

生猪市场调研成果及产业发展思考

2024年7月华金期货参加大连商品交易所组织湖南、河南地区生猪产业调研，深入了解区域产业特征、企业经营、当前猪市供需结构及未来预期，并聚焦生猪产业未来发展与生猪期货市场功能发挥。

一、调研背景与调研路线

2024年生猪行情波动虽不及2021、2022年大起大落，但在经历了非瘟、去产能等一系列产业优化与调整后，生猪价格的研判较往年愈发复杂，供需结构与猪周期在一定程度上甄别难度加大，特在5月份生猪价格上涨及6月份回调的时点后开展生猪调研，有助于对生猪产业特征及价格变动原因有更为深刻的理解。

此次调研重点地区为湖南、河南。根据统计局数据，2023年湖南、河南生猪出栏量分别为6248万头、5918万头，占全国生猪出栏量的第二、第三位，两省合计生猪出栏量占全国17.4%，同时两地也是主要的生猪流出区域，河南地区更是生猪期货的基准交割地。两地生猪市场格局可以较大程度体现整体生猪产业特征，有助于以点及面进行分析研判。

调研路线：株洲—长沙—漯河—新乡—郑州

调研样本：10+家（1家原种猪厂、3家规模养殖企业、4家屠宰场、1家饲料企业、1家疫苗企业，其他贸易面对面沟通）。

二、调研成果与总结

针对不同的企业，根据其在生猪产业上下游的位置及企业特征设置不同的问题，包括存出栏数量、成本、销售等基础问题外，更关注疫情影响、产业特征变动、期货市场参与等关乎行业发展问题，受益颇深。以下为调研信息汇总，并根据公开及可获得数据进行验证。

（一）生猪产业链信息梳理

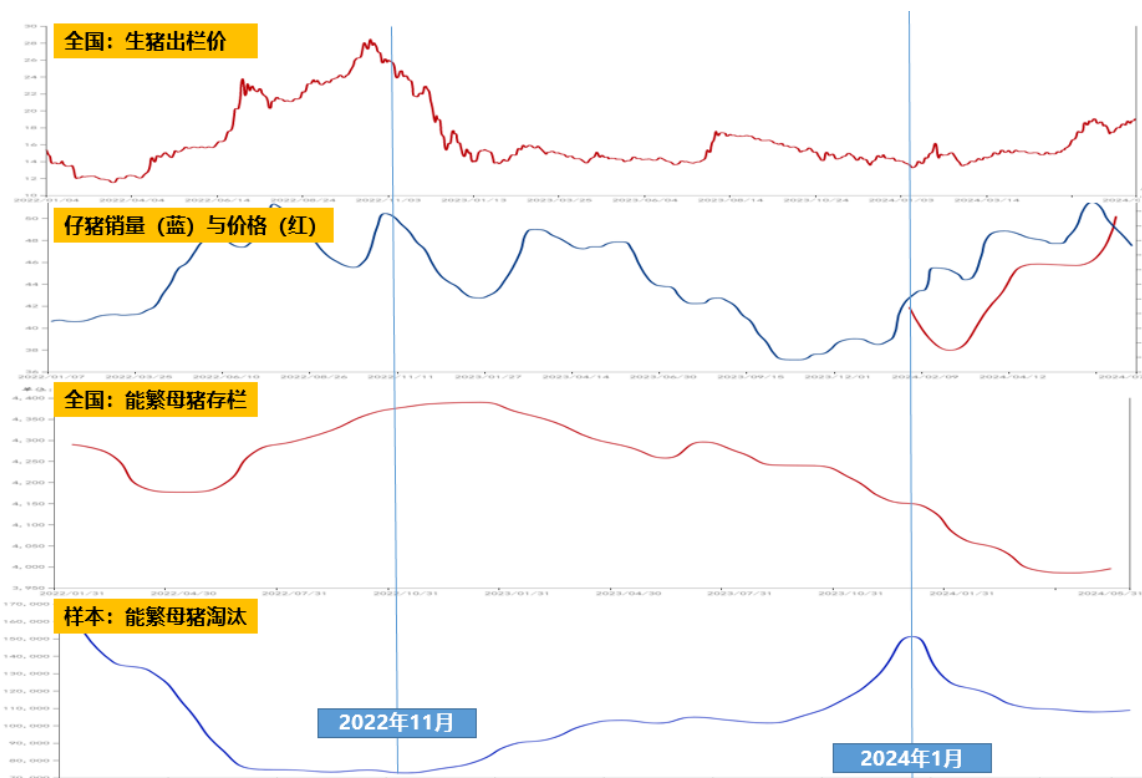
1.种猪与仔猪

数量下降：河南地区能繁母猪产能降幅预计超 9.2%，环比下降 15 个月时间，历史绝无仅有，因此预计下半年生猪出栏量要比上半年少，同时仔猪供给上升空间不大，主要在于前期能繁母猪的惯性下跌。2024 年仔猪价格上涨，部分养户购怀孕母猪卖仔猪现象增加。

市场种猪主流品系：有美系、法系、丹系、PSC 等，各品系特征不同，价格方面无明显区别。部分企业反馈，当前母猪品质欠佳，主要原因在于 2023 年能繁母猪淘汰量较大，2024 年价格上涨，为了迎合市场，很多后备母猪投入育繁。

调研与公开及可获得数据对比：基本保持一致。根据农业部公布能繁母猪存栏数据，2022 年 12 月为阶段性高点（4390 万头），随着猪价不断走低，能繁母猪淘汰量逐月增加，存栏量持续下降，至 2024 年 4 月能繁母猪存栏 3986 万头，累计下降 9.2%，主要聚集地超出全国平均水平基本可以初步判断，该点在与规模场及屠宰企业的沟通中得以确认。

图 1：2022.1-2024.7 生猪市场（能繁、仔猪）对比



数据来源：Mysteel，制图：华金期货

2. 养殖（规模场与散户规模变动、二育、饲料）

首先，规模及数量方面，养殖场与散户表现不同。根据调研情况，大部分规模场尤其是有集团场资源的企业，均有稳定的规模扩张计划，相关负责人也提出扩张计划不会因为猪价的下跌而缩减，但在时间上会有一些调整，轻易不会发生改动。但散户不同，在 2022、2023 年期间由于价格波动，多数散户亏损后退出，基本上十中存三。

其次，二育是今年生猪市场的“变数”。由于前两年亏损严重，所以今年的二育比较谨慎，基本上有盈利空间就出，甚至二育养户存栏时间在 3 天或以上就进行转卖，尤其在山东、江西地区比较广泛。因为二育可以在短周期内调整生猪的供应节奏，对短期猪价有一定影响因素，市场对此褒贬不一。对于其长期发展，也有两个观点：一个观点是短期市场现象，因为量小且不成规模不会产生长远影响；另一

个观点是认为二育有成为生猪产业链中必要一环的发展空间。

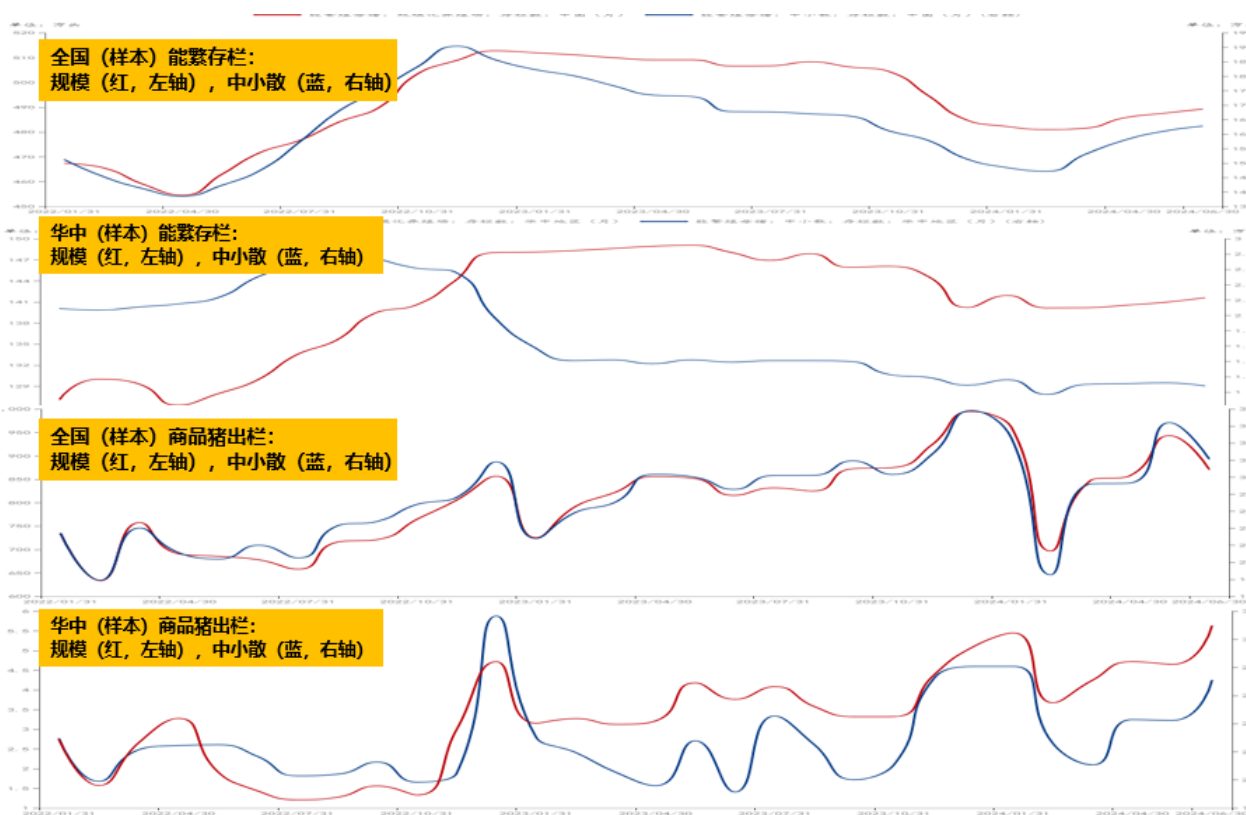
再次，出栏量普遍下降、出栏均重增加。从调研情况来看，今年上半年企业出栏量大多下降，但由于区域不同及样本偏差关系，降幅不一，在 13%-23%。但出栏均重增加基本成为共识，主要原因是造肉成本下降，利润有所好转，且近年猪价重心走升，但规模场出栏体重一般不超过 130 公斤，没有出现太过严重的压栏，散户出栏体重会增至 140-150 公斤。

最后，企业对饲料成本的控制力度不尽相同，但都在企业自身范围内严控成本。部分企业对饲料成本非常看重，甚至可以根据主要饲料来源的价格变动频繁调整配方（如日度调整）；部分企业会结合猪生长情况做到最大投入产出效应调整。大规模或集团场会有自己专门的饲料场以节省成本。饲料方面没有集团资源或定价权的企业，也会在采购方面进行灵活的议价操作。即企业在饲料成本控制方面非常“卷”。

成本方面：自繁自养完全成本普遍在 7.2-7.3 块钱上下，部分高价仔猪可能带动成本增加至 8 块左右，自产猪苗成本大约在 350。

调研与公开及获得数据对比：基本保持一致。从能繁母猪存栏来看，不管是全国还是华中地区中小散户下降幅度显著低于规模场下降幅度；国家统计局最新公布商品猪数据来看，上半年全国生猪出栏二季度末，生猪存栏 41533 万头，同比下降 4.6%；上半年，生猪出栏 36395 万头，下降 3.1%。

图 2: 2022.1-2024.7 生猪市场规模场与中小散(能繁存栏、商品猪出栏)
对比



数据来源: Mysteel, 制图: 华金期货

3. 屠宰与冻品

屠宰企业开工: 从调研口径来看, 屠宰企业开工普遍下降, 下降幅度与企业供货及销售渠道有一定关系。下降原因主要在消费层面。

鲜品销售: 主要在农批, 占比在 40-60%, 其他是商超和门店。农批(特点: 价格低、量大)的销售比较机动, 如果价格较好, 会适度减少该部分以获取最大收益。

采购: 集团供货、外采、贸易商、猪贩子、散户上门供货都有, 来源比较多, 根据企业特征及地理位置有不同的采购来源渠道和配比。企业在采猪渠道层面有较大自主权, 哪怕是集团下属企业, 也会“择优”采购。采购定价方式较之前有所不同, 之前会在前一天晚上确定好价

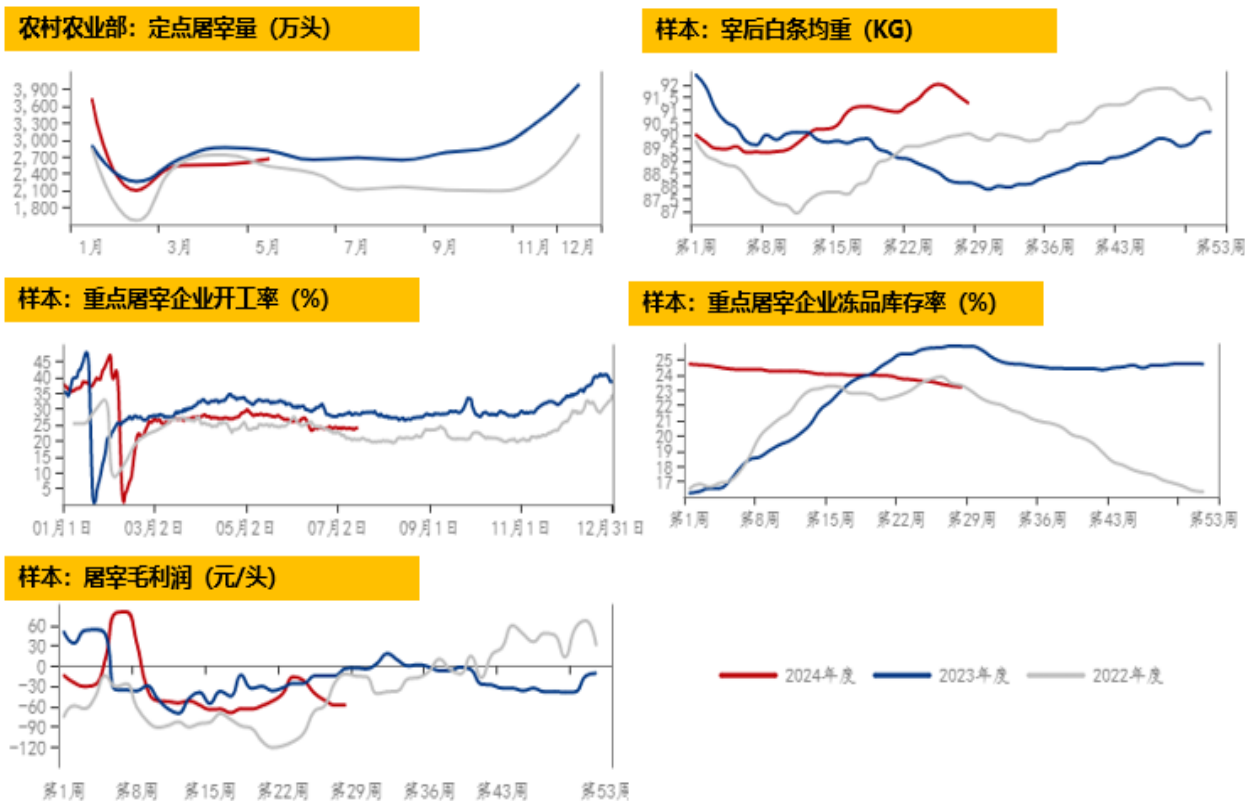
格，现在是当天上午 10-10:30 开始询价或竞价，11:30 前基本全部完成当日订购计划，且每笔订单可能根据市场价格的变动，采购价也不尽相同。

冻品：普遍下降。从调研企业来看，今年基本没有入库，以消耗冻品库存为主，有 2 家提出今年四季度会缺冻品。

屠宰成本与利润：屠宰端是今年生猪产业链上公认的亏损环节。一方面今年养殖端盈利，所以在供货方面屠宰企业议价权相对弱势；二是消费低迷导致开工率偏低，企业为了维持经营哪怕亏损也要保持最低的开工率；三是下游肉品及冻品价格提升不及生猪价格上涨幅度，而冻品方面，由于去年入库时间不同，有的企业冻品盈利一定程度弥补屠宰亏损，有的企业不能弥补甚至加上储藏成本冻品部分也有亏损。

调研与公开及获得数据对比：1) 屠宰量、企业开工率同比下降层面一致；2) 调研屠宰企业普遍反映一般不收大猪（会提升屠宰成本），行业数据反映宰后白条均重较 2023、2022 年均呈现较大提升，有样本限制原因，且调研企业多为宰量较大规模企业，对销售端及冻品质量有所侧重，其他中小企业则与之有偏差；3) 屠宰毛利较低，单屠宰很难长期盈利，需搭配冻品、深加工等环节进行综合考量；4) 从行业冻品库容率来看，2024 年缓慢去库，虽速度较慢，但考虑到年内基本无新品入库，后期出现“缺冻品”概率较大，或在一定程度上提振肉品价格，有助于屠宰端利润增加。

图 3: 2022.1-2024.7 生猪市场屠宰端 (量、开工率、冻品、毛利润) 对比



数据来源: Mysteel, 制图: 华金期货

(二) 疫情影响

整体来看, 去年非瘟疫情对山河四省 (山东、山西、河南、河北) 影响较大, 对湖南地区影响相对弱些, 今年洪水对湖南地区影响甚微。

另, 根据养殖企业情况, 集团或规模场对非瘟疫情防控比较有优势, 可以通过监控、封闭、拔牙处理等形式减缓影响, 而散户受到的影响会更大。疫情基本“十年一更新”品种, 对于规模企业来说已经非常有经验, 属于常规防控。对存栏、出栏影响较大的方面更多是价格变动引发的人为干预。

（三）生猪价格研判

供应层面：从调研情况及侧面了解情况，结合官方数据，今年生猪出栏同比下降基本可以确定，而冻品市场在“不进只出”的情况下，后期将延续缓步去库，整体市场供给相对偏紧。但需要注意的是，虽然能繁母猪及生猪存栏、生猪出栏有所下降，但PSY、出栏均重提升，转化后肉品供应下降要打一个折扣，一定程度可以缓解终端供应压力。

需求层面：猪肉消费属于“刚需”，但刚需也可以发生变动，比如中国近年人口负增长、年龄结构变化、饮食习惯减少猪肉刚需。另外，猪肉消费时点及偏好有一定季节性。今年消费减弱一定程度是价格上涨带来的负面影响，一定程度是牛羊肉下跌的替代效应。8、9月份有升学宴、学校开学，四季度有腌腊及年末消费，会对消费有支撑。

行情观点：在走访的8家企业中，4家普遍对行情谨慎乐观（养殖企业、饲料场），2家屠宰企业相对比较乐观，认为行情下跌空间有限，后续仍然能上涨，1家屠宰企业对行情维持中性，其中主要基于对政策的考虑（例如储备调节等），另一家1家屠宰企业对行情比较悲观（上涨空间有限，但也不会狠跌）。

（四）企业参与生猪期货市场情况

期货工具服务实体企业的效果初步体现。从参与情况来看，集团场基本全部参与，根据调研企业提供案例，套保效果良好，单期货市场部分盈利较多，一定程度弥补现货市场亏损。规模场及中小散企业参与不多，主要考虑因素有资金、市场风险、套保认知等方面，但会关注期货价格变动，同时个人形式参与期货投机交易较多。

三、生猪产业发展思考

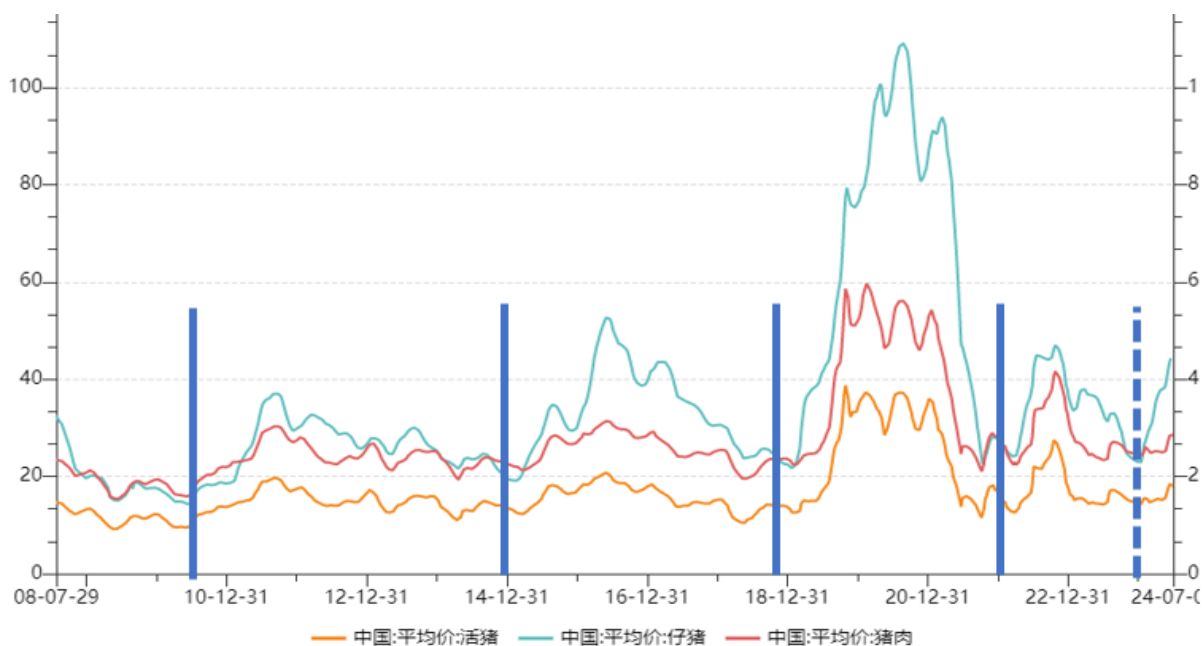
本次调研，行业人士比较关注猪周期的变动、行业发展前景及期货市场功能体现，以下为个人看法与观点。

（一）关于猪周期

因为猪具有较长时间的生长周期，根据其供需情况，活猪、仔猪、猪肉等相关品价格也形成了一定的周期性，从历史数据来看，基本上四年或不到四年形成一个周期，按推算来看，最新的数据周期理论时间在 2022.2—2025 年附近区间，但从价格反映来看，2022.2-2023.12 已形成一个周期闭环，2024 年已然开启一个新的周期。因此市场提出猪周期是否还存在？

个人比较认可李鹏程博士对于猪周期的看法：周期依然存在，只要猪需要生长周期，就避不开价格周期；但随着政策调控、二育等在中观及微观层面的干预，周期缩短属于行业规律，也是一个产业优化调整后的必然特征。

图 4：活猪、仔猪、猪肉长周期数据统计



数据来源：Wind，制图：华金期货

（二）生猪产业发展前景

对于生猪产业发展前景，更多去与美国生猪市场进行参照。从当前来看，国内生猪产业发展逐步从“资本型”向“成本型”进行转化，在产业优化的过程中利润是核心关键，市场会对利润丰厚的环节进行集中参与，如今年的二育。

在整体市场结构中，大、中、小型企业参与角色不一样，所承担的风险与责任也不一样。大企业求稳求发展，中等企业求立足并争上，而小企业更多获取短期利润。

我国生猪产业发展距离专业分工、精细化管理仍有一段距离，但可以想象发展空间与前景。

（三）生猪期货市场的避险功能

从目前了解来看，涉猪产业链企业参与生猪期货的比例较少，多集中在集团场、规模场，一方面资金较为充裕，一方面基于其行业头部地位对价格有一定的话语权。

从长远角度来看，生猪期货持续活跃并实现期货功能，需要更多猪产业链企业参与。从企业对期货市场的情绪来看，屠宰、贸易、二育有较大的参与热情，但受制于各方面的影响，目前参与度低，如屠宰企业的风险不仅仅是生猪供货，很大程度体现在白条销售及冻品储藏；贸易与二育的特点是周转时间短，且品质无法满足交割需求，使其在参与方式上不得其解。

在生猪期货应用及风险管理层面，交易所、期货公司还需要更加深入服务产业、普及案例，甚至可以对各环节针对比较典型风险管理预期的提供基础套保框架宣讲，针对有特殊需求的企业开展“期货+保险”等，群力群策提升生猪期货市场功能。

撰写人：投资咨询部 马园园

执业资格证号：F3059193/Z0016074

发布日期：2024年7月16日

免责声明

本报告仅供本公司内部使用。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告为作出投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。