

猪肉价格连降22周

据农业农村部监测数据,自2021年第3周(2021年1月15日—2021年1月22日)后,全国猪肉均价已经连降22周,由47.51元/公斤,回落至22.24元/公斤,跌幅达54%。

与此同时,生猪价格也在下跌。据农业农村部监测,2021年6月14日—6月20日,全国规模以上生猪定点屠宰企业生猪平均收购价格为15.65元/公斤,环比下降6.8%,同比下降53.0%。

中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇分析,猪肉价格持续回落,受多种因素影响,包括猪肉供给增加、猪肉消费进入淡季等。

数据显示,今年1—5月,全国定点屠宰企业生猪屠宰量同比增长40.4%。1月至5月,猪肉进口196万吨,同比增长13.7%。牛肉、羊肉和禽肉进口量也分别增加了18.6%、22.4%和13%。

朱增勇介绍,今年上半年,国内生猪出栏活重在持续增加,到5月份,生猪出栏活重已基本达到历史最高水平。此外,从3月份开始,由于一些养殖户对于市场的误判,认为春节后猪价可能会有所反弹,出现了一定程度的压栏行为和投机性二次育肥。“特别是后期随着整个猪价下跌以后,这些养殖户觉得如果现在出栏,反而是亏损的,不如继续压栏,保持在养殖状态。由于整个出栏时间较长,在猪价持续下跌以后,5月中下旬开始有一部分养殖户急于出栏,市场上出现了恐慌性出栏,较标准价格低1元/公斤左右,导致踩踏效应。”朱增勇表示。

朱增勇称,5月份时,市场上大猪的存栏比重在30%—40%,到6月底才下降到10%—15%。“这是供给方面,生猪出栏量、出栏活重大增,屠宰量增加,进口猪肉增加。而从需求的角度来看,春节过后一般都是猪肉的消费淡季,特别是到五六月份,天气炎热,通常情况下,消费者对于猪肉的消费有所减少。”朱增勇称。

苏宁金融研究院高级研究员付一夫也表示,从需求端看,历年春节过后的一段时间都是猪肉消费的淡季,市场需求相对较弱,难以对猪肉价格形成有力支撑。

就要触底反弹了?

猪肉价格已经连降22周,还会再降吗?对此,朱增勇认为,当前的猪肉价格可以说已经见底了,接下来会有所反弹。

朱增勇分析,随着6月份养殖企业集中出栏了一批大猪或者标准猪,7月份,大猪的存栏比重会有所下降,出栏增幅也会趋缓。另一方面,7月—9月,猪肉消费整体处于这种回升的

猪肉价格连降22周
还会再降吗
什么时候会涨

今年春节过后,猪肉价格持续回落,部分地区的猪肉价格已经跌至10元左右。

“前几天去超市,都能买到8元一斤的猪肉了。”北京的牛女士说。

据农业农村部监测数据,全国猪肉均价已经连降22周。猪肉还会继续降价吗?什么时候会涨?听听专家怎么说。

状态,7月份猪肉价格总体将会呈现震荡的季节性回升。

据农业农村部监测,截至6月28日14:00时,全国农产品批发市场猪肉平均价格为22.35元/公斤,比上周五上升3.1%。

值得一提的是,据媒体报道,近两日,猪价已止跌回涨,部分地区涨势迅猛,有省份一天之内涨了1.2元/斤。对于这一现象,朱增勇认为,自6月23日开始,不少地区的猪价有所反弹。“有地区的反弹力度很大,3天时间大约涨了6元/公斤。”

不过,在朱增勇看来,这种超预期的反弹,更多是一些市场炒作的因素在作怪,并不能真正反映市场供需情况,是不可持续的,预计后面会出现震荡调整。“当前猪价已经跌破成本线,止跌企稳并反弹是正常的,只是涨幅在不同市场主体影响下被过度放大了。”

朱增勇认为,由于近几天部分地区的猪价涨得过快,可能会对7月份的猪价上涨空间有所压缩。

而至于猪肉价格,朱增勇表示,虽然反弹之后还会有所回落,但是整体不会再跌到6月22号之前的低位了,“回落幅度不会像之前那么大,持续时间也不会那么长。”

付一夫则表示,目前,猪肉市场供需两端的具体情况都难以支撑猪肉价格的上涨,故而未来短期内,猪肉价格大概率还是低位运行。

下半年“猪事”会顺一些?

据央视新闻,进入新世纪以来,中国共出现过5个“猪周期”,2018年以来这一轮产能波动最大。2018年2月,全国生猪生产进入新一轮去产能周期,存栏下降。当年8月开始发生的非洲猪瘟疫情,又让不少养猪场、养猪户不敢补栏,多种因素叠加导致生猪产能下降。这一轮猪周期产能低谷时生猪存栏同比减少了40%,猪肉零售价格最高点时冲到59.6元/公斤。

朱增勇介绍,“猪周期”可以分为上涨周期和下跌周期,此轮猪周期的上涨周期是从2018年的6月份到2020年的8月份,2020年的9月份至今已处于下跌周期。

“2021年可以说是生猪产能释放的第一年,虽然说从去年的9月份开始,生猪屠宰量同比已经开始增加,但是供给明显增加还是从今年开始的,因为今年很明显的一个特点就是猪肉供需由上年的供需偏紧向供需平衡,甚至向阶段性的供给宽松转变。”朱增勇提到。

根据农业农村部最新监测,5月份,能繁母猪存栏量连续20个月环比增长,同比增长19.3%,相当于2017年年末的98.4%。生猪存栏量同步增长,同比增长23.5%,相当于2017年年末的97.6%。

“整个生猪的生产周期比较长,一些规模企业根据市场

行情调整生产安排的速度还相对比较慢,所以下半年整个商品猪的供给还将呈现明显增加的趋势,但整体市场形势要好于第二季度。”朱增勇表示。

值得一提的是,针对猪肉价格持续下行,近日国家发展改革委发布了生猪价格过度下跌三级预警,提示养殖场户科学安排生产经营决策,将生猪产能保持在合理水平。

农业农村部也采取四项举措,来有效缓解“猪周期”下行影响,巩固生猪生产恢复成果。一是加强生产和市场监测,及时发布预警信息,引导养殖场户合理调整生产结构,把握生猪出栏节奏。二是加强非洲猪瘟的常态化防控。三是促进生猪产业转型升级,加快调整产业链布局,通过提升现代化水平来提高应对风险能力。四是出台生猪生产调控方案,稳住能繁母猪存栏量,确保生猪产能安全。

中州期货研报指出,三季度大体重猪供应有望出现一定幅度下降。需求方面三季度有中秋旺季需求提振消费,且当前猪价较年初跌幅较大,低价状态下家庭消费有望逐步回升,季度消费总量有望明显提升。三季度供需结构预期较二季度好转。

“三季度供需结构有利于猪价止跌,不过当前供应总基数依然充足,且需求恢复速度也会影响猪价,因此中期驱动向上,短期猪价仍有整理的需求。政策方面,是否达到二级预警收储条件,有望在6月末或7月初确定,目前认为现货端有提前交易乐观预期的可能,因此如收储政策力度不大或不及预期,则当前供需宽松格局下,7月现货有继续下调的风险。”中州期货提到。 (据中新经纬)

互联网助力
平谷大桃销售

本报讯 闫利 夏至刚过,诸多应季水果开始上市。据了解,目前北京市平谷大桃的早熟品种已开始陆续上市,早露蟠桃、早黄蜜、红蟠、夏至红等众多消费者钟爱的品种也将陆续下树。为拓展平谷大桃销售市场,6月22日,北京市平谷区大桃主产镇大华山镇举办大桃销售工作会议暨“互联网+大桃”启动仪式。

线上卖桃是提高桃农收入的一条重要渠道,大华山镇在全区率先打造“大华山镇网红直播厅”直播带货,成功举办多场网上直播带货活动。通过组建网红志愿者队伍、组建大华山镇大桃销售电商联盟、成立大桃销售联盟党支部、举办线上“空中大课堂”、开展线下“互联网+大桃”电商普及培训等方式,帮助平谷大桃销往全国各地。大华山镇大华山村桃农方芳是电商的典型代表,通过线上诚信卖桃实现一人创业带动全家人就业,2020年销售精品桃1万余盒、销售额80余万元。

据介绍,2021年大桃销售工作将全面开启,大华山镇全力打造镇级电商服务中心,完善大桃销售电商联盟运行机制,实施打造“大华山”品牌战略,做好优质大桃供应,实现以产定销。该镇还将扩大“互联网+大桃”影响力,深度挖掘本土网红,实现大桃标准化、商品化、品牌化,提高大桃附加值和市场竞争力。此外,该镇力求实现全方位社会化服务,在桃农自愿的基础上,提供产前、产中、产后全过程服务,对农户的技术问题进行手把手“传、帮、带”,将优质技术、优良品种、优势装备、优先政策带到桃农身边。

大兴区“共享菜园”迎丰收

本报讯 李玉凤 菜园种果蔬,丰收送邻里。近日,大兴区长子营镇小黑垡村坚持党建引领,以村风村貌为抓手,在满足村民日常生活需求的基础上,打造“共享菜园”,通过整合规划达到“环境得到整治、生活变得健康、蔬菜可以共享”的目标。

“天天吃新鲜菜,遛个弯就能摘鲜菜,真的挺好。”长子营镇小黑垡村村民靳连文开心地说。小黑垡村村民王保中表示:“我们帮大家伙管管这园子,让大家伙吃点菜,都挺高兴,省得出去买菜去了。”

据了解,长子营镇小黑垡村建设“共享菜园”,就是为了让村民通过自种、自摘的方式,养成“需多少,摘多少,不随意破坏,村民互相谦让的好习惯”,进一步提升村民素质。同时,也让村民内部形成互相监督的氛围,达到村民自治的效果,最终改变整个村庄的村风村貌。