

11月25日,北京新发地猪肉交易大厅内,上百个猪肉摊位的摊主在忙碌着,招揽顾客、讲价议价、称重结账,一派熙熙攘攘的景象。

农业农村部定点监测的全国农产品批发市场数据显示,猪肉平均批发价已从10月12日最低点17.53元/公斤升至11月25日24.5元/公斤,整体涨幅将近40%。

专家认为,猪肉价格在10月探底后回暖,主要受需求拉动,但生猪市场供过于求的格局并未改变,短期进一步上涨空间不大,明年春节后可能出现二次探底。鉴于猪价对CPI下拉作用减弱,未来CPI涨幅可能略微扩大,但物价总温和态势不会改变。

需求旺季来临 猪肉价格出现反弹

消费需求拉动

新发地市场官网披露的行情信息显示,9月25日以来,猪肉价格从低点出现一波反弹。比如,后臀尖(瘦)每斤从7元涨至11.5元,涨幅达60%;五花肉(瘦)每斤从10元涨到13.5元,上涨35%。

“在供应量大幅增加的前提下猪肉价格仍从低位回升,说明消费拉动起了主要作用。”农业农村部畜牧兽医局局长辛国昌近日分析称。

“天气凉了,买肉的人多了。还有就是买腌腊肉香肠的不少。”

一位新发地猪肉商贩说。通过在新发地了解到,当下正处于猪肉消费的传统旺季。冬季气温低,肉类需求量上升。部分地区居民还有腌制腊肉香肠的习惯,也加大了猪肉消耗。

一位市民表示,家里有做腊肉灌香肠的习惯。他说:“10月份来时,猪肉还是8块多钱一斤,现在已经涨到近11块钱了。”

面对猪肉涨价,多位消费者表示,元旦、春节等节假日将至,猪肉价格可能还会涨,所以现在多买点。“猪肉现在涨到十几块钱一斤,但相对去年还是比较低的。”其中一位消费者说。

除消费需求拉动外,中航证券报告分析,近期猪价反弹也有供给端因素的作用。国家出台生猪产能调控方案,并连续推出收储计划,均对猪价形成支撑。

相关上市公司营收改善

猪价反弹的影响在相关上市公司销售简报中已开始体现。

牧原股份10月份生猪销售价格已出现反弹。该公司10月份商品猪销售均价为11.88元/公斤,环比上升3.39%。10月公司销售生猪525.8万头,销售收入71.01亿元。天邦股份10月份销售商品猪53.64万头,环比增长67.02%;销售收入7.9亿元,环比增长70.24%。

天邦股份近日在互动平台表示,生猪价格比零售终端对供需关系更敏感,波动幅度也较大,公司营收会受生猪市场行情影响。

据了解,随着生猪价格企稳,9月以来,A股市场生猪板块也走出一波反弹行情。

Wind数据显示,截至11月25日收盘,牧原股份60日累计上涨23.96%,温氏股份60日累计上涨19.48%,天邦股份60日累计上涨12.26%。

申万宏源发布研报指出,当前猪企全力降低成本,企业业绩亏损绝对额将会明显收敛,三季度或是相关公司的“业绩底”。后续企业盈利将会明显回升,左侧布局“正当时”。

CPI料保持平稳态势

业内人士表示,今冬明春猪价可能呈现震荡小幅走升,但很难断定周期性拐点已出现,猪价反弹对CPI向上推动作用总体有限。

卓创资讯分析师李素杰称,12月份生猪需求量或迎全年最高峰,尤其是在冬至前后,是腌腊肉、灌肠的集中期,猪肉集中备货量增加,将对猪肉价格形成支撑。一位新发地商贩说,从往年来看,猪肉消费旺季一般会持续到春节期间,价格往往在春节假期达到阶段高点。

粤开证券研究院副院长罗志恒表示,近期猪肉价格回升主要受短期因素的刺激,没有改变生猪市场供过于求的局面。猪肉价格短期仍处于磨底状态,春节后或出现二次探底,预计2022年下半年将迎来本轮周期拐点。

作为CPI构成中权重较大的部分,猪肉价格反弹是否会带来CPI上涨?交通银行发展研究部高级研究员刘学智认为,猪价正在经历筑底反弹阶段,受其影响,未来CPI涨幅可能有所扩大,但涨势会比较温和。华西证券首席宏观分析师孙付称,未来CPI涨幅将有所扩大,但压力不大。

(据《中国证券报》)

味精价格持续上涨 11月突破万元每吨

本报讯 赵方圆 近期调味品企业调价消息频出,味精价格也悄然走高。据了解,在原材料价格助推下,今年下半年味精价格持续上涨,11月报价突破万元每吨大关,创十年新高。卓创资讯发布的数据显示,截至11月19日,2021年大包装味精40目(“目”指颗粒大小,数目越小表示颗粒越大)年均价8870.8元/吨,同比上涨25.1%。

突破万元每吨大关

11月28日,胜佳超市有关负责人表示,当前超市主要在售的味精产品为广州本地品牌双桥味精,暂未接到涨价通知。西亚兴安超市有关负责人表示,该超市主要经营小包双桥味精,当前仍保持今年年中的价格,“目前还没有感觉有很大变化,应该还没有传导到末端。”

通过走访线上、线下市场大致了解到,当前规格100g的味精产品中,本地双桥味精售价3元,莲花味精售价3.5~3.9元,太太乐味精售价5.3元;规格100g的鸡精产品中,安琪鸡精售价2.9元,家乐鸡精售价4元,太太乐鸡精售价6元。

某超市调味品柜台前,陈先生正纠结购买100g售价3.9元的莲花味精,还是购买250g售价7.8元的双桥味精,他表示:“这两种都是家里常用的品牌,双桥价格感觉没怎么涨,但是记得莲花味精以前卖2块多,现在涨到3.9块了。”

业内分析认为,今年三四季度,味精行业在成本增加及供应不足双重刺激下,季度调涨高达10次,累积涨幅高达2500元/吨,调涨幅度及频次均处于历史较高水平。

值得注意的是,今年以来,味精价格呈现“V”形走势,上半年大跌,下半年急速大涨。根据卓创资讯2017~2021年主要味精生产企业价格走势,今年上半年,味精价格升至9000元/吨高点后开始大幅下跌,至今年7月7500元/吨的年内低点;随后不断攀升,截至目前,味精价格突破万元每吨大关,创十年新高。

分析指出,刚刚过去的“金九银十”,行业下游常规“刚需”出现味精市场继续高频反弹。11月上旬,主产区开工不足,加上柴油上涨、物运成本增加、运力紧张、上下游库存储备不高以及上游有意识的限量接单,味精市场价格一直高位。

龙头企业业绩分化

据了解,随着酱油醋等调味品纷纷提价,近期多家味精企业也透露涨价信息。11月4日,加加食品发布的部分产品价格调价公告中,除了醋、酱油、蚝油等产品外,以味精为主要原料的鸡精出厂价也将调整,上调幅度在3%~7%不等。

随后,梅花生物于11月8日在投资者互动平台上表示,11月份各产品开盘价格已经大幅上涨,其中味精较第三季度均价上涨了20%左右,预计会对第四季度业绩产生积极影响。11月15日,莲花健康也在投资者互动平台表示,因上游原材料、能源价格及物流成本均有不同程度的上涨,根据市场行情,公司针对不同产品采取了不同的提价幅度及定价策略。

记者了解到,事实上,许多味精企业在今年上半年就陆续开始调价,尽管如此依然出现了业绩分化。味精龙头阜丰集团中期业绩显示,今年上半年,集团营收和毛利分别上涨16.6%和20.2%。其表示,营收增加是主要产品价格所致,虽然期内主要原材料价格大幅上升,集团仍能将部分成本压力以加价方式转嫁给下游客户,从而保持盈利能力。

而另一味精巨头莲花健康三季报则显示,今年三季度,归母净利润下滑61.63%;今年前三季度归母净利润下滑29.86%,其中,味精等氨基酸调味品收入同比增长18.04%,但鸡精等复合调味品收入却下滑9.83%。莲花健康解释称,三季度原材料采购价格上涨幅度大于产品销售价格上涨幅度,影响到毛利率下降。

机构预计,近五年,味精行业最高点预计出现在2021年11月,大包装40目主流成交价格在11300元/吨左右,接近2008年高价12800元/吨,当时味精产能仅195万吨。