

上市猪企陆续公布“成绩单”

十家猪企前三季度预亏147亿元



10月14日,上市猪企纷纷发布业绩预告,让许多人再次感受到了行业的惨淡:十家公布预告的上市猪企,没有一家是盈利状态,前三季度合计预亏更是达到了147亿元。

据统计,截至10月15日上午,已有牧原股份、正邦科技、金新农、新希望、天邦食品、大北农、龙大肉食、罗牛山、天康生物、唐人神等十家上市猪企披露了今年前三季度业绩预告。



整理各大上市猪企的净利情况,可以发现,假如按预亏的均值计算,正邦科技亏损程度最严重,前三季度共预亏60.2亿元,其次是新希望,为27.8亿元。天邦股份同样亏损严重,达21.5亿元。

值得注意的是,上半年还在盈利的猪企,第三季度也“撑不住了”。例如牧

正邦前三季度预亏60亿元

原股份,上半年还盈利95.26亿元,第三季度就预亏5亿~10亿元。不过在前几上市猪企中,牧原股份的亏损较少。除此之外,还有天康生物、金新农、大北农、罗牛山、龙大肉食、唐人神6家企业转盈为亏。不过,即使牧原股份第三季度有了小幅亏损,但其前三季度依旧盈

牧原成本降至7元/斤左右

成本在上市猪企中最低,为6.95~7.1元/斤;大北农控制成本也较好,目前能够做到7.5元/斤左右。

上半年猪价开始下跌,各大上市猪企也进行了养殖策略的调整,以降低成本。可以发现,牧原股份较上半年养殖成本下降了近0.5元/斤。此前,牧原股份曾表示四季度养殖成本目标为7元/斤,如此一来算是提前完成了目标任务。此外,新希望、大北农都较上半年成本较低,但正邦、天邦、

天康、金新农却较上半年成本高了不少,这可能与某些企业不同业务板块盈利水平不同有关。

天邦股份也在最新的调研活动信息中称,之前天邦的苗种成本高,主要是新场未达负荷,母猪质量、疫情等因素也有所影响;母猪场满负荷后断奶成本会下降较快。饲料后续随着规模也将有下降的空间。另外公司加大自养比例,农户代养费也大幅下降,综合各方因素,天邦对未来的成本信心很足。

上市猪企布局延伸产业链

快速的通道。今年1~9月屠宰量已经接近70万。除了屠宰,还延伸到了电商、深加工、生鲜团购、餐饮等利润渠道,截至10月份已经有了不错的成果。

此外,9月15日,顺鑫农业发布公告称,拟设立河北顺鑫小店畜牧发展有限公司,注册资本2000万元,本次对外投资的目的是深入贯彻国家鼓励生猪产业发展的相关政策,完善公司生猪养殖业务布局,掌控自有生猪资源供应,通过设立新公司,增强产业链上游生猪的供应保障能力。(据农民日报、南方农村报)

“两只手”发力 度过此轮最特殊“猪周期”

当前,我国生猪产能已经完全恢复,猪肉市场供应出现过剩苗头,价格高位还没让养殖户高兴多久,就迎来了持续的下行通道。10月份第1周,全国活猪平均价格11.54元每公斤,环比下降5.1%,同比下降66.2%,养殖户深度亏损。而生产仍在惯性增长,按当前生猪出栏量的扩张趋势,短期内扭亏难度较大。

猪肉少了压力大,猪肉多了又有新烦恼。这主要由于猪肉供给价格弹性较大,需求价格弹性较小,多一点儿或少一点儿市场反应都很敏感,价格涨落具有放大效应。从消费角度看,猪肉消费占比较高,供给多一点儿价格马上下跌,供给少一点儿价格马上上升;从生产供给角度看,生猪繁殖率高,加上政策推动等因素,价格上涨后一定时期内生猪供给量就能快速增长。

据了解,21世纪以来,我国生猪生产共出现了5次异常波动,最近这一轮最为特殊:诱发因素更加复杂,产能降幅之深历史罕见,猪肉价格涨幅超过以往,恢复生产面临的困难挑战异常严峻,生产恢复之快超乎预期。

世界主要养猪国家普遍存在“猪周期”,市场调节过程中,出现一些合理波动是正常可以接受的。但如果生猪生产大起大落、大赔大赚,就会给养猪业带来损失,也不利于经济社会稳定发展。对于一直存在的“猪周期”,我国有关政府部门和行业主体一直在努力,加强产业调控和提升产业素质,尽量避免出现大起大落、异常波动,给消费者和养殖户带来不利影响。

从政策端来看,8月初,农业农村部、国家发展改革委等6部门发布《关于促进生猪产业持续健康发展的意见》。9月底,农业农村部印发《生猪产能调控实施方案(暂行)》(以下简称《方案》),将相关调控政策措施进一步具体化可操作,填补了生产端逆周期精准调控的政策空白,为稳定生猪生产、保障市场供应提供了有力的政策工具。从生产环节入手,以能繁母猪存栏量变化率为生猪产能核心调控指标,关口前移,锚定正常存栏水平,预调早调微调,稳固基础生产能力。根据能繁母猪月度存栏变化的不同情形,划分绿色、黄色和红色3个调控区域,

并明确相应的调控措施。同时,国家也多次启动收储,稳定市场预期。

从供给端来看,进口猪肉逐月环比同比基本都在下降,生产仍在惯性增长,去产能仍在过程中。8月全国能繁母猪存栏量接近正常保有量的110%,已处于《方案》划定的黄色调控区域上限。部分养殖场户已在淘汰低产能母猪,结构性调整母猪质量,但大部分养殖户仍在观望,没有实际去产能,大基数基础上逐步使能繁母猪存栏量下降至合理水平仍需要较长过程。同时,规模养殖企业占比增多,抗风险能力更强,或将导致本轮周期进一步延长。

从消费端来看,猪肉价格持续下降使猪肉消费有一定恢复,但还远未恢复到非洲猪瘟疫情前水平。一方面,由于此前价格高位,在家庭消费、餐饮渠道消费中猪肉消费占比下降,牛羊禽肉消费占比上升,在肉制品加工业中作为原料的禽肉对猪肉替代较大,即便猪肉价格下降,这部分被替代的份额也不能全部恢复,这将是中长期持续的变化。另一方面,新冠肺炎疫情影响餐饮业和家庭

消费,居民消费力也有所下降。同时,外出务工人员减少,对猪肉需求下降。

行业调整有阵痛,养殖户的日子确实不好过,需要进一步发挥政府和市场的“两只手”的作用,助推产业平稳度过此轮“猪周期”。

从政府方面来说,可以借鉴已有经验,健全完善重要农产品生产、价格形成机制和科学合理的收储投放机制。各地要居安思危、放眼长远,保持政策稳定不搞急转弯,给处于低谷中的养殖户以土地、信贷等政策扶持,根据本地区猪肉自给率调整稳定能繁母猪存栏的合理数量。

从市场方面来说,进一步发挥期货、保险等金融工具的防风险、保基本作用。生猪期货今年推出后,成为部分企业规避市场风险的重要手段之一,未来还需通过提高期货的市场流动性,扩大参与面,积极发展衍生品等更好发挥风险防范作用。同时,广大养殖户需要密切关注发布的产业信息,把握出栏节奏,尽最大努力降本增效,并适当科学加大淘汰低产能母猪力度,压减生猪产能。

(崔丽)



鲁山王兵凯 游子归乡建起“阳光餐厅”

□本报记者 丁需学 通讯员 乔新强

10月10日,时至深秋,但在鲁山县瓦屋镇李老庄村外的上河湾生态园,一座占地900多平方米的全玻璃阳光餐厅内,丝毫不感觉到深秋的凉意,周围青枝绿叶的铁树、满天星、小叶女贞生机盎然,让人感受到春天般的温暖。

“一进入生态园,就可以看到碰碰车、旋转木马等游乐项目正在紧张施工,这是我们打造的亲子乐园。下一步,我们还要以群众入股的形式,把2000米长的沿河两岸,都种上特色农作物,打造一个亲子农庄。”说起自己的梦想,餐厅主人王兵凯信心满满,“今后,生态旅游就是我们村乡村振兴的主导产业。”

今年41岁的王兵凯,2000年毕业于河南省质量工程学校,曾在一家建筑公司做技术员。2017年,他回乡创业,投资200多万元租下20多亩河滩地,创办了上河湾生态园。

秉承着原生态的设计和管理理念,他建起掩映在大树下、竹林中的鹅卵石餐厅单间,房间内用实木条或竹片装

修。餐厅食材也以水芹菜、荠菜、蒲公英、香菇、土鸡、土鸡蛋、土猪肉等当地特产为主。此外,他还开垦了一个3亩多的菜园,让食客们一年四季都能吃到新鲜的蔬菜。

李老庄村是中国传统村落,目前有关部门正投入资金修缮,平日里已有不少游客慕名前来游玩。“瓦屋镇正在创建中国香菇小镇,李老庄村的中国传统村落名头也不小,今后游客会越来越多。”王兵凯介绍,“因此,我就想建一个阳光餐厅,里面除布置一些绿植外,还要布置一个装饰墙,用来展示香菇生产的场面。”

去年3月,上河湾生态园被鲁山县评定为“五星级农家院”。目前,有18名村民在该生态园务工,月工资最高的达7000元,给乡亲们带来了实实在在的收入。

“将来,游客来到李老庄村,不仅能观赏到原汁原味的中国传统村落,还能在上河湾生态园里体验林下捡鸡蛋、河里摸鱼虾、果园采水果的农家生活。届时,我们能够带动100余户村民实现就业增收。”王兵凯说。

宝丰县杨少光 打造“帮扶馆”帮销农特产

□本报记者 丁需学 通讯员 石少华

“建业小区,20位业主需要香菇和应河米醋,抓紧时间送货上门。”近日,位于宝丰县城关镇永明路的消费帮扶馆里,创办人杨少光在给送货的员工交代。

消费帮扶馆里,顾客络绎不绝,线上销售也十分火爆。茶树菇、生态粗粮、大红袍花椒、龙王沟小米、应河米醋、周庄菜籽油……100多平方米的空间内,各种农特产品琳琅满目。

“有100多个单品,大多是全县各地的农特产品。我们不仅帮销贫困户,也帮助35家带贫企业销售。”杨少光说,“去年,我们实现了120万元的销售收入。这都是消费帮扶和众多单位帮扶的结果,我们只是农特产品的搬运工。”

35岁的杨少光,早年在外经商,去年回到家乡。不忍心看着老乡的农特

产品滞销,他于去年7月成立了宝丰县消费扶贫产品展示中心(简称:消费帮扶馆)。依托社区团购经验和相关政策支持,杨少光的消费帮扶馆逐渐打出名头,众多贫困户和带贫企业纷纷联系销售事宜,目前已有30多家扶贫企业入驻。

“我们以本地农特产品为主,也代销一些外地农特产品。”杨少光指着一旁的郑县黄班豆腐粉条菜、鲁山香梨和郑州大枣说,“只要是助农惠农的产品,消费帮扶馆都会尽力帮忙销售。”

一年多来,杨少光的消费帮扶馆已为观音堂众创农业、翟集德盛堂陈醋、弘亚食用菌、康乐农牧等带贫企业销售农特产品数十万元。随着销售规模的扩大,杨少光也在考虑农特产品的提档升级,“下一步,我们打算建立起农特产品深加工基地,同时借助宝丰的魔术、汝瓷等文化品牌打造一些文创产品。”

虞城吴素平 创客“仙脚丫”走出振兴路

□本报记者 李燕 通讯员 贾文亮 张毅力

暮秋时节的一个午后,阳光洒满虞城县店集乡宋庄村的一户农家。

伴着欢声笑语,农家小院门口的几位农妇映入眼帘——她们或在粗布上抹糨糊,或戴着老花镜纳鞋底,或在一丝不苟地绣花。一旁的木桌上,一双双虎头鞋栩栩如生。

农闲时节,宋庄村的巧媳妇们便三五成群地聚在一起制鞋,“真是得感谢回乡创业的年轻人,让我们带娃种地两不误,一月多收入两千多元。”

80后吴素平,就是宋庄村巧媳妇的“带头人”。

2007年,吴素平大学毕业后在长沙一家企业做市场营销,在当地扎下了根也有了娃。新生命的诞生,使吴素平萌生了返乡创业的梦想——奶奶魏秀莲给娃娃做的虎头鞋,在小区里成了“网红”。2010年,吴素平毅然辞职,继承奶奶的衣钵,成为家族第五代手工制鞋传承人。

每双布鞋经过选材料、绘样式、裁底样、抹糨糊、裹鞋边、纳鞋底、锤鞋底、加胶底、画鞋帮、纳鞋、填鞋毡、检验包装等12道主要工序,每一道工序都考验着耐心和专业技术。手指头不知道被

扎了多少个针眼,吴素平用了几个月时间,终于从“小白”炼成了奶奶口中合格的“徒弟”。

市场在哪里,渠道怎么建,品牌怎么树?一肩挑起设计师、制鞋员、销售员和村民口中的“老板”的吴素平,经常背着样品天南海北参展会、谈代销,熬过了最难的两年多时光。2013年,她成立仙脚丫手工坊,给鞋子品牌取名“仙脚丫”。

吴素平在继承传统中不断创新——开发了四季款和室内拖鞋等100多个样式;采用魔术贴或伸缩带设计、“千层底+防滑贴”设计;在彩色棉布的鞋面上加入卡通形象。

传统的手工制鞋焕发新生,成为当地的致富大产业。如今,“仙脚丫”成为母婴用品领域的知名品牌,日产儿童布鞋400双,年销售额约300万元,带动100余名留守妇女创收。借助电商平台,“仙脚丫”走向了河南、湖南等20多个省级市场。村外,一座占地面积2000多平方米的厂房正拔地而起。

已经成长为县人大代表的吴素平,胸怀更大的责任和抱负,“未来,我们将依托‘仙脚丫’,带领更多群众走上共同富裕的乡村振兴路。”

草原放牧 生态富民



近日,光山县长河乡川村村民在可川大草原放牧本地黄牛。近年来,该村积极探索争取信贷贴息项目,引导农户因地制宜发展养牛业,采取“特色产业+基地+农户”的经营模式,以集中养殖为主、分散养殖为辅的方式,让村民在家门口靠养牛走上致富路。谢万柏摄