏季养生的重要性：夏季是养生的关键时期，正确的养生方法能够帮助人们度过一个健康、愉快的夏天。邦尼为您提供专业的养生指导，帮助您了解夏季养生的重要性。

夏季养生的重要性：夏季是养生的关键时期，正确的养生方法能够帮助人们度过一个健康、愉快的夏天。邦尼为您提供专业的养生指导，帮助您了解夏季养生的重要性。

夏季养生的重要性：夏季是养生的关键时期，正确的养生方法能够帮助人们度过一个健康、愉快的夏天。邦尼为您提供专业的养生指导，帮助您了解夏季养生的重要性。

夏季养生的重要性：夏季是养生的关键时期，正确的养生方法能够帮助人们度过一个健康、愉快的夏天。邦尼为您提供专业的养生指导，帮助您了解夏季养生的重要性。

夏季养生的重要性：夏季是养生的关键时期，正确的养生方法能够帮助人们度过一个健康、愉快的夏天。邦尼为您提供专业的养生指导，帮助您了解夏季养生的重要性。

天邦全熟化饲料可控生态养殖关键技术总结

天邦全熟化饲料可控生态养殖关键技术总结。本文总结了天邦全熟化饲料在生态养殖中的应用关键技术，包括水质管理、饲料投喂、病害防治等方面。这些技术的应用能够有效提高生态养殖的效益，实现可持续发展。

天邦全熟化饲料可控生态养殖关键技术总结。本文总结了天邦全熟化饲料在生态养殖中的应用关键技术，包括水质管理、饲料投喂、病害防治等方面。这些技术的应用能够有效提高生态养殖的效益，实现可持续发展。

天邦全熟化饲料可控生态养殖关键技术总结。本文总结了天邦全熟化饲料在生态养殖中的应用关键技术，包括水质管理、饲料投喂、病害防治等方面。这些技术的应用能够有效提高生态养殖的效益，实现可持续发展。