

行业动态

2019年第四季度猪企利润增长可观

1月8日晚,新希望(000876.SZ)发布了2019年12月销售数据,全年生猪累计销售收入达85.46亿元。

加上前两天更新的温氏股份(300498.SZ)、牧原股份(002714.SZ)销售数据,头部猪企的全年经营业绩几乎可以就此锁定。

卓创资讯提供的数据显示,2019年三季度,全国生猪出栏均价运行区间在每公斤18.5元至30元,四季度价格虽然有所回落,但是最低价也未跌破30元/公斤。

上市公司披露的数据要更为直观。笔者测算结果显示,2019年三季度牧原股份生猪销售均价为20.81元/公斤,四季度大幅提升至31.44元/公斤。

在四季度单月销量稳步增长的背景下,牧原股份四季度利润无论是同比,还是环比将出现非常明显的增长。温氏股份发布的业绩预告显示,2019年净利润区间在138.5亿元至143亿元,中位数为140.75亿元。

2019年的猪价高点,出现在11月初,彼时全国生猪出栏均价一度涨破了40元/公斤,随后展开了连续两个月的回落。

可是,对比同年10月高点的销售均价可以看出,整体下滑幅度相对有限。卓创数据,四季度生猪出栏均价的低点仍然维持在33元/公斤附近。

以新希望为例,2019年11月、12月生猪销售均价为31.84元/公斤、31.92元/公斤,牧原股份同期销售均价则为30.3元和30.52元,这一价格明显高于三季度销售均价。

销量方面,头部猪企在三季度出现小幅放量。

据统计,2019年三季度,牧原股份月均销售生猪70.55万头,到四季度时,这一数字增加至77.39万头。新希望的四季度生猪销量变化趋势,与牧原股份保持了一致。

出栏均价、出栏量提升带来双重增长动力的同时,还有一个不容忽视的细节。对此新希望相关人士9日便指出,“12月公司生猪出栏体重较此前有一定提升。”

三方面因素拉动下,生猪企业未来披露的年报,很可能出现“四季度利润超过前三季度总额”的情况。

这其中涉及一个成本和利润空间的问题。笔者了解到,加上防疫、环保成本在内,国内生猪养殖成本在15元/公斤附近。成本端锁定后,20元和30元的出栏均价,对养殖企业利润的拉动效果,不可同日而语。

温氏股份便是典型。按照业绩预告,公司2019年四季度净利润中位数达到79.9亿元,明显高于前三季度净利润总和的60.85亿元。

而从业绩弹性上看,牧原股份这类生猪业务收入占比超过95%的养殖企业,四季度盈利增幅可能会高于具备肉鸡业务的温氏股份,以及饲料收入占比比较高的新希望。董鹏

多举措调控 产能回升 春节前成都猪肉市场火爆

1月12日一早,四川省成都市青羊区新开寺街的胡记腊肉香肠店人头攒动,随着春节越来越近,很多居民出门囤年货、买食材。

“我们最近生意好得很,有客户专程来买的,还有外地客户网上下单的,每天基本上要卖2000斤,店里七八个人帮忙都忙不过来。”店老板胡敏说,虽然这两天猪肉价格涨了,但店里香肠没有涨价,还是一斤59元。

“我们四川人过年家家户户都要有香肠、腊肉,有这些才有年味儿。”前来买香肠的市民陈女士说,猪肉涨价了,就少买点,吃多少买多少。青羊区石人农贸市场是附近社区最大的一个市场,这里分布着独立的肉铺、蔬菜铺及海鲜铺。这其中,王老板的猪肉铺生意十分火爆,顾客离开时都拎着大包小包的猪肉。

王老板说,成都的猪肉价格自去年8月份开始上涨,11月达到最高50元/斤,现在逐渐回落到一斤30多元,趋于平稳。黄女士是这家店的常客,今天她一次性买了十几斤猪肉。“之前最贵的时候,我们主要吃羊牛肉和鱼肉了,最近猪肉价格跌了,就多买点。”王老板说,居民们也在自行调整饮食结构,但是喜欢回锅肉和香肠的成都人对猪肉的需求还是很大。成都是猪肉消费大市,有1633万的常住人口,服务人口超过2100万,猪肉又是川菜里的主料,所以在生猪生产和保供受到非洲猪瘟影响的情况下,成都市政府采取了多项措施促进生猪生产、保障市场供应。

成都市副市长牛清报说,成都市建立了“三大机制”和“十项措施”,每天监测猪肉的生产和价格,每周对各个县市进行调度,每月进行考核,并与周边的市州建立了区域生猪生产合作机制。

去年9月以来,成都市开始实行《稳定生猪生产保障市场供应十条措施》,一是进一步夯实生猪发展的任务;二是推动全产业链融合;三是建设现代良繁体系;四是推进产业绿色发展;五是提升生物安全水平;六是加强动物防疫;七是优化产业发展用地;八是强化金融支持;九是完善保障机制;十是加强组织保障。

据介绍,这“三大机制”和“十项措施”为成都养猪业排除了障碍,提供了要素支撑。成都的生猪养殖在2019年10月中旬开始止跌回升,连续3个月实现增长。2019年12月,成都生猪存栏环比增长了2.83%,猪肉零售价环比回落4.96%,2019年全年成都市产生猪出栏达到400万头。

笔者了解到,为保障元旦和春节期间生猪等“菜篮子”产品的市场供应,成都发挥国有“菜篮子”公司、大型批发市场等主体作用,保障肉类和蔬菜的多元化供应。李倩薇 陈地

行情监测

2019年12月水产品价格走势 海水产品上涨 淡水产品下降

据对全国80家水产品批发市场成交价格情况监测统计,2019年12月份全国水产品综合平均价格为22.69元/公斤,环比上涨2.15%,同比上涨1.32%。另据可对比的47家水产品批发市场的成交情况监测统计,2019年12月份全国水产品市场成交量117.09万吨,同比上涨1.75%;成交额237.22亿元,同比下降1.98%。

去年12月份,海水鱼类、海水甲壳类环比同比均上涨。海水鱼类价格涨幅较大的有带鱼、小黄鱼、海鲈、银鲳、马鲛鱼。海水甲壳类涨幅较大的梭子蟹、花蟹、青蟹、南美白对虾、斑节对虾。海水贝类中涨幅较大的有牡蛎、蛎、杂色蛤。海水头足类价格环比微涨,同比微跌。鱿鱼微涨,海蜇微跌。

去年12月份,淡水鱼类、淡水甲壳类价格环比同比均下跌。据监测,淡水鱼类类多、少。价格跌幅较大的有虹鳟、黄颡鱼、鳊鱼、鲫鱼、乌鳢、鲢鱼、鳙鱼、鲤鱼。淡水甲壳类价格下跌的有中华绒螯蟹、青虾。

全国水产技术推广总站 陈述平 谷媛媛 供稿

编者按

从个体养殖到企业化发展,再到品牌化经营,沈岳明和“明凤”甲鱼的成长壮大是千千万万个农村民营企业发展的缩影,他们在推动发展、促进创新、增加就业等方面发挥了不可替代的作用。党中央、国务院去年底发布的《关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》,让沈岳明们“甩开膀子加油干,心里更有底!”

传承河姆渡甲鱼文化初心不改

“甲鱼大王”三十年后再出发

□□ 本报记者 冯建伟 见习记者 王焱麒

距浙江余姚7000年河姆渡文化遗址不远的黄家埠镇,有一片滩涂建起了大水面鱼塘,这里是宁波市明凤渔业有限公司的千亩甲鱼养殖基地。这个从一个小养殖场开始起家,30年间发展成为拥有中华鳖核心基地8000多亩、野外基地3000亩、联营基地1万亩的中华鳖繁育生产企业,先后获得过2017最具影响力水产品企业品牌、2019中国国际渔业博览会金奖等多项荣誉,“明凤”的掌门人沈岳明也完成了从普通的水产养殖户到“甲鱼大王”的华丽转身。“明凤”也成为国内首家集中国驰名商标和中国名牌农产品两项荣誉于一身的企业,牢牢坐稳国内甲鱼行业的头把交椅。

借女友200元起家 30年成就“甲鱼大王”美誉

1989年,已经跟随父亲经营家庭鱼塘5年之久的沈岳明,不安于养鱼每年5000元的稳定收入,把目光瞄准了收益更高的甲鱼养殖,他背着父亲向女朋友借来200元钱,买了几十只小甲鱼苗放入鱼塘试养。

没有任何甲鱼养殖经验,第一年养殖注定没有任何效益。第二年他又把舅舅建新车的5000元借来继续干。“那时候每天骑自行车去收购甲鱼苗,小的五毛一只、大的一块一只,市场价格能买到每斤一二十元。”沈岳明看准甲鱼养殖市场的潜力,在总结前两次失败教训后,他自学养殖技术,外出参加培训,再次筹措资金重新改造了鱼塘。这次,他终于获得了成功!

甲鱼被誉为水中黄金,具有极高的营养价值和经济价值。1973年,考古工作者在距沈岳明家不远的7000年前河姆渡文化遗址发掘出她甲鱼的陶罐与甲鱼壳,这是人类目前发现最早食用甲鱼的历史证据,更是沈岳明养好甲鱼的初心和梦想的起源。

上世纪九十年代初,体育明星代言“中华鳖精”的广告带火了甲鱼养殖行业。经过几年不断实践,沈岳明成为远近闻名的水产养殖专业户,甲鱼养殖规模也从最初的60亩增加到200亩,再扩大到800亩,十年间形成了以黄家埠为核心,年产200吨、产值达到3000万元的养殖规模。

沈岳明养殖的甲鱼在市场上很受青睐。无意间,他发现有人假借他的名义销售甲鱼,于是他意识到自己的甲鱼要有品牌和商标才



余姚黄家埠镇“明凤甲鱼”国家级中华鳖原种场和种质保育基地全景。 资料图

能与众不同。1999年,他从自己的名字里取一个“明”字,从结婚妻子、当年借钱支持他养甲鱼的女友名字里取一个“凤”字,成功注册了“明凤”商标。

2000年,沈岳明又为甲鱼精心设计了一件防伪包装盒并申请了国家专利。自此,贴有“明凤”商标的明凤甲鱼开始打入宁波和省内的各大超市,成为市民抢手的水产品。

从品质到品牌 助推“中国生态甲鱼之乡”发展

随着企业规模的扩大,沈岳明的甲鱼梦也不断升级,从养甲鱼到养更多、更好的甲鱼,从做有品牌的甲鱼,到做行业领头羊,让更多的人能吃上好甲鱼。这成为他投身甲鱼产业的内心源动力。

沈岳明多年呼吁和多方筹备,2006年9月28日,第一届余姚甲鱼文化节如期举行。甲鱼文化节提高了“明凤”的企业知名度和美誉度,也为沈岳明带来了更多客商。“明凤”与苏浙沪100多家酒店商超签订了专供协议。沈岳明说,举办首届甲鱼文化节的日子比自己的结婚纪念日记得还要牢。

农家乐的悄然兴起,让沈岳明在乡村旅游热潮中看到商机,他在临近的宁波鄞州区姚江边流转了600亩滩地挖塘养甲鱼,取名“明凤鳖庄”。在开牌休闲游的同时,沈岳明还尝试甲鱼的多重烧制法,红烧、清蒸、生炒,一时间他的“渔庄”成了当地乡村有的代名词。“扩大规模的目的不仅仅是为了吸引城里人来钓鱼、品农家菜,更重要的作用是作为明凤甲

的推广展示中心。”沈岳明说。

技术的成熟、规模的扩大、品牌的提升,给沈岳明带来财富的同时,“全国创业致富带头人”“浙江省青年星火带头人”等各种荣誉也随之而来。然而,最让他看重的还是2010年他获得了余姚市首批农村实用技术人才专业技术工程师任职资格。沈岳明说,没想到我这庄稼汉也能评职称了,这是社会对我的最大的认可。

2010年12月,明凤公司与政府合作的“首届中国甲鱼节”成功举办,来自全国十几家养殖企业的珍稀鳖鳖参加展示。中国甲鱼节从最初的两届一届到如今每年举办,为余姚甲鱼走向全国立下汗马功劳。在“明凤”的推动下,余姚甲鱼获得国家地理标志和2016最具影响力水产品区域公用品牌,余姚也成为国内唯一的“中国生态甲鱼之乡”。

多年与“明凤”有技术合作的余姚市水产技术推广中心高级工程师申屠琰认为,“明凤”引领了余姚的甲鱼生态养殖,其承办的甲鱼文化节已成功举办了七届,对区域公共品牌推广意义重大。

“明凤”牌产品获国家级无公害农产品、中国名牌农产品,“明凤”商标还获得中国驰名商标。沈岳明在发展壮大自己企业的同时,还带动周边2万亩鱼塘进行鱼鳖混养,让1600多养殖户的腰包鼓了。

传承河姆渡甲鱼文化 创新发展 30年后再次出发

注重科研和创新是沈岳明成功的秘诀。

朱章其:20年闯出个龙头企业

□□ 顾飞

江苏省靖江市西来镇有这样一位农民企业家,他曾经是一名推着自行车走街串巷的贩羊倌,后来办厂经营食品加工,20年后,他经营的江苏骥洋食品有限公司发展成国家级农业龙头企业,他的名字叫朱章其。

现年56岁的朱章其从小闻着羊腥味儿长大,对羊有一种天然喜爱的情愫。高中毕业后,为了生计,他做过木工,当过裁缝,学过厨师,还开过船,最终还是选定做羊肉生意。因为做事专注,再加上父亲多年经验的传授,朱章其练就了高超的“羊技”,熟悉的羊贩子都说他“买羊不用摸,20米开外看一眼,就知道这羊能出多少斤肉。”这种庖丁解牛的匠心,在他后来的艰苦创业过程中一直没有丢弃。从跨江贩羊,到后来宰羊摆摊卖羊肉开卤菜店,朱章其随着市场变化,灵活经营,他的卤菜店生意火爆,靖江常见的全羊席里,很多菜式都是从他的卤菜店里传出去的。

1999年,靖江掀起了乡镇企业改制的热潮,其后,私营企业如雨后春笋。朱章其顺势而为,自筹200多万元,征土地,建厂房,购设备,招人,聘师傅,创建了骥洋食品厂,专业从事山羊肉种繁育、养殖屠宰、深加工。创业之初,朱章其梦想有一天让骥洋的产品走出靖江,走向世

界。朱章其选购优良山羊种羊,精心选配饲料,在每只山羊养到20斤重、肉质最为鲜嫩鲜美之时进行屠宰,然后用最原始的手法“渥”成熟羊肉,包装后分送到各大菜场、酒店、超市卖场。优质的产品、优质的服务让骥洋声名鹊起,在靖江及周边县市,要买羊肉,首选骥洋。骥洋羊肉成了抢手货,每年秋冬季上市后果供不应求。

单靠季节性产品来发展企业,太受局限,如果能一年四季供给,就能占据更多的市场份额。朱章其想到了真空包装食品,不仅可以保鲜,还可以延长销售时间,厂里的产能也可以大大提升。想法很好,但因为羊肉本身肉质结构问题,真空后的高温灭菌会破坏它的口感和外形,经历了几年的尝试,朱章其最终无奈放弃了这个念头。

遭受了羊肉真空包装的挫折,朱章其发现了另一个发展契机,那就是肉禽类食品的深加工,在理清思路后,朱章其利用工厂淡季对市场需求进行调研。此时,互联网经济正在快速发展,真空包装休闲食品正通过互联网快速占领市场,迎合了年轻人的消费需求。经过半年多的市场调查,朱章其捕捉到了商机,立即筹集资金,购置设备,请来技术人员,研发出几款鸡鸭类真空包装休闲食品,一推向市场,就一抢而空。

因为工艺等问题,山椒凤爪包率居高不下,客户成批退货,损失惨重。但他主动向客户作了赔偿,并将退货全部做报废处理,同时组织技术力量重新生产,力图让客户满意。这次损失让他意识到技术的重要性,此后,朱章其先后从南京农业大学、无锡理学院聘请专家,对产品工艺、生产线进行升级改造,并与江南大学、常州大学、上海应用技术大学合作,建立产、学、研基地,招聘专业人才开发新产品,使公司销售业绩从2009年到2015年产值连年翻番。

目前,骥洋公司的产品已销售到全国29个省,在京东、天猫等知名B2B电商平台上销售排名靠前,而公司每年的广告投入却不到销售额的0.5%。在骥洋销售部办公室,只有4名员工每天线上与签约客户们保持联络,反馈客户需求,发展潜在代理商或经销商。朱章其说,骥洋每年仍保持10%以上的销售增长额的“秘密”就是:恪守本分,专注创新,用优质、合适、需要的产品与市场对话。

从20多年前走村串巷街头摆摊的羊肉小贩,到经营年销售额超亿元的企业老总,朱章其始终把食品安全放在第一位,把产品质量和诚信视为企业生命线。除了做企业,朱章其还做公益事业,安排邻近老乡就业,资助贫困学生和孤寡老人。

市场研判

《2019全球农业研究热点前沿》畜牧业领域排名前十名中,肉牛剩采食量遗传评估和营养控制研究排名第三,高品质鸡肉生产技术研究排在第五名,奶牛营养平衡研究排名第七,畜禽蛋白质氨基酸营养功能研究排名第十,这说明全球的畜禽营养研究向肉牛转移,这是多年积累的研究方向。

我国肉牛遗传育种、营养饲料、牛场设计方面在国际上发表的论文远超美国,因为我国肉牛产业刚刚起步,研究量很大,论文成果较多。关于肉制品怎么加工更好吃,日本、澳大利亚比我国研究成果更多。关于牛病研究,我国在防疫、疫苗、兽药等方面都处于国际领先,目前仍在开发新疗法、新医药。

肉牛在我国真正作为一个新的产业是从1997年开始的。经过多年的发展,原来技术改变竞争格局的阶段已经进入模式化发展时代。2019年,经过国家肉牛产业技术体系推介评选的51项技术,是在产业上真正被企业、被产业认可的。比如在缺牛肉是因为牛少,牛少是因为母牛少,母牛少是因为生得少。牛天生一年一胎,怀孕8个月,周期长。我国原创性的发明了多胎技术,改进同期发情技术,生两三头牛很简单,而且不给产业增加负担。类似多胎技术这样的技术还有很多,这是产业真正需要的技术,没有更多附加成本。

2019年,国家肉牛产业技术体系优选22个模式总结推介,里面包括184项技术,以后的研发方向是产业模式。

例如,在贵州有这样一复合产业模式,一对夫妻养了400头牛,牛粪拉到地里生产蚯蚓,多余的牛粪做有机肥,蚯蚓做了鸡饲料、鱼饲料,养了三只鸡,一年养两茬。年收入300万元左右,根据当地环境资源、市场资源,无缝衔接,绿水青山真正变成金山银山。这样的模式包含了养牛、种草、蚯蚓、养鸡、养鸭等一系列技术,是应该向全国推广的。

还有一个例子,当地好多农民外出,一个农民把地种起来,种草种果树种蔬菜,养本地的土牛,牛场的免疫程序和安全卫生管理都按标准执行,然后直供自己开办的餐饮店,有配送车,线上线下配送,还有菜面等礼品盒,由于产业链首尾直接相连,所以农场安全卫生意识和保障程度极高,盈利能力很强。

牛肉的需求空间将会越来越大,因为有人类历史以来,一次都没有出现牛肉过剩的情况,现在缺口更大。今后,我国肉牛增产技术是第一位的,但并不是说缺牛缺肉养牛就能赚钱,还要讲自己的生存之道,生存之道就是特色化,差异化。现在牛肉市场的消费格局分十几层,竞争还在加剧,未来有更大的空间。

我国肉牛产业还有很大发展空间

国家肉牛产业技术体系首席科学家 曹兵海