

掘金养猪业

文/许芸



猪肉概念仍然是资本宠儿

农历春节过后的第二个交易日收盘，猪肉板块整体涨幅达到了5.24%，33只猪肉概念股中，31只股票均上涨，天邦股份、新希望等多只个股涨停，大北农、温氏股份等上涨超过7%。

早在2月10日，兴业证券的研报就指出，自（2020年）入冬以来部分区域非洲猪瘟再起波澜，叠加冬季气温较低，常规疫情高发，母猪死

淘量增加，对后续仔猪供给造成影响。受非洲猪瘟疫情影响最早的东北区域近期仔猪价格已经有上涨迹象。后续需持续跟踪非洲猪瘟疫情发展，2021年猪价或有上调预期。

此外，研报还指出，此次非洲猪瘟变异毒株虽毒性减弱，但潜伏期较长，目前常规的技术手段效率不高。头部企业检测手段丰富，受此次疫情影响较小，小规模养殖场、散养户风险较大。



2020年，猪价上涨明显，上市猪企的业绩也随之水涨船高，并纷纷开启扩产计划。

巨大的财富效应下，近年来，被视作与养殖业不搭边的网易、京东及阿里等互联网巨头和地产巨头万达、恒大、碧桂园和万科等都纷纷进军养猪业，华为也在近日发布了“智慧养猪”解决方案。

在猪企扩产和巨头跨界入局、供给增加后，猪肉涨价还能不能延续，上市公司的业绩还有上升空间吗？

猪肉的涨价逻辑

提到猪肉涨价的原因，往往离不开“猪周期”，即：供给不足——猪价上涨——养殖规模扩大——供给过剩——猪价下跌——养殖规模缩减——供给不足，周而复始地循环。

一言以蔽之，猪价上涨的根源其实是猪肉供不应求。猪肉是中国人主要的肉类来源，我国是全球第一大生猪消费大国，近年来，猪肉需求更有增无减。

一方面，随着交通改善、储存手段提升，购买新鲜猪肉变得便利，国民消费水平的提高也让人们日常不再吝嗇于购买猪肉。另一方面，随着城镇化进程加快和外出务工人员增加，很多农村人口脱离原本以务农为生的生活方式，农村养猪的人减少，从自供转向购买，也进一步刺激了猪肉消费。

长期以来，我国生猪养殖产业化程度较低，大多以散户养殖为主，生产效率低下，供给并不稳定。

非洲猪瘟更是推波助澜。受2018年8月爆发的非洲猪瘟疫情影响，我国生猪出栏量大幅下滑。据国家统计局数据，2019全年、2020年上半年，我国猪肉产量分别同比下降21.26%、19.1%，生猪供应持续下滑，生猪价格持续处于高位。

媒体报道显示，2017年6月—2019年5月，我国生猪价格基本维持在15元左右每公斤，此后开启上涨模式，猪价节节攀升。

在此背景下，2019年以来，国家密集出台一系列扶持生猪养殖行业发展的政策，以恢复生猪生产、保证猪肉供应。截至2020年底，全国生猪存栏量为40650万头，恢复到正常年份(2017年)的92.1%，能繁母猪存栏量为4161万头，比2019年底翻番，生猪生产恢复势头良好。

然而，在强需求刺激下，猪价上涨仍是2020年的主旋律。猪价系统网数据显示，2020年，我国生猪（“外三元”品种）价格虽曾在5月17日跌至年内最低点26.81元/公斤，但与前几年的价格仍然存在较大差距。而在2020年2月、7月，我国生猪价格都曾上涨至接近40元/公斤，且维持了较长时间。



(猪价系统网)

不过，在政策调控下，2021年农历春节的猪

价得到了有效控制。在国家发改委指导下，2020年12月17日，相关部门投放了首批2万吨中央储备冻猪肉，截止2021年2月9日，已组织了9批中央储备冻猪肉投放，累计挂牌投放量达24万吨，促进了市场价格平稳回落。

媒体报道显示，2月2日，大中城市精瘦肉价格平均为29.96元/斤，比10天前下降1.3%，同比下降了12%。据猪价系统网数据，在1月15日之后我国生猪价格出现了持续回落。以生猪（外三元）的价格走势为例，1月15日为36.67元/公斤，到2月24日价格已回落至27.78元/公斤。

不过，要回到几年前的猪肉价格，这仍是一场持久战。

掘金者跨界而来

强大的需求催生了猪价上涨，进而推动了大型猪企的业绩暴涨，形成巨大的财富效应。

Wind数据显示，2020年前三季度，24家猪肉概念股中，12家公司归属于母公司股东的净利润同比增长率超过了200%，其中，天邦股份同比增长超200倍居首，正邦科技同比增长超过100倍，牧原股份、傲农生物两家公司也有超过10倍的增幅。

随着猪价的水涨船高，相关猪企的座次排名也发生改变。

2020年上半年，专注生猪养殖的牧原股份取代从事肉猪和肉鸡养殖的温氏股份，成为新晋“猪老大”。2020年前三季度牧原股份实现净利润209.88亿元，第三季度日赚1亿元，远超温氏股份前三季度共计82.41亿元的净利润。

2020年，猪企也纷纷推进扩产计划。牧原股份拟公开发行可转换公司债券募资不超95.5亿元（含95.5亿元），其中70亿元拟用于生猪养殖、屠

宰项目，目前，该可转换公司债券发行已获证监会核准；新希望拟发行可转债募资81.5亿元用于18个生猪养殖项目和偿还银行贷款；天邦股份则在2020年7月宣布拟投资23.85亿元建设生猪养殖项目及配套项目。

当供给增加后，猪价的涨势和猪企的业绩高速增长还能持续吗？

“牧原股份一天一个亿的利润，说明它是享受到了猪周期消费的红利以及国家战备肉储备的红利。未来，整个猪周期正常之后，猪肉的整体价格应该会比去年略有下降，但与前年相比应该还会高10%左右。”中国食品产业分析师朱丹蓬说。

生猪养殖巨大的财富效应有目共睹，然而，要在养猪业掘金绝非易事。但在猪肉巨大的吸金攻势下，不断有新的掘金者入场。

网易首开了互联网企业跨界养猪的先河。随后，京东、阿里等互联网巨头宣布开始养猪，此外，地产巨头万达、恒大、碧桂园及万科等也入局分食一杯羹。近日，华为也宣布要养猪。



（灌好的腊肠）



巨头之间也存在差异。网易养猪属于自建自繁自养的重资产模式，而京东、阿里和华为等则是宣称要通过科技技术对传统养殖模式进行改造，服务更多的猪企。

“更多巨头入局养猪行业，对于整个中国生猪存栏量增加、行业规范化管理、品牌化运营都是有好处的，也能促进传统养猪企业进行更加规范化、专业化、品牌化、规模化的发展，这属于良性竞争。”朱丹蓬对记者表示。

然而，外界对这些互联网巨头跨界养猪始终存在争议，有网友担忧巨头用“高科技养猪”的概念讲故事炒高猪价。

不过，在朱丹蓬看来，这样的担忧并不具备合理性。“猪价是受饲料成本、供需变化等因素影响的，巨头入局之后，生猪的存栏量也会相应增加，所以反而会把猪价拉低。”

“现在的消费者，对于猪肉的要求是品质跟价格要对等，炒高猪价终归要有一个说服消费者的理由，而且猪肉是涉及民生的产品，并非一家独有，不是想炒就能炒起来的。”朱丹蓬进一步指出。

不只是互联网巨头，一些新入场的养殖者也已认识到科学养猪、提高猪肉品质的重要性。

2020年10月底，家住贵州省德江县桶井乡的安云虎放弃在北京年薪百万的工作，在德江复兴镇俞家桥村启动生态有机猪养殖，并计划未来投资2000多万元。

目前，安云虎的养猪场已经开始开工建设。为了体现养猪场的生态效应，养猪场的圈舍将全部采用木材结构进行修建，接下来，他的公司还将开发自己的系统管理平台，通过系统以视频录制的方式全程记录每头猪的生长、屠宰和运输过程，通过可视化技术让客户了解所购买的猪肉是有机、绿色且健康的生态猪肉。

曾经，与猪相关的职业被普遍认为上不了台面。北大毕业生陆步轩去做屠夫、陈生去养猪都曾引发外界的大量讨论，他们从事生猪养殖行业被视作“浪费人才”的反面案例。

2013年，陆步轩甚至在北京大学的讲台上哽咽直言：“我给母校丢了脸、抹了黑，我是一个反面教材。”但在2018年，陆步轩和校友共同创办的“壹号土猪”已入驻全国近30多个主要城市，当年销售额达18亿元。

如今，越来越多的巨头跨界入场，试图用技术手段改变传统养猪方式，而传统猪企也在进行自我升级，展开对人才的争夺，牧原股份更曾开出最高达200万元的综合年薪。

养猪业显然已经走到了变革前夕，当大变革带来生猪养殖效率的提升，最终受益的还是消费者。■

（本文选自子弹财经（ID:wwwhygc），经授权发布）