

小麦价格高点回落 面粉企业忙扩产能

3月中旬以来,国内小麦价格平稳回落,这让面粉企业及下游面粉经销商“松了一口气”。对此,国家粮油信息中心小麦分析师孙恒分析,当前我国小麦库存处于历史高位,保供稳价的物质基础非常扎实。

小麦价格走势趋弱

3月中旬以来,国内小麦价格走势趋弱。根据国家粮油信息中心数据显示,当前华北地区小麦进厂在3150~3250元/吨,较3月初高点回落50~100元/吨。高位小麦价格表现出回落迹象。

据了解,今年3月初,小麦市场价格曾累计上涨幅度超10%,农业农村部市场预警专家委员会曾提示,小麦价格高位上涨,小麦对玉米的饲用消费替代的预期将有调减。

“目前政策性小麦持续投放市场。根据市场变化,国家有关部门及时启动了政策性小麦拍卖,每周

向市场投放50万吨左右的政策性小麦。1月以来已累计成交620万吨,成交率约为98%,满足了面粉加工企业的用粮需求。”孙恒表示,党中央、国务院高度重视农业生产,2022年中央一号文件明确提出,要积极应对小麦晚播等不利影响,加强冬春田间管理,促进弱苗转壮。

此外,我国冬小麦稳产有保障。农业农村部最新农情调度显示,全国冬小麦一二类苗比例提高到84.7%,比冬前增加14.2个百分点,苗情转化升级好于预期。同时,3月31日,财政部发

布数据显示,中央财政通过农业生产发展资金安排20亿元,支持11个冬小麦主产省通过实施重点作物绿色高质高效行动和开展农业生产社会化服务,做好冬小麦促弱转壮相关工作,保障夏粮丰收。

目前,小麦市场供给充足,价格逐步趋稳。“我国小麦完全能够自给,每年虽然也会少量进口一些小麦,但主要用于品种调剂,所以国际粮食价格波动对我国小麦市场影响有限。当前我国小麦库存处于历史高位,保供稳价的物质基础非常扎实。”孙恒说。

面粉企业“底气十足”

小麦原粮价格同样影响着面粉市场。根据大宗商品分析机构上海钢联一我的农产品网数据统计,3月初,主产区面粉企业利润低点达到了16元/吨,为缓解经营压力,面粉企业上调面粉价格。对此,在多家面粉企业了解到,受前期小麦价格上涨的影响,企业对面粉出厂价格上调幅度在每袋5至10元不等。在小麦原粮价格回落,面粉价格也随之下调。

“小麦价格松动后,企业也在积极补货。”益海嘉里(安徽)粮油工业有限公司采购业务相关负责人表示,近期基层粮源充足,粮商均在积极出货,企业在四、五月份时也会积极补货,面粉的产能十分

充足。

小麦市场供应充足,面粉企业“底气十足”。益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司在最新披露的投资者关系活动记录表中表示,国内的小麦基本能够自给自足,目前价格有上涨但不像进口原料上涨那么多,对公司小麦业务影响不大。公司目前有多个面粉工厂位于销区,可以采购各地具有价格优势的小麦,而产区可能更多是利用当地小麦;随着物流成本有所提高,销区工厂的原料及成品可以通过水路、铁路等各种方式进行运输,而且更接近消费终端,更快速便捷进行产品配送,从物流成本来看优势也会比较明显,同时面粉与

公司的烘焙油脂、酵母等业务都有互补性,未来公司也会继续扩建面粉产能。

“1月5日起,国家恢复拖欠小麦拍卖后,每周有50万吨的小麦进行拍卖,极大地补充了面粉企业前期缺粮局面。”国内某国有粮油企业相关负责人表示,从市场供需情况来看,目前的面粉市场供应充足,消费需求正值淡季,企业面粉走货的速度不快,还处于为备货扩产阶段,面粉出厂价格依旧以平稳运行为主。长期来看,后续随着小麦价格趋于平稳,直至中秋节前,面粉市场价格或偏弱运行。

(马嘉)

北京各超市清明 青团多口味“争艳”

本报讯 冉隆楠 近日,在走访北京多家超市中发现,为了吸引消费者的注意,商家们在青团的口味、颜色、宣传上都下足了功夫。青团不仅是清明节必备点心,也成为超市的引流利器。

作为春季限定美食,青团已经走出了江浙沪人家,成功在全国范围内上市。据盒马相关负责人介绍,今年盒马售卖的青团口味多达十几种,既有豆沙、咸蛋黄流沙爆珠、栗蓉芝士、腌笃鲜等沉淀多年的“经典口味”,也有今年新款蛋蛋青团及多个联名款。青团品牌也大多是杏花楼、乔家栅等上海老字号,并且购买传统口味的多为中老年人,年轻人则更多地对创新口味感兴趣。

当然,在清明前后,热卖的并不只是青团,凉糕、江米条等各种传统糕饼也在北京各大超市颇受欢迎。在北京一家物美超市里有传统贡盘的堆头,这些传统贡盘包括传统枣泥糕、蜂蜜蛋糕以及一些传统特色糕饼。旁边还搭配一些水果、二锅头以及一次性餐盘等商品,很明显是瞄准了人们清明节祭祀祖先的传统习俗。

对超市而言,清明节本身就是一个消费节点,借青团做起大促更是理所当然。记者注意到,北京各大超市已经展开了多种多样的促销活动,线上线下同步进行,借清明小长假掀起一波消费热潮。

节令食品 走俏北京市场

春光明媚,消费回暖。今年清明小长假期间,北京消费季主题活动精彩纷呈,糕点、茶叶、鲜花等应季商品走俏市场,城市“微度假”引领风尚。监测数据显示,北京环球度假区热度居全国热门景区首位,持续发挥流量带动效应;三里屯商圈节日期间客流达到近42万人次。

打卡首钢园·六工汇新能源市集、体验首创奥莱顽皮部落营地、逛郎园Station当代艺术巡展、参与万象汇新鲜生活节……假日期间,200余项缤纷活动点燃消费热情,各类春日潮品释放消费新需求。市商务局重点监测的华宇购物中心、绿地缤纷城、翠微百货销售额同比分别增长8.1%、7.3%、3.6%。京东大数据显示,休闲食品、运动鞋包、运动服饰类商品销售额同比分别增长25.3%、20.9%、13%。

清明假期,节令食品正当时,青团春茶热度攀升,不少市民外出踏青,也带火了菜团子、艾窝窝、酱肉等春菜、踏青菜。同春园饭店的青团、冰皮豆沙糕迎来热销,鼓楼马凯餐厅外卖窗口每天卖出去上千串羊肉串。

据统计,小长假期间,同和居食府线上销售是去年同期的2.6倍,同春园饭店线上销售同比增长超过40%,香妃烤鸡、护国寺小吃等线上销售同比增长超过30%,北京华天整体实现销售增长近30%,张一元、稻香村、吴裕泰销售额均超600万元。

迭代升级的北京传统百货,也逐渐引领消费潮流。入驻公主坟商圈五大商业主体的17家北京首店、120家知名品牌旗舰店等共1200个品牌,节日期间吸引客流超22万人次。当代商城全新“巷左巷右”主题餐饮街区高颜值吸引客流,西单更新场“魔幻时刻”艺术展、长安商场春日“造”动踏青季、房山熙悦天街“乐活春光派对”为市民开启城市“微度假”模式。

(据《北京日报》)