

# 饲料涨,肉价跌,卖一头猪要亏500元

## 不到一年,进口豆粕等饲料原材料涨价超80%,养殖户忍痛低价出售

本报记者 王燕平

俄乌冲突不但推动原油等大宗商品猛涨,小麦、玉米、豆粕等农产品也涨势如潮,使得养殖企业的成本明显上升。然而奇怪的是,最近一段时间,国内猪肉价格却不涨反跌,养殖户亏损加重。这究竟是什么原因呢?昨天和今天,钱报记者先后走访了农贸市场猪肉经营户和生猪养殖户。



衢州市衢江区三元生猪专业合作社理事长张红良告诉记者,他们合作社的生猪收购价,一周前已跌到6.8元一斤。“去年10月份价格回升后,今年春节前曾到过9.5元一斤。到今年2月15日就开始出现亏损。”也就是说,短短一个多月的时间,生猪收购价已跌了2.7元一斤。

“从春节前后到现在,玉米从2960元一吨涨到3040元一吨,豆粕从3900元一吨涨到了4900元一吨。”张红良说。而去年四五月份的时候,玉米、豆粕的价格差不多是2600元到2700元一吨。也就是说,不到一年的时间,豆粕价格涨了80%多,玉米涨了15%左右。据张红良介绍,豆粕因为主要靠进口,所以受国际局势影响更大,而玉米他们主要是国内采购。

合作社现有的生猪存栏数量是3万头,一个月的饲料就要1500吨左右,按平均每吨饲料涨500元计算,一个月就要增加75万元成本。张红良说:“按现在的各项成本估算,每斤猪肉(毛猪)的成本价要9元左右。”也就是说,每斤猪肉要亏2.2元钱,平均一头猪要亏500多元钱。

能不能等猪肉涨上去再卖?“猪养大了不卖的话,饲料就是一笔巨大的成本,因为成年猪胃口更

好,不卖会亏更多。”张红良无奈地表示。

## 2020年养殖热导致出栏量猛增 猪肉价格何时止跌

猪肉价格回落,也使得国内的CPI涨幅处于低位。据国家统计局发布的数据,今年1月份国内CPI同比涨幅为0.9%,其中猪肉价格下降41.6%,影响CPI下降约0.96个百分点。

实际上,猪肉的涨涨跌跌,有其必然的市场规律,这在生猪行业被称为“猪周期”。表现为,当猪肉价格高、盈利可观时,生猪养殖企业就会扩大母猪存栏,新的养殖户也会杀入,生猪存栏增加;当猪肉供大于需,猪肉价格下滑并出现亏损时,养殖户们纷纷抛售母猪,生猪出栏量减少,生猪市场又出现供不应求的状况,猪肉价格回升。

但疫情、地缘政治冲突等突发因素也会对“猪周期”产生影响,恢复正常的养猪生产往往需要更长时间。

2020年,由于国内猪肉价格涨势凶猛,引发了市场上的养猪热。大量的企业和个人纷纷加大生猪的养殖数量,导致2021年市场上母猪出栏量迅速增加,去年下半年我国猪肉价格不断下滑。虽然去年10月份前后,中央加大了猪肉的收储力度,但由于市场上母猪出栏量仍在不断增加,导致猪肉价格长期低迷。

很多养殖户发现生猪越养亏得越多,为了减少损失,这些养殖户忍痛低价出售,市场上的猪肉供给量继续增长。虽然春节期间猪肉需求量提高短期带动了销售,但仍无法扭转这一局势。按往常的经验 and 目前的形势分析,张红良预计,猪肉的亏损状况还会持续两个月左右时间。

## 五花肉只要13元一斤 养殖户卖一头猪要亏500元

在杭州茅廊巷农贸市场的一家猪肉摊位前,记者打听到,目前五花肉的价格是18元一斤,腿肉15元一斤。杭州棚桥农贸市场里,五花肉卖17元一斤,腿肉15元一斤。青云街附近有不少经营农副产品的小店,猪肉价格更加便宜。在一家标着“德清土猪肉”的门店,五花肉特价卖13元一斤,腿肉12元一斤。另一家小店则写着五花肉特价13.8元一斤,后退肉、夹心肉11.8元一斤,喇叭里则循环播放着“五花肉第一条13.8元一斤,第二条9.9元一斤(购买两条相当于不到12元一斤),每人限购两条;杂骨、蹄膀9.9元一斤。”

可以发现,现在农贸市场的猪肉价格,已经与去年10月份左右的价格低点接近,有的甚至更低。而去年春节前后,杭州农贸市场的五花肉曾卖到三四十元一斤,其中万寿亭农贸市场五花肉卖到40元左右一斤。

猪肉价格低迷,最忧心的无疑是养殖户。雪上加霜的是,由于全球农产品价格大涨,养殖的饲料成本大大提高。

# 娃哈哈快销网滋补好物低至3.8折 悦己时刻,心动就赶紧行动

昨天是“三八”节,这一天,是对女性价值与“她力量”的赞美。3月8日至3月15日,娃哈哈快销网妇女节活动,全场低至3.8折,让女性在自己的节日,惬意悦己。

据了解,快销网是娃哈哈近年推出的S2B2C模式实体电商平台,是娃哈哈数字赋能实体经济的一次重要布局。

作为食品饮料龙头企业,AD钙奶、营养快线、八宝粥等都是为大众所熟知的娃哈哈产品,但在快销网上,娃哈哈的大健康产品才最为亮眼。事实上,娃哈哈早在2010年起就开始实施“大健康”战略,从研发线、制造线、产品线全盘布局健康赛道,满足消费者日益提升的健康追求。

据悉,活动期间消费者有机会享受千份健康大礼“一分购”,还可花200元成为平台专享会员,享受大健康产品5折终身会员价。下载快销网APP或搜索“快销网数字营销”小程序即可参与活动。

燕窝以其滋补功效,自古以来就是养生品。娃哈哈快销网售卖的燕窝为优质进口燕窝,人工精挑、品质脱水、高温锁鲜、专业推模,间隙小、杂质少,生产过程均有严格品质把控。活动期间享受3.8折优惠。

启丽石榴胶原蛋白肽蛋白饮品为娃哈哈自主研发生产的大健康产品,从配料到灌装全程净化车间,最大程度保证产品的无污染。产品精选8种原料,其中胶原蛋白肽的原料采用24H内新鲜鱼皮,冷链运输,原料纯净口感新鲜,胶原蛋白含量高达

10000mg/瓶。

维生素C有助于维持皮肤、黏膜、骨骼、牙龈的健康,并促进铁的吸收,具有抗氧化的作用。娃哈哈维生素C咀嚼片采用先进的高速粉末直压技术、高阻隔性薄膜包衣技术,生产于自研全自动片剂智能包装生产线和十万级洁净生产车间,确保产品微生物指标合格,进一步提升产品质量。

娃哈哈蔓越莓压片糖果,精选北美蔓越莓,采用全果粉绿色提取技术,保留更多营养;此外,产品中添加了产自西非的玫瑰茄。专利配方,口感美味。在生产技术上,依托娃哈哈智能化片剂生产线,采用粉末直压技术,保证产品品质稳定。

娃哈哈透明质酸钠气泡水,臻选华熙生物专利技术生产的透明质酸钠原料,从源头保证了质量稳定。白桃、青柠、卡曼橘三种风味,气泡口感,清爽不甜腻,同时,洞悉到消费者对健康、瘦身等需求,产品做到0糖0卡0脂,畅饮无负担。

红豆与薏米的邂逅,潮食有方,养出仪式感。汉致红豆薏米粉采用进口设备、沸腾造粒先进工艺,牢牢锁住营养,冲泡更好喝。

除以上六种主打爆款外,本次活动涵盖了滋补产品、美妆个护、食品饮料、服饰家居等上百种产品,满足消费者的多样需求。

本次以大健康产品为主的快销网妇女节活动,让消费者看到了娃哈哈大健康产品的研发实力和高品质,也展现出娃哈哈对大健康战略坚定迈进的决心。

陈婕 钱冰冰

