

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,不让他干活儿,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应

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,促进了农村旅游业的发展。

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《本草备要》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。

# 猪皮与驴皮：为啥一个只能做凉菜，一个却成中药瑰宝