

# 饲料企业进军养猪环节 延伸产业链对冲弱势行情

证券时报记者 赵黎昀

2024年,国内生猪养殖行业走出低谷,盈利水平同比大幅攀升。但上游饲料市场未充分享受下游回暖的“福利”,产品受成本处于低位拖累,售价不断下行。

作为饲料的重要原材料,2024年豆粕、玉米价格双双走弱。12月中下旬,国内期货市场上豆粕主力合约2505再度下行,触及2549元/吨的近年低点。而玉米主力合约2505也在12月初触及2120元/吨的近年低位后,延续了震荡行情。

证券时报·e公司记者近日采访了解到,2025年饲料原料价格或仍整体维持低位。成本支撑持续疲软背景下,饲料企业拓展下游养殖业务,已成为对冲市场弱势的良方。

## 又有企业布局养猪

近日北交所上市公司大禹生物(871970)公告,根据发展规划,拟设立全资子公司,在主营业务饲料、饲料添加剂之外,延伸产业链进军生猪养殖业务。

成立于2014年的大禹生物,近年来主营业务均为饲料添加剂(包括微生物制剂、饲用酶制剂)、饲料及兽药的研发、生产与销售,2022年成功登陆北交所。

对于选择此时拓展新业务板块的原因,大禹生物坦言,近年来,生猪养殖结构发生重大变化,规模养殖占比持续提升,家庭农场和中小散户养殖占比持续下降,公司日常服务的家庭农场和中小散户的养殖优势在逐渐萎缩;同时规模养殖集团客户全产业链逐渐形成,销售壁垒逐渐扩大,导致公司饲料及饲料添加剂销量和利润受到一定影响。

除下游客户需求缩水外,近年来饲料行业整体低迷,或也是促使大禹生物积极延伸产业链的原因之一。

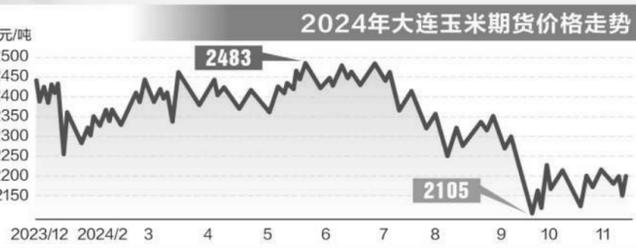
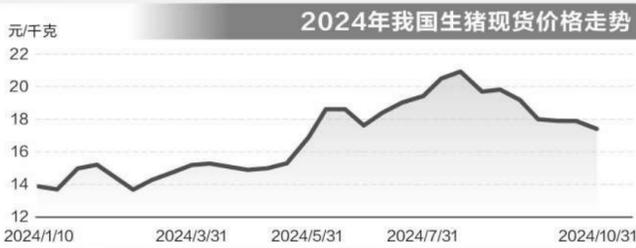
“2024年饲料价格呈震荡下滑走势,长钱看,当前饲料价格处于近五年内低位。”卓创资讯生猪行业分析师李晶介绍。

据中国饲料工业协会数据,2024年前三季度国内主要饲料原料价格高位回落,推动配合、浓缩、添加剂预混饲料产品出厂价格均同比下降。猪、蛋鸡、肉鸡的配合饲料价格同比下降8.6%至9.5%,浓缩饲料价格同比下降8.4%至9.4%,添加剂预混饲料价格同比下降1.8%至2.7%。

“饲料的两大基础原料分别为能量类的玉米和蛋白类的豆粕,受四季度玉米和豆粕价格持续下跌影响,多家饲料企业在12月后再次下调饲料价格。”上海钢铁农产品事业部分析师李心洋表示。近日,饲料巨头海大集团、双胞胎及新希望等纷纷宣布降价30元/吨至150元/吨,其中全价料降幅大多在30元/吨至50元/吨,浓缩料降幅在100元/吨。

行业整体不振背景下,2024年前三季度,大禹生物实现营业收入8925万元,同比下降22.5%;归母净利润亏损1612万元。

对于业绩不振的原因,大禹生物表



资料来源:格林大华期货研究院 图虫创意/供图 周靖宇/制图

示,2024年上半年,经历了漫长低迷周期的生猪价格逐渐回升,生猪养殖盈利有所改善,但消费需求恢复速度不及预期,终端餐饮不振,总体消费需求偏弱。同时,受非洲猪瘟疫情影响,中小散户退出步伐加快,导致猪存栏减少,猪料销量下降,饲料和饲料添加剂企业为保住市场份额竞争激烈,盈利能力大幅下降。

## 成本下降价格下滑

饲料价格的变化主要受原料的价格主导。采访中分析人士多提及,今年饲料价格整体不振,主要因原料中玉米、豆粕等主要原料成本下降。同时,前期主动减产和因猪病被动减产的效应显现,生猪存栏下滑,饲料销量降低,导致饲料价格走低。

Mysteel数据显示,截至12月18日,国内豆粕均价为2861元/吨,较年初下跌超1000元/吨,跌幅26.62%;国内玉米均价为2097元/吨,较年初下跌近400元/吨,跌幅16.32%。

“2024年国内豆粕现货价格整体呈现震荡下跌走势,反弹乏力。同来看,价格中枢明显走低,波动幅度有所收窄。”卓创资讯分析师马梓涵认为,2024年豆粕价格出现异常弱势行情,受到国际、国内多方面影响。国际方面,今年全球大豆实现创纪录产量,芝加哥期货交易所(CBOT)大豆期货价格震荡回落,不断刷新近四年低点,打压国际豆系价格。国内方面,海关总署数据显示,2024年1月至11月中国共计进口大豆9709万吨,同比增加830万吨,其中8月更是创下1214.4万吨的历史单月进口纪录。随着大豆集中到港,原料供应压力不断提升,上游企业被迫力保生产计划稳定,市场大豆压榨量整体走高。

供给量攀升同时,豆粕需求端表现并不及市场预期。

据中国饲料工业协会统计,今年前三季度,受生猪产能回调、畜禽存栏减

少和养殖盈利不及预期等因素影响,饲料产量高位回落。前三季度,全国工业饲料总产量2.28亿吨,同比下降4.3%。其中配合饲料、浓缩饲料、添加剂预混饲料产量同比分别下降4.1%、11.6%、1.1%。

豆粕价格不振的同时,2024年国内玉米价格也呈现弱势运行态势。

“截至12月19日,国内玉米价格已跌至全年低点2021.31元/吨,而年内最高价即1月2日的2420.01元/吨,高低价差达398.7元/吨。”卓创资讯分析师张萍介绍,2023年至2024年,全国玉米产量同比增加2847万吨,总产量达到2.7亿吨,为近五年的最高值,叠加进口玉米补充,玉米供应整体偏宽松。

需求方面,受原料成本下调影响,玉米深加工企业盈利较上一年度明显好转,深加工企业开工率提升,玉米消耗量提升,但全年新增供应量远大于需求增加量,玉米市场供需矛盾较为突出,价格承压下跌。

## 需求渐暖原料仍疲软

2021年至2023年间,生猪养殖行业经历了漫长的产能去化过程,行业盈利水平一度触底,对上游饲料需求也一路下行。不过自2024年二季度开始,猪企已经全面扭亏,市场普遍预计,生猪行业2025年或仍处于小幅盈利周期,猪料需求或将增加。

虽然需求转暖预期,但受豆粕、玉米等主要原料价格不振预期影响,市场对2025年饲料价格表现仍不乐观。

李晶指出,从饲料原料成本的走势预测,结合生猪存栏增加对于饲料需求提升的加持,2025年饲料价格或呈微降后上涨的走势,但全年均价同比仍下滑。

“全球大豆供应仍是偏宽松预期,2025年至2026年国内豆粕现货价格重心或继续下移。目前咨询机构AgRural预测巴西大豆产量预计达到创纪录的1.715亿吨。”上海钢联豆粕分析师李丽

霞认为,虽然受农历春节前市场提前备货等因素影响,2025年一季度豆粕价格存反弹预期,但二三季度,因巴西大豆买船进度较快,且贴水报价不断下跌,国内大豆进口成本降低,大豆到港量庞大,供应压力凸显,豆粕价格或将触及年内低点。

马梓涵也表示,2025年预计中国豆粕市场仍以供需双增为主,年均均价同比继续回落。

“国际大豆稳固的丰产预期、中国过剩的压榨产能、下游需求增速平稳,是导致2025年豆粕价格重心预期整体同比下移的主要原因。”她分析,国际大豆处于增产周期,预计2024年至2025年全球大豆产量同比增速超8%,出口量同比增速超2%,这将对全球大豆价格形成下行的压力。同时,大豆压榨企业的存量竞争将导致国内豆粕供应量同比继续增加。虽然2025年生猪、肉鸡存栏量存在同比增加预期,但考虑到豆粕减量替代方案的推动,市场供应增量更大。

对于2025年的玉米市场,张文萍认为,尽管2024年新季玉米产量较去年减少,但上一季玉米结转库存多,市场粮源仍维持相对宽松状态。在玉米价格低位运行及玉米供应宽松的影响下,当前市场呈现供大于求的状态。2025年预计玉米主产区出现不同程度减产,市场供需相对紧张,但需求增幅有限,理论供需差或下降。

金石期货分析师则表示,短期来看,玉米供应相对宽松,贸易商和用粮企业建库积极性不高,虽然现阶段养殖存栏庞大对饲料有刚需支持,收储增加减轻了流通压力,但整体上供应压力仍然存在,在明年新作开播之前玉米市场预计仍将承压运行,大概率维持弱势震荡走势。

## 延伸产业链

虽然2024年饲料市场呈现弱势行情,但业内仍有多家企业业绩实现大幅

增长。

作为东北最大的饲料企业集团,禾丰股份(603609)2016年就已开始尝试生猪产业,并于2018年将生猪业务确定为战略业务。在饲料业务板块整体不振背景下,2024年前三季度,该公司业绩成功扭亏,实现归母净利润2.89亿元,同比增长631%,主要系报告期公司生猪业务及肉禽业务利润同比增加所致。

同样兼具饲料及生猪养殖主业的大北农(002385),2024年前三季度实现归母净利润1.33亿元,同比大幅扭亏。公司也表示,上半年经营业绩大幅减亏,第三季度盈利,主要受益于生猪价格同比上涨,且公司生猪养殖成本较去年同期下降等因素。

“生猪养殖处于生猪产业链的中游环节,由于70%以上的养殖成本来自饲料费用,饲料企业进军养殖行业,对于厂家养殖环节节约原料成本有很大优势。”对于近年来饲料企业纷纷延伸产业链的举措,李心洋分析表示。

李晶也认为,生猪价格回暖,带来养殖盈利提升,可以拉动市场补栏积极性,对生猪饲料需求形成提振。同时,饲料企业布局下游养殖,能够在生猪存栏下滑、饲料需求下滑的同时,从生猪养殖端收获较高利润,缓冲价格低迷带来的亏损冲击。

作为饲料界又一支进驻生猪养殖业务的新军,大禹生物也对后续经营寄予厚望。

该公司表示,从行业发展趋势来看,围绕饲料构建的生猪养殖产业链是行业和企业发展的必经之路。大禹生物自成立以来一直服务于畜牧行业,对行业上下游较为了解,饲料和饲料添加剂在养殖终端也有大量实验数据。公司开展生猪养殖,对饲料产能和添加剂产能的释放有重要促进作用,对新品开展前期试验并取得试验数据也有积极作用。公司自产饲料、饲料添加剂和兽药产品,有成熟的养殖技术人员,开展养殖业务的成本较中小散户饲养成本有一定优势。

## 中国核电定增完成 社保基金重金参与

证券时报记者 曾剑

中国核电(601985)12月26日晚间发布定增发行情况报告书,公司向中核集团及全国社会保障基金理事会(下称“社保基金理事会”)发行了16.85亿股股份,发行价格为8.31元/股,募资总额约140亿元,募资净额139.98亿元。社保基金理事会系认购中国核电此次定增的主力,其耗资近120亿元认购了14.44亿股。

证券时报·e公司记者注意到,央视财经此前报道称,这是社保基金理事会首次参与上市公司定增。

根据安排,中国核电此次募集的资金将全部用于其核电项目。对于引入社保基金,上市公司曾表示,社保基金是社会保障制度的压舱石,与中央企业之间有天然的血脉联系,交易有助于向资本市场展现社保基金等对公司和我国核电产业高质量发展的关心与信心,也是社保基金和中核集团双方优势互补、合作共赢,共同服务国家战略的新典范。

中国核电董事会秘书张红军曾对媒体称:“引入社保基金有望积极发挥长期资金的优势和市场引领作用,并带动更多长期资金和耐心资本,助力保障国家能源安全。”

对于参与中国核电定增,社保基金理事会表示系对上市公司进行战略投资。通过这笔交易,其成为了中国核电第二大股东(持股7.02%)。

作为社保基金的代表,社保基金在资本市场中扮演了重要角色。

Wind数据显示,截至今年第三季度末,社保基金共出现在563家上市公司的前十大流通股股东中,其中有174家公司在第三季度获得社保基金增持。目前,社保基金持有股份超过5%的境内外上市公司合计有6家(不含中国核电),包括交通银行、方正证券、中国人保、信达资产、农业银行以及京沪高铁。

为努力提振资本市场,推动社保基金等长期资金入市,监管层此前做了许多工作。9月下旬,中央金融办、中国证监会联合印发《关于推动中长期资金入市的指导意见》,拟打通社保基金、保险、理财等资金入市堵点,完善社保基金、基本养老保险基金投资政策制度。

12月14日,中国证监会党委传达学习贯彻中央经济工作会议精神时强调,要抓好推动中长期资金入市工作,协同构建完善社保基金、保险、年金、理财等“长钱长投”的制度环境,进一步打通卡点堵点,充沛源头活水。

在监管政策的持续推动下,社保基金的投资节奏也在加快。此前,社保基金理事会股权投资部副主任姜铁军在2024年金融街论坛年会上介绍,社保基金已累计投资60多只股权基金,为超过6000家创业企业提供资金支持,穿透后有超过80%投向了新一代信息技术、生物技术、新能源、新材料、高端制造等战略性新兴产业。

12月中旬,社保基金理事会发布消息称,其党委召开会议传达学习中央经济工作会议精神。会议强调,要审慎、稳健开展基金投资运营,坚持长期投资、价值投资、责任投资理念,做好养老金融和科技金融相结合的大文章,确保基金安全和保值增值,积极应对人口老龄化,有力支撑社会保障体系建设。

# 多家上市公司入驻微信小店 概念股持续活跃

证券时报记者 黄翔

近期,微信小店概念股持续活跃,引发市场关注。日前,多家上市公司相继回应了微信小店的开设情况,多家食品、美妆等消费品行业公司入驻微信小店。

12月26日,微信小店概念股实益达收获6连板,继续带动微信小店概念板块热度,相关个股还有凯淳股份、中百集团录得涨停,光云科技、新华都、美登科技、壹网壹创等跟涨。受此影响,“贵公司是否有计划开通微信小店送礼给朋友的功能?”成为了近日投资者在互动平台提问频率较高的问题。

12月26日,龙大美食在互动平台表示,公司自有视频号“龙大美食”已开设微信小店并上线了多款春节礼盒,同时也开通了微信蓝包送礼物功能。同日,欢乐家也在互动平台表示,公司已开通微信小店,可在微信平台

搜索“欢乐家”,点击进入小店进行产品选购。

服装行业的森马服饰表示,公司旗下森马、巴拉巴拉等品牌已入驻微信小店,可在微信平台搜索品牌名称,点击进入小店。截至目前,微信小店零售规模占比较小,不构成重要影响。爱慕股份也表示,公司部分品牌已经设立了微信小店,后续公司会继续关注此类新型营销模式,积极推进微信小店运营的创新。

更早前,敷尔佳、潮宏基、果麦文化、迪阿股份、嘉曼服饰等多家上市公司也宣称目前已入驻微信小店。

不过,对于市场炒作微信小店概念,相关公司则呼吁理性看待。轩轶6连板的实益达日前发布异动公告表示,公司发现市场对微信小店概念较为关注,公司目前不涉及微信小店的业务。公司目前的主要业务及产品为

智能硬件制造业务、智能终端产品业务等。公司当前的市盈率、市净率与同行业公司有较大差异,请广大投资者注意风险。

而5天4连板的来伊份也在异动公告中称,公司目前在微信渠道销售占比很低,占比不足公司收入的1%,未来该渠道增长趋势存在较大不确定性。公司产品、主营业务、商业模式并未发生重大变化。公司特别提醒广大投资者注意热点概念炒作风险,审慎判断、理性决策。

微信小店突然爆发,源自12月18日微信发布微信小店开启灰度测试“送礼物”功能,提供类似微信红包的体验,允许用户在微信小店中选择商品并送给微信好友,限定商品款式原价不得高于1万元。

据了解,根据平台规则,目前除珠宝、教育培训这两大类的商品外,其他类目的

微信小店,只要原价不超过1万元的商品,都将默认支持“送礼物”功能。

微信此次推出电商方面的新功能,被业内解读为腾讯或将在电商方面采取更为积极的战略,因此微信小店格外受到关注。

今年11月,腾讯公布2024年第三季度财报,电话会上,腾讯高管表示腾讯正围绕微信小店来升级整个电商战略,希望通过整个微信生态来构建更大的电商基础,包括考虑将朋友圈、搜一搜、小程序等与微信小店整合。商家可以从整个微信生态中挖掘更大价值,可以在微信生态其他组件中与用户互动,再回到小程序中完成交易。

多家券商机构快速发布研报,表示看好“送礼物”功能带来的增量空间。东兴证券研究分析称,微信小店“送礼物”功能将会增加微信小店在消费者网购中的使用黏性,带来线上新的

消费增量,积极拥抱这一渠道的企业有望率先获益。目前休闲食品企业反应更加快速,有望从今年春节的礼物赠送场景获益。

中信证券认为,微信仅在送礼场景即有望取得千亿级市场份额,进一步考虑其对于微信生态的影响,牵动的社交电商总规模有望在2027年达到万亿元。“送礼物”有望凭借电商的便捷性优势,实现线下礼品消费的线上化。

同时,中信证券也指出,目前微信“送礼物”功能较为单一,仍存在部分与常规送礼场景不匹配的痛点。其中,价格双向透明、收礼后需等待物流配送、无法退货等痛点有望随着功能和玩法的开发得到优化或解决。而价格力不足、商户资源待补充等新渠道发展初期面临的问题,需待商家商业模式得到验证后,通过商家的主动入驻来解决。

