

全国水果整体价格 呈现出逐步下行走势

本报讯 随着时令水果大量上市,全国水果整体价格呈现出逐步下行走势。

在北京新发地农产品批发市场,水果批发商表示,“五一”过后,各种应季水果陆续上市,价格以下行为主,尤其是山东、河北、江苏等地的甜瓜、西瓜,近期大量上市,价格下降明显。北京新发地市场商户王振山介绍,甜瓜上个月4元左右一斤,现在是2.3元、2.4元一斤。北京新发地市场商户黄刚强说:“产地收多了,价钱也下降了,西瓜现在是3.4元左

右一斤,上个月是3.7元左右一斤。”

据介绍,随着西瓜种植区域和产量继续扩大,北方主产区大棚、拱棚西瓜大量上市,预计后期西瓜价格还将继续下降。商户表示,水果价格下降,使得消费者购买意愿增加,水果销售量增幅明显。北京新发地市场商户王振山说:“销量比之前大了好几倍,上个月每天能卖3吨货,现在一天能卖8吨左右。”

从全国水果市场来看,4月份以来,芒果、菠萝、西瓜、甜瓜、樱桃等时令鲜

果上市量增加。同时,苹果、梨、柑橘等大宗水果清库存力度加大,水果市场总体供给充足,价格持平略降。4月份,农业农村部重点监测的6种水果批发均价为每公斤7.32元,环比下降0.9%,同比下降7.3%。

农业农村部农产品市场预警团队水果首席分析师王芸娟表示,未来水果供应会增加,品类也会增多,预计后期水果消费会以时令水果为主,价格呈现季节性小幅下跌趋势。(央视财经)

鸡蛋价格维持 震荡运行状态

本报讯 黄俊毅 近期,国内鸡蛋期货价格显著反弹。大连商品交易所鸡蛋2409主力合约自4月16日最低3723点,一路上行到5月8日最高4145点,短期涨幅达11.33%。历来期货走势先于现货行情,这是否意味着持续低迷的鸡蛋价格要向上反转呢?

“虽然最近期货价格反弹了,但是鸡蛋价格并不具备持续上涨的基础。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁说。

从现货价格看,据农业农村部监测,“五一”假期之前,鸡蛋批发价从4月23日的8.11元/公斤,上涨至4月29日的8.21元/公斤,涨幅为1.23%。假期之后,鸡蛋价格维持震荡运行状态,短期内恐难有大升幅。主要原因在于,近期全国在产蛋鸡存栏稳中略增,叠加在产蛋鸡产蛋率回升,鸡蛋市场供给保持高水平。而鸡蛋消费则没有明显改善。鸡蛋保持供大于求局面,蛋价不仅不具备持续上升的市场基础,反而仍然存在下行压力。

日前,北京新发地农产品批发市场鸡蛋批发平均价格为7.09元/公斤,比4月26日的7.20元/公斤下降1.53%;比去年同期5月3日的9.66元/公斤下降26.60%。周环比小幅下降,年同比大幅下降。

“上周鸡蛋价格回落,与此前预测一致,就是节前价格上涨,节后回落。”北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通说。

刘通表示,今年4月份以后,蛋价一直保持低位运行状态。蛋价低迷,并不是需求不旺造成的。最近一个多月鸡蛋的销量比去年同期增长了15%左右,主要原因是低价格刺激了消费。特别是在猪肉价格有所回升后,部分对猪肉的消费需求转移到对鸡蛋的需求上来。然而,需求增长幅度仍然不及鸡蛋产能增长幅度。北京新发地农产品批发市场商户一般都与养鸡场签有购销合同或者供销协议,以前养鸡场存栏量一般在几万只到几十万只,但是最近几年,蛋鸡存栏量两三百万只的规模养鸡场已经发展起来了。大规模养鸡场实行自动化养鸡,除了前期投入较大外,后期运营成本比较低。规模养鸡场的加入,对中小养鸡场冲击较大。

鸡蛋价格低迷,蛋鸡养殖行业盈亏情况怎样呢?

朱宁表示,今年春节以来,鸡蛋价格持续震荡下行,蛋鸡养殖行业经营压力较大。好在目前蛋鸡饲料及原料价格稳中有跌。不过,春季蛋鸡采食量增加,鸡蛋饲料成本也在增加。根据测算,春季每公斤鸡蛋饲料成本增加约0.07元。鸡蛋价格近期虽有短暂反弹,但整体仍呈现震荡下行趋势,4月份每公斤鸡蛋出场价环比下跌0.2元。综合来看,蛋鸡养殖仍处于亏损期。

关于后市,朱宁认为,从短期看,全国在产蛋鸡存栏稳中略增,鸡蛋市场供应充足。鸡蛋消费则因气温升高,南方降雨量增加,不利于储存,抑制了经销商采购积极性,市场走货速度放缓,而且端午节提振作用有限的可能性大,终端需求整体不佳,较为平淡。预计鸡蛋价格震荡偏弱运行,蛋鸡养殖将继续亏损。

朱宁表示,不过再往后看,蛋价止跌回涨或将出现在7月中旬,涨势延续到9月,主要原因在于高温天气下,蛋鸡进入歇伏期,在产蛋鸡产蛋率及蛋重双降,而鸡蛋消费则进入传统旺季。预计鸡蛋价格在三季度将呈现季节性上涨。在蛋价上涨的推动下,蛋鸡养殖将扭亏为盈。

羊奶粉生产门槛提高 头部乳企布局羊奶粉赛道

婴幼儿配方奶粉的细分品类羊奶粉更“卷”了。近日,羊奶粉龙头企业佳贝艾特“一口气”发布三款新品,丰富产品矩阵的同时,也传递了加码婴幼儿配方羊奶粉赛道的积极信号,引起业界广泛关注。

据悉,近年来,国内外大量头部乳企如伊利、蒙牛、飞鹤、君乐宝、健合、美赞臣、达能、惠氏等相继布局婴幼儿配方羊奶粉赛道。从市场集中度来看,当前婴幼儿配方羊奶粉处于“一超多强”局面,中国婴幼儿配方奶粉正向“牛羊并举”局面迈进。

119个羊奶粉系列通过新国标注册

为何婴幼儿配方羊奶粉如此“吃香”?乳业分析师宋亮介绍,羊奶粉是利润型产品,众多奶粉品牌通过切入该赛道以及推新等举措促进自身业绩增长。根据澳优最新发布的2023年年报显示,报告期内,旗下主营羊奶粉的品牌佳贝艾特实现营收32.83亿元,占公司总收入的44.5%。目前,我国婴幼儿配方羊奶粉呈现“一超多强”的局面:“一超”为佳贝艾特,“多强”为宜品蓓康僊、蓝河、可贝思和倍恩喜等。近年来,国内外大量头部乳企如伊利、蒙牛、飞鹤、君乐宝、健合、美赞臣、达能、惠氏等相继布局婴幼儿配方羊奶粉赛道。

“羊奶粉市场发展迅速,谁都想吃一口‘蛋糕’。”乳业资深人士谢先生说。据《中国羊奶粉产业发展研究II》预测,到2025年,中国羊奶粉市场规模预计将达近200亿元,2030年将扩大到近300亿元,占婴幼儿奶粉市场规模比例也将从6%增长到10%。

国家卫健委发布的新国标实施至今已一年多,在高标准门槛之下,羊奶粉市场去芜存菁。当前,已有48家乳企旗下共119个羊奶粉系列通过新国标注册,在所有新国标产品中的占比达到30.5%。

从消费端来看,羊奶粉“营养好”以及“好吸收”两大优势契合新一代年轻家庭精细化、品质化的喂养需求。近日举办的中国羊奶粉产业发展专家研讨会上道出,羊乳与人乳的脂肪结构更接近。研究表明,天然小分子结构的羊奶,其脂肪球颗粒直径比牛奶小1/3,且羊奶中富含的中短链脂肪酸要比牛奶中的长链脂肪酸更易被人体消化和吸收,羊奶在人体的吸收率可高达95%。

此外,羊奶富含天然营养素比如微量元素、矿物质等,天然乳铁蛋白、HMO等。

竞争集中在“稳价盘”“卷配方”

据了解,价盘稳定、配方创新是婴幼儿配方羊奶粉市场竞争的两大核心。

近年来,婴幼儿配方羊奶粉的市场竞争日趋激烈,为争夺更多市场份额、释放产能,品牌间打响“价格战”。2019年,婴幼儿配方羊奶粉的价盘位于近400元/罐超高端价位段,一路降到2023年250元/罐左右,部分品牌的渠道价格甚至低至210元/罐。

据悉,今年以来,婴幼儿配方羊奶粉价格逐步回升。爱他美3段婴幼儿配方羊奶粉800g售价365元,春绵羊奶粉3段800g售价345元,合生元可贝思3段婴幼儿配方羊奶粉800g售价308元,君乐宝3段婴幼儿配方羊奶粉800g优惠价260元……总体来看,当前婴幼儿配方羊奶粉的价格大约在300元上下。

稳定价盘,背后是品牌与渠道之间的利益分配关系。宋亮认为,300元是婴幼儿配方奶粉比较合适的价盘区间,能较好保证渠道的利润空间。“价盘的稳定关系渠道信心恢复、品牌与行业的健康发展。”

另一个竞争焦点是“配方”。宋亮介绍,过去,制约婴幼儿配方羊奶粉产业发展的重要元素在于优质的原辅料,尤其是羊乳清粉,其稀缺性推高了价格。随着产业链健全,如今原料已不再是主要难题,更多的竞争集中在“配方”上。2023年2月,新国标正式实施,促使羊奶粉的生产门槛提高,配方的“高配”如今已然是羊奶粉的标签。据统计,在新国标羊奶粉(3段)中,DHA、ARA、胆碱、益生元等营养素的添加占比已超过90%。

(据《广州日报》)

业内前瞻

尽管婴幼儿配方羊奶粉市场近年发展迅速,但仍有较大空间。乳业专家王丁棉认为,羊奶粉行业的市场存量与规模、消费者的认知认可度、市场渗透率以及行业可持续发展等都有很大的表现空间和发挥余地。在消费者认知方面,需要进一步加强羊奶知识普及,针对新生代消费者的需求以及他们对羊奶粉的认知程度提供选择理由。而如何加强消费者认知,多位专家认为,需从终端母婴门店着手。食品产业分析师朱丹蓬说,门店人员自身的知识体系需升级,将羊奶粉的解决方案传递给消费者。

宋亮建议,企业应在零售终端投入相应的销售费用,加快线下地推和活动模式内容创新,强化消费教育,促进C端引流。此外,他认为当前婴幼儿配方羊奶粉市场已进入红海竞争阶段,亟须开辟新的蓝海市场,为各年龄段人群提供全家精准营养解决方案,或是一条“出路”。

