

小时候在农村，小毛驴曾是家家户户的“老伙计”——拉磨、驮货、耕地样样都干，是烟火气里最鲜活的存在。可时过境迁，这熟悉的身影早已风光不再，不仅田间地头难寻踪迹，中国也悄然让出了曾稳居多年的“世界最大养驴国”宝座。“消失的驴群”背后，藏着怎样的社会变迁与产业逻辑？

主笔：于梅君

① 从“万金油”到“靠边站”：驴的“铁饭碗”碎了

上世纪90年代前，驴是中国农村当之无愧的“万金油”，和牛马相比，驴才是第一生产力，它不仅能拉磨、耕地、运输，甚至还能充当“看门驴”。

年纪大点的人，想必对这种场景印象深刻：驴拉着石磨，不知疲倦地转了一圈又一圈，将谷物磨成面粉，为一家人的口粮提供保障。在山区，驴更是运输主力军，一头成年驴能轻松驮150—200公斤货物翻山越岭，而且性格温顺，服从指挥，是农民最信赖的伙伴。

然而，20世纪90年代后，农业机械化浪潮席卷而来，拖拉机、收割机等设备，以其强大高效的作业能力，迅速取代了驴耕地、驮运等役用功能。

历史上，我国并不缺驴。早在1990年，我国驴存栏量超1100万头，约占全球四分之一。1996年末驴存栏量为944.5万头，2006年末下降为730.6万头，到2015年末仅剩542.1万头。到了2023年，全国驴存栏量更是仅剩下约146万头，目前总存栏量仍持续下降。

2023年中国农业机械化率已达到73%，而驴的存栏量同比减少超过90%。曾经在农村随处可见的驴，如今只在一些偏远山区或未实现机械化的特殊地块偶尔露面，从昔日农村生活的“主角”，沦为了“边缘驴”。

与驴形成鲜明对比的是，牛和马虽然同样退出了农耕主力舞台，却通过畜牧业转型，成功找到了新的生存空间。肉牛养殖、奶牛产业、马术运动等新兴需求，让牛马保持了稳定的种群数量。唯有驴，成为农业现代化进程中“被遗忘的角落”。

② 危机根源：养驴成“不划算的买卖”

农业机械化，被视为驴存栏量锐减的主要原因，但更深层的问题，在于驴养殖周期长、见效慢。

首先是驴的繁育周期长。据悉，驴的性成熟周期为18个月，而且一胎只生一个，怀孕周期达到12个月，哺乳期为6个月，一头母驴三年才能产出两头小驴驹，导致驴的数量难以在短期内大量提升。

其次是驴育肥较慢。驴没有胆囊，只吃青草和秸秆，用在其他动物身上的添加剂对驴不起作用；即便是使用优质牧草，驴也要长到两三岁才能出栏。这也导致社会资本养驴的相对较少。

第三是“减法”抵消“加法”。虽然有不少阿胶生产企业在建设养殖基地，但是农户散养驴不断减少，抵消了一部分养殖基地的增量。同时，在阿胶的带动下，驴肉、驴奶、驴血等产品也逐渐被开发出来，驴产品消费整体升温、市场需求量增大，也使得毛驴供应的缺口难以弥合。

养殖风险大，也是农户不愿养驴的原因。驴的抗病能力虽强于猪，但远不如牛马。在养殖过程中，驴容易患寄生虫病，治病不仅需要花钱，还会影响驴的生长和发育。以前农村一般都是散养驴，人们普遍认为驴的身体皮实，不容易生病，但是集中饲养后发现，运动量降低后，驴反而没那么结实了，不让它干活儿，更容易生病。这些因素导致农户规模化养驴欲望较低。

小毛驴“靠边站”背后



③ 挂驴头卖马肉：驴肉火烧被逼“转型”

驴的稀缺性，直接推高了驴肉价格。在一些地方，传统名吃“驴肉火烧”因成本飙升，部分商家被迫改用马肉替代。

一家老字号驴肉火烧店的老板无奈地说：“以前一头驴能供应店里半个月的用量，现在三天就没了。一个驴肉火烧的成本从3元涨到6元。如果不涨价，根本就赚不到钱。”为了维持生意，一些商家开始偷偷使用马肉。马肉价格相对较低，但马肉口感和驴肉有所不同，驴肉质细嫩，味道鲜美，而马肉则稍显粗糙，且有独特的膻味，一旦被消费者识别，商家很容

易遭到诟病。

因此，在部分城市街头，曾经随处可见的“驴肉火烧”招牌，如今有不少换成了“马肉火烧”。这种现象背后，是驴肉供应链的断裂——国内养殖量不足，进口渠道受限，市场只能“退而求其次”。

部分老店通过调整配方、降价促销，实现了“挂驴头卖马肉”。还有店铺推出驴肉马肉双拼火烧，以适应市场需求变化。

一些年轻食客并不介意吃马肉火烧，认为

性价比高；传统食客则对驴肉火烧的古法卤制工艺和非遗文化价值更为认可。



驴的稀缺性，波及到了驴肉火烧。

④ 阿胶需求激增：驴皮贸易的全球“争夺战”

一方面，驴的存栏量锐减，另一方面却是阿胶产业的蓬勃发展。阿胶作为传统滋补品，深受消费者喜爱。据新华社2017年相关报道的数据，全国阿胶产量约为5000吨，每年需要400万张驴皮。

仅东阿阿胶每年驴皮消耗量就达到150万张，即便把全国新出栏的驴全部用上，都难以满负荷生产，缺口部分需要进口来补充。

非洲曾是中国驴皮的主要进口地，但近年来情况发生了变化。以尼日利亚为例，该国曾是中国重要的驴皮供

国。但由于过度捕杀和贸易，尼日利亚的驴存栏量急剧下降，于是，当地政府出台了限制驴皮出口的政策。随后，肯尼亚等国也陆续跟进，对驴皮贸易实施限制。

2024年，非洲联盟峰会通过决议，对驴皮贸易实施15年禁令，这无疑给中国的阿胶产业带来了巨大挑战。

驴的稀缺带动了驴皮价格持续上涨。据山东阿胶行业协会统计，2010年前每张驴皮不足500元，2014年突破1500元，2015年平均收购价格超过2600元。非盟自2024年2月起

实施15年驴皮出口禁令，导致进口驴皮价格从14万元/吨涨至16万元/吨(约80元/公斤)。

不过，巴基斯坦成为新的希望。作为世界第三大养驴国，巴基斯坦驴存栏量超500万头，中国是其最大的消费市场。2025年9月，中巴驴产业发展论坛在伊斯兰堡举行，巴方承诺为驴产业提供便利，并计划在未来五年内，将驴的养殖规模扩大20%，以满足中国的市场需求。

同时，为推动国内的驴皮供应，部分龙头企业已经着手在国内大规模建设毛驴养殖基地，推动驴扩繁增量。

⑤ 破局之道：多方发力破解“养驴难”

中国驴业目前正处于关键转折点：一头是庞大需求形成的巨大市场(尤其是阿胶需求)，另一头是岌岌可危的驴群资源和严峻的养殖成本困境。中国拥有德州驴、关中驴等多个优良地方品种，存栏量过低，直接威胁到这些独特遗传资源的保存。

面对困局，业界已在多方面发力。农业农村部发布的《全国畜禽遗传改良计划(2021—2035年)》，立足“十四五”及未来15年畜禽种业高质量发展需求，将驴列入重点保护畜种，明确驴遗传改良的目标与任务。

到2025年，建成3个国家级

驴遗传资源保种场，培育2—3个肉用型新品种，良种覆盖率提升至65%；到2030年，保种群体规模进一步扩大，良种覆盖率超过80%，推动驴产业实现“种质资源安全、生产性能提升、产品附加值增加”的协同发展。

比如，开发驴奶、驴骨胶等新产品，延长产业链。生态养殖方面，结合乡村旅游，打造“驴文化体验园”，吸引城市消费者。在一些农村地区，已出现以驴为主题的农家乐。游客可以亲自参与喂驴、骑驴等活动，还可以品尝到正宗的驴肉美食。这种生态养殖模式，促进了乡村旅游业的发展。

国际合作方面，持续深化与“一带一路”共建国家和重点区域在驴产业领域的务实合作，共同推动全球驴产业健康可持续发展。

科技支撑也是解决驴产业困境的关键。通过品种改良提高养殖效益，推广科学饲养管理技术降低死亡率，都可以提升养殖户的积极性。

在政策托底、科技发力和创新模式驱动下，“缺驴”这道难题有望被真正破解，为这场“毛驴保卫战”带来希望曙光。这不仅关乎驴子本身，也关乎我们的“乡村记忆”与“国药根脉”能否继续繁茂生长。

□ 知多一点

火锅店里的猪皮冻Q弹爽滑，药房中的驴皮阿胶身价不菲。同为动物皮，为何命运迥异？这场跨越厨房与药房的较量，实则是分子结构、工艺智慧与千年医学的深度对话。

胶原不同

电子显微镜下，驴皮胶原纤维如丝绸般细密，羟脯氨酸含量高达12%，是猪皮的两倍。这种Ⅲ型胶原蛋白占75%的特殊结构，使驴皮熬制时能释放500—3000道尔顿的小分子肽，可直接穿透肠壁被吸收。

而占猪皮90%的Ⅰ型胶原蛋白，分子量达5000—10000道尔顿，像未经加工的原木或麻绳，吸收率较驴皮低30%以上。

处理不同

山东东阿镇的百年作坊里，驴皮要经历“九提九滤”：铜锅在冬至晨露与东阿地下水的交融中熬煮49天，经历18次提纯。

当熬煮至85℃时，匠人需精准控制，使胶原形成具有生物活性的三螺旋结构。这种工艺产生的抗癌活性物质，经研究证实具有抗癌功效。

猪皮处理则显得“粗犷”：铁锅煮沸3小时，自来水冷却塑形。实验显示，阿胶用120℃温度烘烤2小时仍结构完整，而猪皮冻60℃就开始变性，保质期仅为48小时。

功效不同

每100克驴皮含铁4.3毫克，是猪皮(2.1毫克)的两倍。实验证实，术后贫血患者服用阿胶后，红细胞生成率提升47%，而猪皮组仅5.3%。而且驴皮熬制会产生猪皮所没有的抗癌物质，抑制肿瘤细胞增殖。

热量方面，30克驴皮仅含15大卡，同等分量猪皮却达39大卡，这使得驴皮成为术后康复、孕期滋补的优选。

《本草纲目》将驴皮列为“血肉有情之品”，其性平味甘的特性，可同时入肺、肝、肾三经。这种“三位一体”的滋补效果，在实验中得到验证：驴皮提取物使胎动不安的小鼠胚胎存活率提升62%。而《本草纲目》则警告：猪皮“多食滞膈滑肠”，现代检测证实，其饱和脂肪含量是驴皮的6倍。

在美容领域，驴皮的“收敛止血”特性，使其成为术后疤痕修复的天然选择。临床观察显示，连续服用阿胶3个月的患者，伤口愈合速度，比对照组快40%。

术后贫血患者可首选驴皮阿胶，其小分子肽可直接促进造血干细胞分化。而经常用嗓子的教师群体，猪皮凉拌菜的甘寒特性，则可以更好地缓解咽干。

为啥一个只能做凉菜，一个却成中药瑰宝

猪皮与驴皮：