



>>专家分析

# 牛羊肉供给仍偏紧，价格将高位运行

尽管2020年新冠肺炎疫情的突然暴发及流行对牛羊养殖产生了一定影响，但从2020年7月后，牛羊出栏逐步加快，餐饮消费稳步回升。全年来看，2020年牛肉产量达到672万吨，比上年增长0.8%，羊肉产量492万吨，比上年增长0.9%。尽管疫情对餐饮行业造成较大影响，在城镇化持续推进和居民消费结构升级的带动下，牛羊消费总体增长的大趋势没有发生改变，消费需求仍然较旺。

牛肉进口继续增加，且增幅较大，羊肉进口略有减少。从国内价格走势看，2020年，牛羊肉集市平均价格分别为每公斤84.08元和80.56元，继续保持高位运行，分别较2019年上涨14.8%、11.5%。

## 居民收入带动 牛羊肉消费需求增长

在消费方面，我国牛肉的人均消费量还处于较低水平，与世界平均水平相差较大，牛肉消费需求还有较大的增长空间。2020年底以来新冠肺炎疫情的再度来袭，加大了2021年上半年餐饮消费

的不确定性。但总体看，2021年疫情的影响应低于去年同期，考虑到猪肉产能逐步恢复，牛羊肉的替代消费效应减弱，预计全年的牛羊肉消费增速将有所放缓。

## 牛羊肉生产 继续保持稳步增长

在生产方面，牛羊肉已经成为我国重要的优质蛋白摄入来源，我国大力发展畜牧养殖，促进牛羊肉生产的总趋势不会发生改变。

未来一段时期，不断优化现有畜牧养殖政策，提高标准化、规模化养殖水平，仍将是畜牧养殖产业发展的重点。但考虑到一方面，我国饲草资源有限，目前的青贮玉米及各类牧草产能还不足以满足大量增加牛、羊的规模化养殖。另一方面，我国资源环境约束趋紧，生态压力加大，资源承载力不足的地区还将进一步调整，畜禽粪污处理不合规、养殖不规范的养殖场和农户将加快退出，且近年来母畜养殖仍然增加缓慢，预计牛羊肉产量仍将呈缓慢增长趋势。

## 牛羊肉贸易仍将 呈现净进口的态势

在贸易方面，国内供给偏紧的态势短时间内不会发生改变。2021年1-2月，我国牛肉进口量达39.8万吨，同比增长34.1%，创下近5年新高；羊肉进口总量4.91万吨，同比下降22.31%。考虑到2021年全球牛羊肉产量预计增长有限，我国牛肉进口将继续增加，但增速将有所放缓，羊肉进口稳中略降。

价格方面，2021年1月以来，牛羊肉价格先涨后跌。1-2月，牛羊肉月度集市均价继续上涨，到2月第2周，牛羊肉价格分别涨至每公斤89.66元、88.05元，环比分别涨1.0%、1.1%，达到近年新高点。从2月第3周开始，牛羊肉价格连续下跌，到3月第4周牛羊肉价格分别跌至每公斤87.19元、85.70元，已比2月最高点时分别下降2.8%、2.7%。这主要是因为随着气温回升，肉类消费需求减弱，牛羊肉消费也进入了淡季。从全年来看，2021年国内牛羊肉价格的季节性波动仍然存在，但由于供需紧平衡格局没有改变，牛羊肉

价格可能继续保持高位运行。

## 饲草资源制约等 问题仍然存在

充足的优质饲草供应是促进草食畜牧业快速发展的基础。尽管近年来，我国饲草生产取得了较大发展，但与饲养需求相比仍有较大缺口，每年需要进口大量草产品。2020年，我国草产品进口总量为172.2万吨，较上年增加6%。

规模经营水平偏低也是问题之一。与生猪和禽类养殖相比，牛羊规模化养殖水平较低，标准化程度不高，综合生产能力不强。除此之外，还有生态资源约束加大的问题，近年来，国家十分重视生态资源保护，不断加大资源环境的整治力度，一些资源利用效率不高、污染严重的养殖户不得不退出市场。同时，为了促进养殖业可持续发展，部分主产省也出台了禁牧、限养的政策，加速了养殖产业结构调整，牛羊的产能增长仍然相对较慢。

## 提高牧草产能 加快良种繁育体系构建

解决上述问题，一是在适宜地区扩大牧草种植面积，发展专业化种植；选育和改良草种，提升牧草单产水平。二是加快地方品种改良，提高生产的良种化水平；加强良种场和种公牛站建设，提高良种供应能力和质量。三是鼓励开展基础母畜养殖。引导龙头企业延伸产业链，发展基础母畜养殖，增加牛源、羊源的供给能力。此外还要发展适度规模养殖。把握好不同条件下的合理规模，避免片面追求超大规模养殖，总结推广不同地区不同饲养阶段的饲养模式，加快推动牛羊饲养由散养向规模养殖转变，提高规模养殖效益。鼓励养殖屠宰加工企业加强与中小养殖户的合作和联合经营，提升标准化、规模化水平。四是革新牛羊养殖技术和理念，积极引进和发展现代牛羊养殖技术，推广先进的养殖技术和管理经验，积极提升肉牛生产效率。

(农业农村部农产品市场分析预警团队牛羊肉首席分析师 朱聪 中国农业科学院农业信息研究所研究员 曲春红)



## 巧手绣出美好生活

4月6日，惠民县桑落墅镇程家口村，工人在车间绣花。

近年来，惠民县桑落墅镇因地制宜，在资金、政策方面向辖区内农民手工业倾斜。当地宇泽刺绣合作社引进电脑绣花设备，

提高工效，丰富刺绣产品品种。同时，充分发挥合作社的技术支持和辐射带动作用，带动周边村民100余人在家门口就业，人均每月可增收3000多元。

(王军 张园园 摄)

## 苹果花期冻害预警分析发布

山东重点预防4月中下旬可能出现的倒春寒

日前，农业农村部信息中心发布2021年全国主产区苹果花期冻害预警分析。据了解，今年农业农村部信息中心根据苹果全产业链大数据建设试点项目的系统预警结果，结合3月29日中国农科院果树研究所、山东农业大学等多家单位参加的“苹果花期冻害预警”专题研讨会成果，对全国主产区苹果花期冻害风险进行综合分析。

分析指出，由于冬春北方大部分温度较往年偏高，全国大部分苹果主产区花期较常年偏早1-3天，其中以河南、山东部分产区花期偏早较多。4月全国气温较往年偏高，苹果花期冻害风险总体较小，陕西北部、甘肃东南部、山东东部等产区要重点预防4月中下旬可能

出现的倒春寒影响。4月苹果主产区大部降水比历史平均偏高10-30毫米，需要注意降水对授粉的影响，适时做好人工授粉。

为预防和降低花期冻害对苹果生产的影响，专家建议首先要做好气象监测、预警宣传、技术培训等工作，提高冻害防范意识。还可采用春灌、涂白等方式，延迟果树开花时间。在冻害来临前采用树冠喷水、熏烟、喷防冻液等措施预防霜冻，有条件的果园可安装防冻风机。

针对低温对授粉昆虫活性的影响，专家建议做好人工授粉等。此外可通过喷施生长调节剂和叶面肥、加强病虫害防治和土肥水综合管理等，做好灾后补救。

(赵宇恒)

# “互联网+”，助力农产品出村进城

农业农村部：加快推进试点工作

4月9日，农业农村部在京召开视频会议，对加快推进“互联网+”农产品出村进城试点工作进行部署。

会议指出，“互联网+”农产品出村进城试点工程指导意见以及试点方案印发后，各地都高度重视，积极响应，结合实际，扎实推动，探索出了一些发展模式和典型案例，总结出了一些好

经验好做法，呈现出良好态势。

会议强调，出村进城工程关键是建立适应农产品网络销售的供应链体系，建立市场与生产的联动反馈机制，把庞大的市场需求内化为本地产业升级的动力。下一步要重点抓好四方面工作。一是抓统筹，要制定工作计划和工作台账，建立试点工作协调机制，把各相关部门力量凝聚起

来，扎实推进试点建设。二是抓市场，要充分调动企业积极性，营造市场投资环境，形成良性发展。三是抓重点，要把培育产业化运营主体作为关键，依托产业化运营主体打通全产业链各环节，促进产业升级。四是抓落实，要加强督促考核，确保试点工作按期保质完成。

(龙新)

>>市场快评

## 让更多小农户对接电商大市场

今年全国两会期间，直播带货主播薇娅参与连线，与两位人大代表“云端对话”，分享电商直播助农的经验和故事。

多年来，薇娅帮农民卖过杨梅、柿饼、梨膏，用自己的方式挑选优秀的农产品，帮助有需要的农民，也让全国各地的人买到好东西。在助农风潮中，也有很多地方干部开起了直播，“网红县长”陈灿平、“大山乐涛涛”的冯涛和杨乐、中国钢铁扶贫干部金雪华，他们工作思路灵活，敢闯敢干，敢于突破和创新，而且注重与网友互动，在较短时间内引起了较大反响，帮助当地农民实现了增收。

带货明星和村干部往往具有很高的人气，他们自带流量，比较容易在直播活动中卖出农产品，也能在宣传当地特色、当地形象时达到可观的效果。然而，从现实情况来看，依靠带货明星或村干部不是长久之计，借助电商助农的风潮，让小农户变身“新农商”，让他们直接与大市场对接，更是从农村实际情况出发

的最佳对策，也能真正拉近农民与市场的距离，降低农产品销售的前期投入，最大限度地让农民获益。

以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，给农村社会发展带来了机遇。互联网、物联网及各种线上平台，能够为农民打通信息渠道，实现优质农产品的批量输出。不仅如此，在从“吃饱”到“吃好”的消费升级过程中，电商直播能够让很多消费者实现“源头直采”，省心省力，市场前景广阔。

在直播卖农货风潮下，各地已经涌现出很多直播带货小能手。这些主动“触电网”成功的新农人，探索出了一条农产品销售的电商模式，也为更多小农户利用电商对接大市场提振了信心。

当然，小农户融入电商市场，是一个渐进的过程，一口气吃不成大胖子。在大规模的电商活动中，如何让小农户获得更多的参与机会？

新农人是乡村振兴的主力，也是电商风口的活力所在。

在农村电商风口抓住机遇，积极转型才能顺应市场。首要的是农民群众转变意识，从田间地头走进线上平台，积极主动地学习直播销售的新技术、新知识，提高运用线上平台的能力。还要鼓励农村年轻人返乡创业，使自己成长为新农人。在电商助农火热推进的进程中，必须有一大批真正懂农业、爱农村、爱农民的人，把农村劳动力的潜力激发出来，把事业平台真正搭在农村广袤大地上，才可能真真切切推动农村产业发展。

此外，小农户本身力量比较分散、薄弱，在融入电商进程中面临各种困难，这就需要政府搭建好平台和桥梁。

长期以来，不少农产品由于产量小、质量不统一、品种复杂等因素，一直很难融入电商生态中。因此，建立和完善农产品的标准体系十分必要，如农产品的分级、包装、储存、销售等。将标准建设贯穿在整个电商平台运营过程中，才能让农民成为产业链条中的重要一环，不断开拓小农户对接电商大市场的新局面。

(赵新宁)