

价格周报

批发市场
猪肉蔬菜价格小幅下跌

据农业农村部监测,2021年第34周(2021年8月23日-2021年8月29日,下同)“农产品批发价格200指数”为112.94(以2015年为100),比前一周降0.65个百分点;“‘菜篮子’产品批发价格200指数”为113.81(以2015年为100),比前一周降0.76个百分点。

猪肉、鸡蛋价格小幅下跌 猪肉批发市场周均价每公斤20.91元,环比跌2.1%,同比低56.7%;牛肉每公斤75.62元,环比基本持平,同比高3.0%;羊肉每公斤70.55元,环比涨0.5%,同比低0.5%;白条鸡每公斤16.76元,环比涨0.2%,同比高1.5%。鸡蛋批发市场周均价每公斤10.38元,环比跌1.3%,同比高33.6%。

多数水产品价格小幅下跌 大黄鱼、鲤鱼、草鱼、鲫鱼、大带鱼和白鲢鱼批发市场周均价每公斤分别为44.57元、16.81元、21.13元、23.17元、38.75元和12.34元,环比分别跌2.1%、2.0%、2.0%、1.7%、1.4%和1.4%;花鲢鱼每公斤20.07元,环比涨0.2%。

蔬菜均价小幅下跌 重点监测的28种蔬菜周均价每公斤4.51元,环比跌1.1%,同比低4.2%。分品种看,15种蔬菜价格下跌,13种上涨,其中,菠菜跌幅较大,环比跌7.1%,茄子、生姜、莲藕和豆角环比分别跌4.4%、3.9%、3.9%和3.7%,其余品种跌幅在3%以内;平菇环比涨5.8%,其余品种涨幅在2%以内。

水果均价小幅下跌 重点监测的6种水果周均价每公斤5.39元,环比跌4.3%,同比高3.1%。分品种看,菠萝、巨峰葡萄、鸭梨、香蕉和富士苹果价格环比分别跌7.2%、6.8%、5.5%、2.0%和0.9%;西瓜环比涨1.1%。

集贸市场
生猪价格下降

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,8月份第4周(采集日为8月25日)生猪、鸡蛋、豆粕价格下降,活鸡、白条鸡、商品代肉雏鸡、牛肉、生鲜乳、蛋鸡配合饲料价格上涨,商品代蛋雏鸡、羊肉、玉米、育肥猪配合饲料、肉鸡配合饲料价格持平。

生猪价格 全国活猪平均价格14.81元/公斤,比前一周下降2.6%,与去年同期相比(以下简称“同比”)下降60.0%。青海活猪价格上涨,江苏、山东、福建、新疆、上海、广西等29个省(区)价格下降。华南地区活猪平均价格较高,为16.51元/公斤;东北地区较低,为13.46元/公斤。全国猪肉平均价格24.93元/公斤,比前一周下降1.7%,同比下降55.5%。海南猪肉价格上涨,甘肃、山东、河南、黑龙江、河北、安徽等29个省份价格下降。华南地区猪肉平均价格较高,为28.48元/公斤;东北地区较低,为20.59元/公斤。全国仔猪平均价格36.56元/公斤,比前一周下降4.0%,同比下降66.4%。华东地区仔猪平均价格较高,为41.70元/公斤;东北地区仔猪平均价格较低,为28.73元/公斤。

家禽产品价格 全国鸡蛋平均价格11.12元/公斤,比前一周下降0.3%,同比上涨20.2%。河北、辽宁等10个主产省份鸡蛋平均价格10.47元/公斤,比前一周下降1.5%,同比上涨37.6%。全国活鸡平均价格19.29元/公斤,比前一周上涨0.4%,同比下降2.2%。白条鸡平均价格21.47元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比下降2.0%。商品代蛋雏鸡平均价格为3.70元/只,与前一周持平,同比上涨0.5%。商品代肉雏鸡平均价格为3.29元/只,比前一周上涨2.5%,同比上涨3.8%。

牛羊肉价格 全国牛肉平均价格85.21元/公斤,比前一周上涨0.1%,同比上涨1.9%。河北、辽宁、吉林、山东和河南等主产省份牛肉平均价格77.97元/公斤,比前一周上涨0.2%。全国羊肉平均价格81.91元/公斤,与前一周持平,同比上涨2.4%。河北、内蒙古、山东、河南和新疆等主产省(区)羊肉平均价格78.34元/公斤,比前一周下降0.1%。

生鲜乳价格 内蒙古、河北等10个奶牛主产省(区)生鲜乳平均价格4.38元/公斤,比前一周上涨0.2%,同比上涨17.1%。

饲料价格 全国玉米平均价格2.95元/公斤,与前一周持平,同比上涨20.9%。主产区东北三省玉米平均价格为2.65元/公斤,与前一周持平;主销区广东省玉米价格3.07元/公斤,与前一周持平。全国豆粕平均价格3.80元/公斤,比前一周下降0.3%,同比上涨16.2%。育肥猪配合饲料平均价格3.62元/公斤,与前一周持平,同比上涨11.0%。肉鸡配合饲料平均价格3.65元/公斤,与前一周持平,同比上涨10.6%。

蛋鸡配合饲料平均价格3.38元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比上涨11.6%。

本栏目稿件由农业农村部市场与信息化司、农业农村部信息中心提供

产销对接平台

河南光山月饼飘香富乡邻



8月29日,河南省信阳市光山县砖桥镇李文胜月饼加工厂内,工人正在加工酥皮月饼。该月饼加工厂在做好市场销售的同时,还通过“互联网+”在淘宝上将月饼销往全国各地,让更多的人品尝传统的砖桥月饼,带动了光山特色产业的发展。

光山月饼制作工艺被列为河南省非物质文化遗产,被评为“光山十宝”之首,吸纳当地50多名村民在家门口就业,人均月增收4000多元,村民通过制作月饼走上致富之路。

工人在月饼加工厂内制作酥皮月饼。

谢万柏 文/图



北京新发地市场禽蛋交易区一角。

□□ 农民日报·中国农网见习记者 欧阳靖雯 文/图

9月2日的鸡蛋批发均价为5.11元/斤,8月的鸡蛋批发均价为5.01元/斤,7月的鸡蛋批发均价为4.51元/斤,而去年同期批发价仅为3.75元/斤。这是记者从北京新发地市场了解到的近期蛋价变化情况。

7月以来,“鸡蛋价格涨了不少”不仅是很多消费者的直观感受,蛋鸡养殖户、经销商批发商等生产和流通端主体对此也深有体会。

这轮涨价正常吗,涨价还会持续多久,涨价对鸡蛋产销将产生怎样的影响呢?带着这些问题,记者采访了多位蛋鸡养殖场(户)和经销商。

这轮涨价正常吗?
本轮鸡蛋涨价“还算正常”,成本上推推高蛋价

多位采访对象都认为今年蛋价波动“相比往年还算正常”“在预期中”。他们均提到鸡蛋价格具有周期性变化规律,早春蛋价往往较低,进入夏季价格会逐渐走高,现在这段时间本身就是一年中鸡蛋价格较高的时期。

“虽然今年确实比往年夏季的价格还要高一些,但我觉得挺正常的,我挣的钱基本没啥变化。”北京新发地市场一位蛋类批发商告诉记者,这段时间不仅批发价高,自己的成本包括进货价等也跟着涨,所以算下来并没有

专家分析

近期蛋价呈现明显的季节性上涨特征
预计后市涨幅收窄,养殖场(户)应适时调整产销

中国农业科学院农业经济与发展研究所 朱宁

鸡蛋作为重要的农副产品,社会各方对价格变化关注度很高。今年7月份以来,鸡蛋价格呈快速上涨的趋势,引发市场关注。其实,每年三季度蛋价上涨是正常的季节性规律性波动。总体看,虽然今年暑期蛋价环比涨幅明显,但仍符合常年季节性波动规律,主要是受市场供需的阶段性变化影响,预计后期鸡蛋需求保持旺盛,供给平稳增长,蛋价9月底之前仍将呈总体上涨走势,涨幅有望收窄。

蛋价走势仍符合常年季节性变化规律

据农业农村部监测,鸡蛋批发价连续2个月上涨,7月份、8月份鸡蛋批发价分别为每公斤9.21元、10.45元,环比分别涨1.5%、13.5%,比前5年同期均价高1元以上。尤其是进入7月中旬以后,鸡蛋价格持续走高、涨幅较大,8月15日批发价达到全年最高每公斤10.87元,比上月同期涨19.7%。

由于鸡蛋生产和消费的季节性规律,我

国鸡蛋价格一般在每年三季度出现较为明显上涨,9月份达到全年鸡蛋价格高点。从前5年(2016-2020年)月度均价看,7月份、8月份、9月份鸡蛋批发均价分别为每公斤8.03元、9.13元、9.85元,环比涨幅分别为3.2%、13.7%、7.9%。因此,虽然今年暑期蛋价环比上涨明显,但总体上仍然符合常年季节性变化规律,涨幅与常年同期相比变化不大。

市场供应阶段性下降是蛋价走高的主因

近期鸡蛋价格上涨既有供需基本因素,也有成本、疫情等新增因素,主要原因在供需,是市场机制调节作用的结果。供给方面,主要是高温天气导致鸡蛋产蛋性能有所下降,鸡蛋市场供应阶段性下降;需求方面,中秋节、国庆节临近,食品加工厂鸡蛋采购量增加。此外,蛋鸡饲料及其原料价格近半年高位运行,对鸡蛋价格形成支撑;鸡蛋主产区河南遭遇洪涝灾害以及新冠肺炎疫情也影响

热点调查

蛋价三问

户、经销商和批发商均对鸡蛋持续涨价持谨慎态度。

九月是新一波时蔬蔬菜集中上市的时间,蔬菜供应量的增加可能会影响消费者对鸡蛋的需求。再加上此时正是养殖户淘汰老鸡、售卖冷库蛋的“传统”时期,去产能还需要一定时间。也就是说,未来短期需求或将减少,同时供给暂时较稳定。根据这些信息来判断,闫铁山预计鸡蛋价格在11月前将会下降,“但也不会猛降,估计降幅在5%-15%之间。”

特殊的节假日也会对短期鸡蛋价格造成一定影响。中秋节、国庆节会使礼盒和食品加工的需求增加,但闫铁山估计这个刺激对鲜鸡蛋的价格影响较小。参照往年的情况,养殖户们比较看好11月后的鸡蛋价格,“11月估计不会出现这种幅度的上涨,但行情应该不会太差。”河北邯郸的蛋鸡养殖户李小芳说。

过去“蛋贱伤农”的事件常常是因养殖户对市场判断失误、盲目扩大生产导致的。早些年不少养殖户获取信息手段单一,对市场行情缺乏作出正确判断的能力。“那种主要是散户,现在规模化程度挺高,市场信息和价格透明多了。”郑文波认为,像自己这种中小型养殖户对市场走势的判断已经有一套了,“大家都在努力避免那种情况。”

由于信息技术的发展,各地养殖户、经销商沟通更紧密,也让市场信息更透明。除了

会时刻关注官方发布的市场信息,他们还通过自建平台或微信群来互通有无分享信息。郑文波手机里有几十个同行微信群,群成员都是全国各地的养殖户和经销商,“我们现在基本上到了上午10点的时候,全国比如北上广甚至新疆鸡蛋价格都能看到,卖得快慢情况也知道。”

这轮涨价会影响未来的产销计划吗?
产销计划受短期行情影响不大,与养殖主体自身实力和意愿相关

此番蛋价短期内快速上涨似乎很难影响养殖户、经销商和批发商的未来产销计划。面对记者提出的是否有扩大养殖规模的问题,多位养殖户予以否定。成本上升挤压利润和未来风险的不确定性让养殖户理性了不少,他们纷纷表示不会因为短期的行情而改变自己的养殖规模。

“不会影响到我的养殖规模。不只我家,今年养鸡行业在这一两年内应该都不会去扩张,现在都比较冷静。”郑文波说,“毕竟要是扩张,比如说建厂上机,都要有一年左右的时间,那时候的价格可不是一年前的价格了。”

记者了解到,是否扩大养殖规模主要与养殖户自身的“实力”强弱有关,与短期行情关系并不大。李小芳说:“像我们长期养殖蛋鸡的,很难说就因为短期市场行情去冒险,主要是看自己有没有这个条件去扩张去运营。”禽蛋经销商闫铁山也表示,长期投资并不会只看一两年的行情,还是看长期的发展。

鸡蛋是日常的消费品,也是重要的加工原料,除非极端的情况发生,一般来说,需求随着季节有变动但整体还是稳定的。“鸡蛋特别能引流,你看大商场或者电商啥的,一般都是拿鸡蛋搞活动。”北京新发地市场常年做禽蛋批发生意的李女士向记者介绍,每年自己的订单里有不少是用于各类营销活动。

只要生产端和流通端都能稳住,长期来看蛋鸡养殖是一个比较稳定的行业。“绝对不是暴利行业,而是一个消费需求一直在的行业。”闫铁山说。

“我们也怕暴涨暴跌,像这次正常的季节性波动是可以接受的。”郑文波说。如果鸡蛋价格低于成本价,很多养殖户熬不过一两年就要改行从而影响到整体鸡蛋供应量,最终反映在价格变化上。而鸡蛋价格暴涨,短时间的暴利可能会引来大批投机者。等到供应量急剧过剩后,接着就是价格暴跌,短期的大幅度波动不利于鸡蛋行业长期发展,行业从业者需要保持理性,灵活应变。

了蛋鸡养殖、鸡蛋外运及市场销售,在一定程度上拉高了短期蛋价。

蛋价走高,支持了养殖效益持续改善。据北京市华都峪口禽业有限责任公司反映,蛋鸡养殖自4月份扭亏为盈,已连续第5个月盈利,4-7月份平均每公斤鸡蛋可盈利0.76元。进入8月份,蛋鸡养殖效益大幅增长,养殖场平均每公斤鸡蛋可盈利2.27元,较7月份增加1.2倍,同比增加2.4倍。往年8月份也大多是蛋鸡养殖场的盈利期,2019年、2020年养殖场同期平均每公斤鸡蛋可盈利3.76元、0.67元。

后期蛋价涨幅有望收窄

按照往年规律,9月份是鸡蛋消费传统旺季,预计后期鸡蛋价格仍有上涨空间,但考虑到天气转凉后供给稳中有增,月均蛋价环比涨幅将缩小至8月份的一半左右。

从供给方面看,由于4月份蛋鸡养殖扭亏为盈,部分养殖场补栏积极性略有提升,使得7月份及以后新开产蛋鸡数量呈缓慢增加之

势,预计9月份产蛋鸡存栏量小幅增加至11.8亿只,加之前期高温天气对蛋鸡产蛋性能的影响减弱,鸡蛋短期供应会有所恢复。

从需求方面看,9月份是食品加工厂的集中生产期以及学校的集中开学季,鸡蛋消费处于季节性高峰,而且随着新冠肺炎疫情得到控制,餐饮业和旅游业逐步恢复,对鸡蛋消费拉动增强。

建议养殖场(户)理性生产

三季度蛋价保持高位运行,蛋鸡养殖盈利明显,部分养殖场(户)会产生惜售心理。由于鸡蛋有保质期,而且鸡蛋价格短期波动频率高,建议养殖场(户)理性销售鸡蛋,不要囤积鸡蛋,以免影响应获利润。

鸡蛋价格波动具有规律性、周期性,建议蛋鸡养殖场(户)通过网站、微信公众号等渠道获取鸡蛋市场预警信息,及时关注相关部门发布的预警信息以及指导意见,理性看待蛋价涨跌,适时调整蛋鸡养殖,规避市场风险的冲击。

市场大观

湖南启动消费帮扶营销大赛

□□ 农民日报·中国农网记者 吴砾星 杨娟 文/图

8月31日,记者从湖南省人民政府召开的新闻发布会上获悉,湖南将举办2021年全省消费帮扶营销大赛,大赛将持续到今年12月份。

为持续促进脱贫地区产品和服务消费,形成消费帮扶全社会参与格局,湖南省商务厅、省教育厅、省乡村振兴局、省国资委、省文化和旅游厅、省总工会联合印发了《关于开展消费帮扶营销大赛的通知》,共同指导开展2021湖南省消费帮扶营销大赛。

大赛将以脱贫地区和脱贫人口为重点,发挥政府引导作用,突出市场导向,发挥行业协会、商会等

社会组织优势,积极实施消费帮扶,拓展新型产销衔接方式,推广定向采购、直播带货等帮扶方式,促进脱贫地区农副产品和服务线上线下销售,推进农副产品进机关、进学校、进国有企业事业单位。

大赛将面向高等院校在校大学生、研究生,各有关国有企业事业单位职工、全省电商从业(创业)人员。线上,依托国家“扶贫832”平台、广电、抖音、淘宝以及社区团购、中青之家等各类电商、新媒体、资讯平台推广销售脱贫地区农副产品;线下,将积极动员各院校、国有企业事业单位开展线下展销活动,发动职工、群众购买农副产品。

目前,大赛组委会与各州市已建立大赛联络机制,各项筹备工作正在紧锣密鼓地进行中。



消费帮扶营销大赛发布会现场。