

四季度猪价大幅涨跌可能性不大

资讯

玉米价格有望稳定在合理区间

随着新季玉米丰收上市，市场供应逐渐增加，不少贸易加工主体对玉米后市走向抱观望心态。如何看待年度玉米市场走势，储备调控、进口、消费等的新变化对玉米价格有何影响？对此，多位专家表示，在玉米产需紧平衡的基本面下，建议相关贸易加工主体理性看待新粮上市初期的价格阶段性调整，不宜盲目看空后市，价格合适时要多收多储。

近年来虽然我国玉米持续增产，但年度总体仍呈产不足需格局。中国农业科学院农业信息研究所助理研究员王洋介绍，据农业农村部市场预警专家委员会预测，新年度我国玉米产需缺口在250万吨左右，同时玉米进口、替代品消费量都将有所下降。也就是说，从整个年度看，我国玉米供应没有过剩，只是近些年玉米种植日益向主产区集中，农户规模种植比例大幅提升而储粮条件无法满足需要，导致主产区秋粮集中上市期的阶段性销售压力较大，需要对储备收购进行必要的调节和引导。后期随着国家储备调控在主产区陆续启动，将有力化解新粮集中上市期的压力，引导玉米价格企稳回升并运行在合理区间。

农业农村部农村经济研究中心副研究员吴天龙说，近年来，受全球玉米市场供应充裕等因素影响，我国玉米进口保持高位，连续4年超过进口配额，2023年更是达到历史第二高位，较上年增长31.6%。国际低价玉米大量进口对国内玉米价格的冲击加大。不过，进入2024年，玉米进口趋势开始出现方向性变化，特别是近几个月，玉米进口环比同比均大幅下降，未来甚至有望重回配额之内，这对国内新季玉米收购价格来说构成为利好，有利于国内玉米价格稳定在合理区间。

据海关数据，今年1月份至8月份，我国玉米累计进口量1255.8万吨，同比下降15.7%。其中，5月份之后，连续4个月每月进口量不到110万吨，5月份至8月份累计进口量347.9万吨，同比下降45.4%，特别是8月份玉米进口量仅42.9万吨，同比下降63.9%。结合当前进口玉米到港船期，预计今年9月份至12月份进口量将继续保持低位，全年进口量将低于1600万吨。

据介绍，2020年之后，我国玉米进口量连年突破关税配额，其中有阶段性玉米产不足需的原因，是综合权衡国内外市场等多方面因素后的主动选择，具有一定的阶段性特征。随着今年国内玉米产能持续增长，特别是玉米单产大面积提升行动加快推进，我国玉米产需缺口大幅缩小，进口需求已明显减弱。

当前主产区新季玉米正在大面积上市，进口下降对后期国内玉米购销市场的影响如何？吴天龙表示，一方面，从供应数量上看，进口减少在一定程度上抵消了国内产量的增加，更有利于促进供需趋于平衡。据农业农村部市场预警专家委员会预测，由于玉米种植面积增加、长势较好，今年我国玉米产量将增加。玉米产量与进口量“一增一减”，年度市场供应总量较去年少了约300万吨，有利于缓解增产带来的价格下行压力。

另一方面，从市场心理看，进口下降将有利于各方预期改善。去年以来，国内粮食价格普遍下跌，其中重要的原因是进口量增价跌，对产业链主体的心理预期产生冲击，不敢多收多储。从近几个月的粮食进口趋势看，三大主粮进口配额均有望发挥“防火墙”的作用。

“我国玉米饲料用粮约占总消费七成，工业用粮约占三成，当前饲用消费回暖、工业消费增长，预计玉米消费总量稳中有增，将对新季玉米价格形成有效拉动。”农业农村部食物与营养发展研究所助理研究员高海秀介绍，受生猪养殖效益好转带动，近期饲料产量增长明显，对玉米的需求持续回升，且小麦对玉米的饲用替代大幅下降。同时，玉米在淀粉及下游深加工领域应用广泛、产业链长，今年以来宏观经济持续回升向好拉动玉米工业消费，玉米深加工产业整体开机率处于历史高位。

高海秀预计2024/2025年度我国玉米消费总量将创历史新高。虽然今年玉米再获丰收，但我国玉米仍呈产不足需格局。平衡略偏紧的基本面，加上中央和地方储备粮的适时调控，决定了年度玉米市场价格主基调将以稳为主。对贸易加工主体来说，不盲目跟风看空、保持正常采购节奏，可能是玉米市场中稳妥的策略。（乔金亮）

生猪养殖头均利润有望保持在300元左右的正常水平。从新生仔猪看，3月份开始出生数量持续增加，按6个月的育肥周期计算，正好对应秋冬消费旺季，市场供需较为平衡，猪价不具备大幅上涨基础；从中大猪存栏看，9月份全国5月龄以上中大猪存栏同比下降4.6%、环比增1.5%，预示着未来2~3个月的肥猪上市量将较之前月份增多。

值得高度注意的是，今年以来母猪生产效率持续提升，近几个月新生仔猪数量增长较快，10月份同比可能持平甚至增加。其中，规模猪场新生仔猪连续2个月超过4100万头，接近4200万头。这些仔猪将在明年春节后的消费淡季育肥上市，很可能拉动猪价明显下滑。

各级农业农村系统已通过多种渠道发布预警，提醒广大养殖场（户）合理安排生产，不要增加母猪养殖量，建议及时淘汰弱仔猪，随时准备卖肥猪，不盲目压栏和搞二次育肥，避免猪不减肉增，使猪价下降加剧。

据农业农村部畜牧兽医局相关负责人介绍，下一步，将坚持“政策稳产能、市场调产量”，持续抓好稳预期、稳产能、防疫病等重点任务，切实稳定生猪生产和市场供应。

一是强化监测预警引导。加密生猪生产和市场形势调度分析，及时发布权威信息，有效引导市场预期。

二是落实产能调控措施。指导各地落实分级调控责任，把住能繁母猪这个“总开关”目标，促进生猪产能处于合理水平，提前部署防范和应对明年春节后可能出现的产能阶段性过剩、猪价大幅下跌的问题。

三是继续抓好非洲猪瘟防控。秋冬两季猪病易高发，指导强化生猪养殖、运输和屠宰环节清洗消毒，加强监测预警，及时发现和处置疫情风险。（肖良华）

资料图片

头均盈利约300元。

当前生猪产能调控预警作用逐步显现，生猪价格和产能波动趋缓。今年以来，农业农村部及时修订生猪产能调控实施方案，适当下调能繁母猪正常保有量目标，向广大养殖场（户）密集发出超前、明确的产能增减“信号”。在政策和市场的共同作用下，今年生猪价格走势总体平稳，全国能繁母猪存栏量始终处于产能调控绿色合理区域。今年3月份开始，生猪价格触底回升，8月份每公斤达到20.35元，累计涨幅36.1%，比上一次猪价上行期（2022年）涨幅收窄33.8个百分点，猪价波动趋缓。三季度末全国能繁母猪存栏4062万头，同比减少4.2%，环比增长0.6%，相当于3900万正常保有量的104.2%，处于产能调控绿色合理区域上线。

据悉，近期农业农村部多次组织养殖企业、行业协会和专家开展会商，行业内普遍认为四季度猪价大幅涨跌的可能性不大，



据农业农村部监测，近期生猪出栏量持续增加，猪肉消费也逐步进入旺季。目前全国能繁母猪存栏量处于产能调控的合理区域上线，在四季度消费旺季猪肉市场供应将稳定增加，生猪养殖有望保持正常盈利水平，但需提前防范明年春节后消费淡季可能出现的猪价大幅下降。

近期猪价下降，养殖盈利仍处于较好水平。据监测，9月份全国生猪平均价格每公斤19.7元，环比下降3.2%，结束了连续5个月的上涨。这波猪价下降的原因主要是前期新增的中大猪到了出栏档口，叠加养殖场户压栏惜售情绪松动、冻肉加快出库，生猪供应明显增加。9月份生猪屠宰量较8月份增长8.1%，出栏一头生猪平均盈利549元，较去年同期增加447元。10月份以来猪价震荡企稳，10月第4周全国生猪价格每公斤18.16元，同比涨16.6%、环比降1.3%，生猪养殖

近年我国对虾生产与贸易情况如何

对虾是全球重要水产养殖品种，常见种类有中国对虾、南美白对虾、斑节对虾和日本对虾。我国是全球最大的对虾生产国和消费国，也是全球最大的对虾进口国。近年来，我国对虾生产与贸易发展情况如何？

南美白对虾是世界上养殖产量最高的种类，其在我国的养殖规模逐步扩大。中国渔业统计年鉴数据显示，2019—2023年，我国海水养殖对虾产量由131.8万吨增至163.1万吨，年均增长5.5%。

近年来，我国对虾养殖区域主要分布在沿海地区。2023年，海水养殖南美白对虾排名前五的省份依次是广东、广西、山东、福建和海南。近年我国对虾进口量呈增长趋势。2020年和2021年，我国对虾进口量较2019年均有所下降。随着优化完善进口冷链食品口岸防控措施，2022

年我国对虾进口量额齐增，分别为95.3万吨、62.6亿美元，同比分别增长43.9%、55.2%。受国际对虾价下行影响，2023年我国对虾进口量为101.5万吨，同比增长6.5%；进口额为55.8亿美元，同比下降10.9%。

近年我国对虾进口来源相对集中。2019—2023年，我国对虾进口来源国主要是厄瓜多尔、印度和泰国。其中，受中国—厄瓜多尔自贸协定带来的部分水产品零关税预期、对虾进口价格优势等因素影响，我国自厄瓜多尔进口对虾增速明显。2019—2023年，进口额由18.5亿美元增至35.5亿美元，年均增长17.7%。

近年我国对虾出口额呈增长态势。2019年以后，我国对虾养殖面积逐步扩大，有效促进对虾出口。2020—2022年，我国对虾出口额由10.5亿美元增长至

18.9亿美元，年均增长33.7%。2023年对虾出口19.3亿美元，同比增长2.4%。2019—2023年，我国对虾主要出口至马来西亚、墨西哥、日本、美国、智利等多个市场。

从生产看，厄尔尼诺现象导致的鱼粉短缺造成饲料价格上涨，塘租、动保、人工等养殖成本上升，进一步压缩国内对虾养殖户的利润空间。可从养殖技术创新发力，提升对虾养殖信息化水平。优化对虾养殖模式，加强养殖病害监测防控，推动产学研用深度融合，自主培育更多优质种虾。

从贸易看，2022年，全球对虾价格高企，刺激主要供应国扩大产能。2023年，养殖对虾产量增速过快，全球对虾价格走低，对虾进口过快导致国内库存高企，2024年进口将放缓。此外，出口产品以初级加工品为主，国际竞争力亟须提升。可推进精深加工和多元化产品开发，优化升级出口产品结构。培育优势特色品牌，提升出口品牌的国际影响力。（赵贞）