

天寒地冻,猪业似乎也迎来了漫长的冬季。

近期,“猪肉价格大降超40%”的话题,频频冲上热搜。作为消费者“菜篮子”的重要组成部分,过去这些年,猪价时而一飞冲天,时而“跌跌不休”,起伏伏备受社会关注。

作为生猪生产和消费大国,我国每年消费近7亿头猪,生猪出栏量约占全球一半。猪价“腰斩”,消费者在实现“猪肉自由”的同时,无数养殖户正在苦苦寻找越过寒冬、走向春天的道路。

“腰斩”的价格

犹如近期北方的冷空气,下跌的猪价让养殖户感受到了阵阵寒意。

“养殖成本约8.5元/斤,养一头就多亏损约二百元。”山东省沂南县金厂峪村养殖户王恩宝自繁自养育肥猪,原本2000头规模的养殖场,目前只存栏200头。

按理说,随着气温降低,猪肉市场会迎来传统消费旺季,但总体来看,今年猪价旺季不旺。据农业农村部数据,目前全国猪肉批发均价逼近每公斤20元关口,同比下降超过40%,生猪价格逼近每公斤15元关口,猪粮比价已连续多周低于6:1的盈亏平衡点,早已处于过度下跌的橙色预警区间。

据了解,猪肉供应过剩,生猪集中抛售,加之消费需求不足,是此轮猪肉价格“腰斩”的主要原因。

去年下半年,国内猪肉价格曾经历了一轮显著上涨,养殖户纷纷“跑步”进场扩充产能。生猪出栏量从去年一季度不到2亿头,猛增至今年第三季度的5.4亿头,较去年年初增加了1.7倍。

出栏量的猛增,将价格压力通过终端市场传导至养殖户。农业农村部猪肉全产业链监测预警首席分析师朱增勇介绍,国庆节后,部分养殖户为回避市场风险,加快了生猪出栏节奏,大量母猪流入市场,国内冻品库存也进入季节性出库高峰,加大了猪价下跌势头。

猪价的持续下行,引发了管理部门关注。日前,国家发展改革委宣布将会同有关部门,启动年内第三批中央猪肉储备收储工作。

“以目前的猪肉供应格局来看,母猪和生猪的存栏量仍处于高位。”朱增勇表示,虽然猪肉消费需求将逐渐进入高峰期,但在猪肉供应充裕的前提下,猪价短期内上涨空间不大。

对于肉食爱好者而言,今年过年期间应该可以大口吃肉了,但对于生猪养殖行业来说,亏损压力与日俱增。

相较于2022年猪企利润报表“高歌猛进”,今年猪企盈利困难重重。公开数据显示,牧原股份、温氏股份、新希望、天邦食品等头部猪企前三季度全部亏损,部分上市猪企甚至面临债务加剧的风险。

相比于养猪巨头,中小规模养殖场成本高、效益低、抗风险能力差,生存压力更是不言而喻。

“1月中下旬就开始亏损了,7月底刚有点微幅盈利,10月下旬再次进入亏损。”王恩宝说,养猪不赚钱甚至亏钱,身边养猪的人越来越少,养猪人的日子越发不好过。

猪价“腰斩”猪业的春天在哪里?

失灵的周期

有周期,往往就意味着多多少少有规律可循。过去,我国猪肉行业有非常明显的周期性特点,通常上涨时间为一年半,下跌时间为一年半,每隔三四年为一个轮回。从最近十几年来看,我国几次明显的猪周期分别开始于2007年、2011年、2015年以及2018年,在这几个年份,猪肉价格都开启了大涨序幕,持续一两年时间后再大跌。

也就是说,按照以往猪周期的规律,此轮价格上涨至少持续一年半的时间,但此次反弹仅仅持续了5个月就开始新一轮下跌,这是为何?

生猪基础产能变化愈发平稳,是猪周期逐渐被“熨平”的主要原因。从供给端看,猪周期的核心影响因素依旧是能繁母猪产能。朱增勇介绍,9月末,全

国能繁母猪存栏4240万头,比正常保有量4100万头高出3.4%,生猪产能仍然处于高位。能繁母猪产能近年波动幅度较小,因此本轮猪周期,猪价亦呈现出窄幅震荡特征。

特别是经历了2018年非洲猪瘟这轮“超级猪周期”后,生猪行业规模化水平、市场集中度快速提升,中小养殖户逐渐离场,意味着以往猪周期的市场自我调节模式,已发生了较大改变。

对龙头企业而言,猪价下行周期也可能会逆势增加产能或者保持产能稳定,这将导致猪周期的波动不如以往那么规律。甚至可以推测,未来随着生猪养殖规模化程度继续提升,猪周期时间或继续拉长,波动幅度趋向平抑直至消失。

错配的产需

日,新发地市场白条猪日均上市量为1918头,而去年同期白条猪日均上市量为1552头,同比增加23%。

猪价下跌的一大原因就是产的比吃的多,市场消化不了、库存容量有限,导致价格缺乏支撑。

按照国际消费发展规律,经济社会的不断发展,会带动肉食消费占整个食品类的比重不断提升。

但奇异的是,我国猪肉的消费比重,却画出了一条不寻常的曲线。作为中国人餐桌上的绝对主力,猪肉消费量占肉类的比重曾一度超过65%。然而近年来,国人猪肉的消费比重却持续下降,目前已降至不足六成。

消费偏好的转变,可以从某种程度上对此作出解释。随着消费水平的提高,消费者不再像过去一样盯着猪肉

吃,海鲜、牛羊肉等高蛋白、低脂肪的肉类,正逐渐成为餐桌上的新选择。

数据显示,2014年,我国猪肉消费量达到历史性高峰,当年猪肉消费量为5865万吨,人均消费猪肉42.6公斤。2022年,全国猪肉消费量只有3766万吨,人均消费猪肉26.9公斤。和8年前的高峰相比,人均猪肉消费量大幅减少了36%。

《中国农业展望报告(2023—2032)》显示,未来10年,预计猪肉消费量先增加后稳步回落。具体看,随着老年人口持续增长,老龄化程度加深,肉类消费量中,猪肉等红肉的消费量将下降。

行业寒冬之下,从业者正在展开自救,在降本增效上持续发力。比如,牧原集团今年第三季度全集团平均成本已降低到14.5元/公斤,从饲料、育种、健康管理、养殖、屠宰5个环节进行测试,每头猪都有600元的成本挖潜空间。

那么对于处在寒冬中的生猪养殖业而言,如何才能降低猪周期的影响?究竟该保持多大的供给量才是适宜的?

“基于整个肉类消费结构和产能变化来看,7亿头左右的出栏量可以达到供需基本平衡的状态,能够使生产者有一定的利润,消费者也能拥有充分的选择权。”朱增勇说。

牧原集团毕竟只有一个,亟待养殖户们处理的难题却还有很多。

有专家预测,随着经济持续恢复向好,肉类消费将继续明显好于去年同期,北方地区大幅降温将使猪肉消费季节性复苏更为明显。猪业的春天,或许不会太远。

(据《农民日报》)

