

2023 春季河南生猪产业调研：疫情再现？二育再起？

报告要点

多地出现生猪疫情，从河南的情况来看，非瘟波及面积扩大，但拔牙成功率较高，仔猪受腹泻影响，有一定产能损失。养殖户对于下半年的消费比较看好，采购仔猪、二次育肥的情绪渐强。屠宰企业的宰后均重较往年偏高，低猪价时会分割入库，涨价后意愿减弱，目前白条销售一般，屠宰小幅亏损，但没有缩量意向。短期来看，冻品入库托底猪价，二次育肥入场提振猪价。长期来看，2月仔猪腹泻疫情将对三季度出栏造成影响，随着下半年需求的恢复，基本面相对乐观。

摘要：

河南省作为国内生猪养殖大省，其养殖和屠宰产业在全国都占有较大规模，是生猪期货的基准交割地点，当地生猪现货价格也成为市场的重要参照。本次调研，我们在河南郑州、周口、洛阳等地进行实地调研，走访规模养殖场、饲料企业、屠宰企业、贸易商、冻品商，对当前行业的产能变化、疫病情况、育肥心态、饲料销量、冻品入库、屠宰开工、终端消费等方面进行调研。

调研结论：

1. 母猪产能：2023 年母猪存栏以稳定为主，没有大规模扩产意向。
2. 生猪疫情：春节后河南开始出现生猪疫情，非瘟感染面积扩大，但是拔牙成功率高，仔猪腹泻对仔猪产能造成一定影响。
3. 大猪库存：有 20%左右的大猪留到节后，屠宰场普遍反映当前屠宰均重偏高。
4. 二次育肥：为了控制疫情损失，很多养殖户选择二次育肥的形式。近期市场二次育肥情绪增强。
5. 冻品入库：去年冻品盈利较好，今年在猪价适合的阶段仍有意向分割入库。

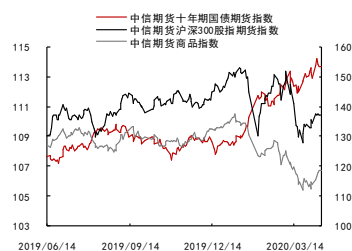
短期来看，冻品入库、二次育肥给生猪价格托底，仔猪产能受损、补栏需求增长，价格上涨，二次育肥情绪增强，助推价格反弹。

长期来看，2月仔猪腹泻造成产能减少，将影响 7~8 月生猪供给量下降；2022 年四季度母猪存栏趋于平稳，预计 2023 年四季度供给稳定，旺季消费可能拉紧供需。

风险因素：疫情。

投资咨询业务资格：

证监许可【2012】669 号



农产品研究团队

研究员：

李兴彪

010-58135950

lixingbiao@citicsf.com

从业资格号 F3048193

投资咨询号 Z0015543

王聪颖

010-58135955

wcy@citicsf.com

从业资格号 F0254714

投资咨询号 Z0002180

目录

摘要:	1
一、河南生猪产业调研总结	3
1. 母猪产能	3
2. 生猪疫情	3
3. 大猪库存	3
4. 二次育肥	3
5. 冻品入库	3
6. 饲料销售	3
7. 消费预期	3
二、调研背景和目的	4
三、企业调研详情	4
1. 调研样本 1: 某养殖企业	4
2. 调研样本 2: 某冻品贸易商	5
3. 调研样本 3: 某饲料原料企业	6
4. 调研样本 4: 某饲料企业	6
5. 调研样本 5: 某养殖企业	7
6. 调研样本 6: 某养殖企业	8
7. 调研样本 7: 某饲料、养殖企业	8
8. 调研样本 8: 某养殖、屠宰企业	9
9. 调研样本 9: 某屠宰企业	10
四、生猪市场展望分析	10
免责声明	12
中信期货有限公司	12

一、河南生猪产业调研总结

1. 母猪产能

当前母猪存栏较前期持续恢复，在 2022 年底至今养殖亏损状态下，规模企业目前没有主动削减产能的意向，对 2023 年的计划也是以稳产能为主，近期后备母猪销售情况一般，养殖户母猪补栏情绪减弱。

母猪效率来看，三元母猪逐渐替换为二元母猪，行业 PSY 提升，但是非瘟后配种质量下降，目前的繁育效率虽然环比增长，但同比达不到非瘟前水平。

2. 生猪疫情

春节过后多省出现非瘟、仔猪腹泻、蓝耳病等生猪疫情。从河南省的情况来看，由于生猪存栏基数较去年大，感染量增长，但是病毒毒性减弱，拔牙成功率较高，疫情消退速度快。仔猪腹泻对产能造成一定影响。

3. 大猪库存

由于节前大猪存栏量较高，有 20%左右的大猪留到年后，屠宰场普遍反映当前屠宰均重偏高，大猪供给充足，供需矛盾突出。目前大猪主要集中在小养殖户手里，近期随着猪价出现反弹，心态有所变化，不再像前期着急出手。

4. 二次育肥

受到非瘟的影响，中小规模养殖户为了防止疫情带来的产能损失，主动缩短养殖链条，更倾向于进行二次育肥，一旦发生疫情，能够及时出售止损。近期市场情绪看，二次育肥积极性增加，也有金融资本介入二育群体。

5. 冻品入库

2022 年冻品盈利较好。今年来看，在节后低猪价阶段，屠宰企业开始加大分割入库力度，目前山东地区冻品库容率较高，河南地区大规模场多数保持正常入库节奏，没有大幅囤积库存，但是后期若猪价继续上涨，高成本可能会降低冻品入库意愿。

6. 饲料销售

近期饲料价格小幅下降，预计 2023 年饲料成本继续上涨的概率不高。2022 年三季度母猪料销量增长，四季度基本持平。

7. 消费预期

在疫后恢复的预期下，市场更看好下半年的消费，对于环比变化比较乐观，

各调研样本预期的转折点不同，但都在 5 月以后，多数看好 7 月-10 月。但是消费在今年恢复到疫情前状态仍有难度，疫情对收入的累积影响、提前还贷潮引发的可支配收入减少，可能都会约束消费意向。

二、调研背景和目的

近期生猪现货价格持续低迷，养殖利润出现亏损，母猪补栏增速放缓。春节过后，多地出现病猪问题，春季也即将进入新一轮补栏旺季，行业对于二次育肥、屠宰入库等问题高度关注。

河南省作为国内生猪养殖大省，其养殖和屠宰产业在全国都占有较大规模，是生猪期货的基准交割地点，当地生猪现货价格也成为市场的重要参照。

本次调研，我们带着市场关注的问题，进入河南郑州、周口、洛阳等地进行实地调研，走访规模养殖场、饲料企业、屠宰企业、贸易商、冻品商，对当前行业的产能变化、疫病情况、育肥心态、饲料销量、冻品入库、屠宰开工、终端消费等方面进行调研，为分析 2023 年生猪市场供需节奏提供参考和依据。

三、企业调研详情

1. 调研样本 1：某养殖企业

（1）疫情情况

山东、河北比较多，河南比较少。东北、安徽、以及一些南方地区疫情也有发生，但整体不严重。山东疫情严重，主要因为病猪屠宰集中流向山东，导致传播。

病毒对母猪的影响更大，因为母猪场物资进出频繁，每周进出一次。育肥场进出少，1 个月 1~2 次。

规模厂对疫情的控制相对较好（疫情比例不到 10%），散户清场比较多。

（2）母猪淘汰情况

2022 年淘汰的母猪，主要是在 2021 年上的很多三元母猪，属于主动优化调整产能。

2023 年目前淘汰量不如 2022 年多，主要因为 2022 年初情绪还比较悲观，买的母猪有限，目前病母猪淘汰量也有限。

（3）母猪产能变化

该企业当前母猪产能恢复至 2021 年同期的水平，2022 年规模场母猪增量比较大。同时母猪品质在优化，繁殖效率能够提升 10%以上，对于成本也是一种优化控制。

(4) 2023 年生产规划

该企业采用“公司+农户”的方式。2023 年以“稳母增肥”为主，计划放养量+30%左右。

(5) 行业结构变化

行业内集团厂仍在扩产能，但是散户在退出（因为疫情、亏损等原因），综合下来，行业产能还是净增加。其中，南方的产能增加比较多，出现了南猪北调的情况。

(6) 仔猪情况

目前行业 15kg 仔猪平均断奶成本 450 元。好的企业能够控制在 360-380 元。

近期仔猪价格上涨，首先需求方面，企业节后有栏位容纳，4~5 月仔猪有刚性需求；其次供给方面，有不销售而是自己养的倾向。

(7) 二次育肥

东北地区屠宰企业有反应收猪量不够，有很多猪流向二育。

河南地区二次育肥还没有大规模入场。

(8) 分割入库

河南分割入库的比例比较大，节后能占到 30%-50%。

去年 6.5 元/斤以下才开始建立冻品库存，今年心里价位是 7.5 元/斤左右。

2. 调研样本 2：某冻品贸易商

(1) 消费情况

春节前略有好转，节后再次收缩，消费还没有完全恢复。正常年份来看，节后需求在 5~6 月才开始恢复。

(2) 猪肉进口贸易

国外进口猪肉，到港时间快的时候 3 个月，慢的时候要 6~7 个月。

2022 年进口猪肉有一定利润，年初进口，6~7 月卖掉，有 30%左右利润。

今年国外猪肉价格比国内贵，进口没有利润。

(3) 冻品情况

每年 3 月~5 月都是屠宰企业囤货的时间。一般根据对于 3~5 个月之后的价格预判, 进行决策。

当前屠宰企业的库存不大, 在 20%左右。心里价格在 7.5 元/斤, 再高就不敢分割入库了。

3. 调研样本 3: 某饲料原料企业

(1) 乳猪料变化

下游用料企业来看, 中小规模的外购仔猪的养殖企业, 2022 年 8 月, 乳猪料销量开始增加, 9 月-10 月达到顶峰, 11 月用量开始缩减。

(2) 母猪料变化

2022 年 1 月-7 月, 母猪料用量开始下降, 8 月-9 月增长, 10 月下降, 11 月增长, 12 月环比基本持平。

(3) 生猪饲料配方

河南地区, 行业猪饲料豆粕比例平均 13%, 一些高端饲料厂豆粕比例达到 15%。

头部养殖企业采用自配料, 豆粕比例 2021 年最低下降到 6.9%, 2022 年 7.8%, 企业有自己的研发团队, 用菜粕、葵粕等等替代豆粕, 同时兼顾好氨基酸的情况, 因此猪饲料中的豆粕使用比例能够远低于行业水平。

而一些小农户, 因为没有氨基酸调控能力, 所以只能多用贵一点的豆粕原料, 他们目前的豆粕比例在 22%左右, 历史高点能达到 25%。

(4) 对养殖企业的账期变化

2022 年账期最长能够达到 75 天, 现在降到了 30 天。养殖企业的资金流动性改善。

4. 调研样本 4: 某饲料企业

(1) 饲料销售

该企业 2022 年的猪料销量较去年增加 30%-40%。2022 年 10 月-12 月, 育肥料增加比例很多。母猪料和教保料都缓慢稳定增长。当前的母猪料、仔猪料销量较去年同期都偏高。

(2) 生猪疫情

往年疫情的季节性出现在 10 月~12 月, 1 月~3 月。今年 10 月~12 月没有疫情, 而后 1 月开始散发至今。

河南地区来看, 疫情以点状散发为主, 局部地区面状。疫情比例占 15%-20%,

往年同期比例在 60%–70%。经过拔牙后，保留率能达到 70%左右。今年的疫情情况比去年要好很多。

(3) 母猪情况

目前母猪销售比较差。且母猪质量虽然近两年有改善，但仍较非瘟前有很大差距。无论是母猪的 PSY、诞下仔猪的成活率、料肉比、出肉率方面，性能都不如 2018 年以前。

(4) 大猪库存

目前剩余的大猪库存在 10%–15%左右。屠宰企业更愿意收 220–240 斤的标准体重猪。

(5) 行业变化

非瘟发生后，为了防控疫情，很多企业由原来的均匀生产，每月配种（1 年 12 次），转变为分批次配种，1 年 2~3 批集中配。防止因生产作业过于频繁而带来病毒传播的风险。

5. 调研样本 5：某养殖企业

(1) 生猪疫情

节前没有，节后才出现，近期疫情较前期缓解。

从感染情况看，今年疫情比去年厉害，主要有三个原因：第一，今年母猪基数大，所以感染多。第二，新冠疫情放开后，人员流动量大，病毒传播风险大。第三，2019 年–2020 年，疫情导致生猪养殖量大幅缩减，企业裁减员工，2022 年再度扩张规模后，招进来的人前两年没有持续在一线，疫情防控经验不足。

但是，拔牙后，母猪的损失有限，并且几年下来，病毒的毒性在变弱。

规模场对病毒的防控比较及时，出现疫情整栋清理，扩散面积小；散户对非瘟的重视程度不够，损失大约在 20%–30%。今年东北地区非瘟疫情比较严重。

PED 每年 12 月–次年 2 月季节性加重，蓝耳病每年的损失率在 2%–3%。

(2) 养殖结构

2022 年养殖户数在下降，大约减少 60%，但是生猪养殖总规模量在提升。

(3) 二次育肥

2022 年春节前二次育肥仅释放 60%左右，有 30%–40%的牛猪留到了年后。

6. 调研样本 6：某养殖企业

(1) 产能情况

母猪产能还在扩张中。今年计划出栏量增长 40%多。

(2) 生猪疫情

春节过后，疫情拔牙量增加，包括母猪屠宰量、带仔母猪（70-80 天）淘汰量都有增加。春节前带仔母猪屠宰占比 20%-30%，春节后带仔母猪屠宰占比增加到 40%-50%。

但是今年的病猪淘汰窗口比较短，近两天病猪淘汰量就开始向下走了，疫情来得快、灭的也快，损失可控。

北方疫情主要受温度影响，南方疫情主要受雨季影响。

(3) 二次育肥

有些停了一两年的养殖户，开始上二次育肥。

仔猪买的比较好，很多前期二育的场，现在栏位空出来了，可以补栏。

(4) 冻品入库

前阵子猪价相对低的时候就已经开始囤冻品了，目前库存也快满了。近期猪价反弹后，分割入库开始减量。预计再有 8-10 天分割入库就结束了。

病猪被动入库量增加，挤占了主动入库的库容。屠宰场心里价位在 14 元/公斤以下。

(5) 消费预期

2023 年虽然人员流动复苏起来，但是居民收入有限、消费降级，而且提前还贷潮也影响到居民可消费的收入，猪肉的需求的恢复还需要时间。

(6) 行业变化

山西、陕西、河南的价差缩窄，生猪养殖地理分布更加分散。养殖越集中，疫情风险越高，所以近年来，云贵川等地养殖量增加。

7. 调研样本 7：某饲料、养殖企业

(1) 仔猪情况

今年仔猪开年价格很高，15kg 在 600-650 元，去年大概 300 多。

仔猪的需求量多，有很多企业计划育肥。

(2) 生猪疫情

今年节后 PED 比例大，在 50%-60%，往年同期 10%左右。

非瘟的影响也比去年大一些。

(3) 母猪存栏

2022 年，该企业母猪存栏从 1.5 万增加到 2 万。

2023 年，该企业不再计划扩张产能，虽然还有新的在建猪场，但是属于产能置换，而不是净增量。

行业来看，散户母猪量掉的多，但是规模企业都在增加。

(4) 母猪销售

100 公斤的大体重母猪比较好卖，后备两个月左右就可以配种了，后备时间短，养殖户的风险就小。

散户很多没有购买二元的渠道，还是只能买到三元，价格上一头比二元便宜 700 元左右。

(5) 饲料销量

2022 年的销量较上年度增长了 30%左右。

(6) 疫苗成本

2022 年疫苗成本降了很多，因为养殖利润缩水后，企业买贵疫苗的意愿降低，以便宜为主。

(7) 大猪库存

节后大猪留了 10%-20%，现在还没有消化完。按往年经验看，有 5%左右会留到 4 月-5 月。

8. 调研样本 8：某养殖、屠宰企业

(1) 屠宰情况

目前收猪主流体重 120kg-130kg。当前屠宰处于略亏损状态，但是不会考虑缩减规模，因为需要持续经营扩大市场。2023 年屠宰量计划从 90 万头，增加至 120 万头。

(2) 白条销售

今年卖猪肉比去年好（14-15 元/公斤的毛猪大家普遍吃得起），但是没有向下游提价的话语权，副产品的价格没有大的变化。

(3) 冻品情况

目前以鲜销为主，入库占到 20%-30%。山东地区分割入库比例高，但是现在猪价涨到 15 元/公斤以上之后，入库的必要性不高。

（4） 疫情情况

当前疫情损失没有特别大，零星散发。

（5） 二次育肥

当前二次育肥在顶着价格，有些企业开始入场，但还没有形成较大面积的二育。

9. 调研样本 9：某屠宰企业

（1） 屠宰情况

屠宰量比春节前下降，较去年同期基本持平。年前收猪有 90%来自社会猪，年后社会猪比例下降至 70%左右。

现在屠宰是亏损的，年后多数居民家里还有一半多的库存没有消化完，对白条的消费积极性不强。

（2） 屠宰均重

当前的屠宰均重，和春节后刚复工的时候相比，每头增加 3~5 公斤，现在的体重较高。

（3） 冻品库存

按照正常节奏分批入库，没有一下子集中入库的打算。建立冻品库存的心理价位在 15 元/公斤。

（4） 二次育肥

很多东北企业从山东、河南抓二育猪，但是因为仔猪不适应东北的寒冷气候，成活率低。

目前 200-240 斤的标猪，可以屠宰也可以二育，有抢猪的情况出现，但不强烈。

四、生猪市场展望分析

短期来看，冻品入库、二次育肥给生猪价格托底，仔猪产能受损、补栏需求增长，价格上涨，二次育肥情绪增强，助推价格反弹。

长期来看，2月仔猪腹泻造成产能减少，将影响7~8月生猪供给量下降；2022年四季度母猪存栏趋于平稳，预计2023年四季度供给稳定，旺季消费可能拉紧供需。

风险因素：疫情。

免责声明

除非另有说明，中信期货有限公司拥有本报告的版权和/或其他相关知识产权。未经中信期货有限公司事先书面许可，任何单位或个人不得以任何方式复制、转载、引用、刊登、发表、发行、修改、翻译此报告的全部或部分材料、内容。除非另有说明，本报告中使用的所有商标、服务标记及标记均为中信期货有限公司所有或经合法授权被许可使用的商标、服务标记及标记。未经中信期货有限公司或商标所有权人的书面许可，任何单位或个人不得使用该商标、服务标记及标记。

如果在任何国家或地区管辖范围内，本报告内容或其适用与任何政府机构、监管机构、自律组织或者清算机构的法律、规则或规定内容相抵触，或者中信期货有限公司未被授权在当地提供这种信息或服务，那么本报告的内容并不意图提供给这些地区的个人或组织，任何个人或组织也不得在当地查看或使用本报告。本报告所载的内容并非适用于所有国家或地区或者适用于所有人。

此报告所载的全部内容仅作参考之用。此报告的内容不构成对任何人的投资建议，且中信期货有限公司不会因接收人收到此报告而视其为客户。

尽管本报告中所包含的信息是我们于发布之时从我们认为可靠的渠道获得，但中信期货有限公司对于本报告所载的信息、观点以及数据的准确性、可靠性、时效性以及完整性不作任何明确或隐含的保证。因此任何人不得对本报告所载的信息、观点以及数据的准确性、可靠性、时效性及完整性产生任何依赖，且中信期货有限公司不对因使用此报告及所载材料而造成的损失承担任何责任。本报告不应取代个人的独立判断。本报告仅反映编写人的不同设想、见解及分析方法。本报告所载的观点并不代表中信期货有限公司或任何其附属或联营公司的立场。

此报告中所指的投资及服务可能不适合阁下。我们建议阁下如有任何疑问应咨询独立投资顾问。此报告不构成任何投资、法律、会计或税务建议，且不担保任何投资及策略适合阁下。此报告并不构成中信期货有限公司给予阁下的任何私人咨询建议。

中信期货有限公司

深圳总部地址：深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座 13 层 1301-1305、14 层

邮编：518048

电话：400-990-8826