# 淮安市猪肉制品市场调查报告

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-10-17

*第一篇：淮安市猪肉制品市场调查报告淮安市猪肉制品市场调查报告一、调查目的1.了解淮安市猪肉制品市场竞争状况。2.对某品牌猪肉制品在当地市场的可持续发展提出合理化建议。二、调查内容实地访问消费者、销售人员。三、调查时间2024.7.25--...*

**第一篇：淮安市猪肉制品市场调查报告**

淮安市猪肉制品市场调查报告

一、调查目的1.了解淮安市猪肉制品市场竞争状况。

2.对某品牌猪肉制品在当地市场的可持续发展提出合理化建议。

二、调查内容

实地访问消费者、销售人员。

三、调查时间

2024.7.25---8.05

四、调查结果与分析

（一）超市经营情况:

1、各品牌陈列及牌面情况

综合来看，各品牌的位置及排面没有差别，基本平分秋色；具体到不同超市，各品牌表现各有优劣。

2、产品价格分析

高端产品的价格，得益较竞品低；畅销品的价格与竞品持平或略低（竞品促销除外）。

3、促销比较分析

根据所了解情况，竞品的促销方式与所促销产品基本雷同，没有较为特殊之处。

（二）消费者分析

1、根据现场观察情况，购买猪肉的消费者约有90%以上为18---40的女性。

2、影响消费者购买的因素主要为：品牌、价格、新鲜，说明消费者对健康非常重视。

（三）供应商SWOT分析

优势：

1、当天可送达本地，能保持产品的新鲜度。

2、产品种类较多，与竞品有一定的差异化。

3、有一定的品牌知名度。

劣势：

1、虽有知名度，但与竞品相比，缺乏知名度和忠诚度。

2、销售渠道单薄，只有超市，不能发挥协同整合效用。

机会：

1、随着消费者对健康的重视和对猪肉产品的认知度越来越高，利于猪肉产品的升级。

2、社区已经培养了一部分消费群，有助于渠道的销售。

威胁：

1、竞品推出相同的产品，势必遏制该产品销售。

2、消费者对品牌的认知会有一个较长的过程，需要担负消费者的前期教育工作。

五、策略与建议

1.产品多样化与差异化策略：

虽然此类在本市场有一定的销量，但毕竟不是领导品牌，所以必须走产品多样化与差异化的道路，丰富产品结构。

2、寻求单品突破：

该产品目前在当地消费者的心中还不是第一品牌，欲有所突破，须寻找一个差异化产品进行突围，以差异化产品的销售，在某一细节部分创造第一，带动品牌的提升，从而带动全线产品的销量提升。

3、产品结构框架：

分类产品定位代表产品

高端产品 树立品牌，获取利润，保持持续增长。

终端产品 差异化产品，利润产品，需一定的销售支持。

低端产品竞争性产品，对抗性竞品的销售，求销量，微利。

促销策略：

1、促销差异化：据了解，竞品采取的主要方式皆为特价或买赠本品，建议供应商使用绑赠促销的方式，与竞品错位促销，一则可以通过有吸引力的促销员吸引顾客，提升销量，二则可以保持产品价格的稳定，树立品牌形象，防止

**第二篇：淮安市猪肉制品市场调查报告\_\_仲伟钊**

淮安市猪肉制品市场调查报告

一、调查目的1、了解淮安市猪肉制品市场竞争状况。

2、对某品牌猪肉制品在当地市场的可持续发展提出合理化建议。

二、调查内容

实地访问消费者，销售人员。

三、调查时间

2024．4．19—4．29

四、调查结果与分析

（一）超市情况：

1、各品牌陈列及排面情况

综合来看，各品牌的位置和排面没有差别,基本平分秋色；具体到不同超市，各品牌表现各有优劣。

2、产品价格分析

高端产品的价格，得益较竟品低；畅销品的价格与竟品持平或略低(竟品促销除外)。

3、促销比较分析

根据所了解情况，竟品的促销方式与所促销产品基本雷同，没有较为特殊之处。

（二）消费者分析

1、根据现场观察情况，购买猪肉的消费者约有90%以上为18—40岁的女性。

2、影响消费者购买的因素主要为：品牌、价格、新鲜度，说明消费者对健康非常重视。

（三）供应商SWOT分析

优势：

1、当天可送达本地，能保持产品的新鲜度。

2、产品种类较多，与竟品有一定的差异化。

3、有一定的品牌知名度。

劣势：

1、虽有知名度，但与竟品相比，缺乏指名度和忠诚度。

2、销售渠道单薄，只有超市，不能发挥协同整合效用。

机会：

1、随着消费者对健康的重视和对猪肉产品的认知度越来越高，利于猪肉产品的升级。

2、社区已经培养了一部分消费群，有助于超市渠道的销售。

威胁：

1、竟品推出相同的产品，势必遏制该产品销售。

2、消费者对品牌的认知会有一个较长的过程，需要担负消费者的前期教育工作。

五、策略与建议

产品策略：

1、产品多样化与差异化策略：

虽然此类产品在本市场有一定的销量，但毕竟不是领导品牌，所以必须走产品多样化与差异化的道路，丰富产品结构。

2、寻求单品突破：

该类产品目前在当地消费者的心中还不是第一品牌，欲有所突破，须寻找一差异化产品进行突围，以差异化产品的销售，在某一细分市场创造第一，带动品牌的提升，从而带动全线产品的销量提升。

3、产品结构框架：

分类产品定位代表产品

高端产品 树立品牌，获取利润，保持持续增长。

中端产品 差异化产品，利润产品，需一定的销量支持。

低端产品 竞争性产品，对抗竟品的销售，求销量，微利。

促销策略：

1、促销差异化：

据了解，竟品采取的主要促销方式皆为特价或买赠本品，建议供应商使用绑赠促销品的方式，与竟品错位促销，一则可以通过有吸引力的促销品吸引顾客，提升销量，二则可以保持产品价格的稳定，树立品牌形象，防止跌入价格促销的怪圈中；但在具体运作中，需要根据具体的产品和竞争环境而定，如低端产品在与竟品价格相差无几的情况下（价差太小，无法买到合适的促销品），只能通过

更低的价格与竟品对抗；高端产品因有一定的利润空间，则可以通过促销品的方式进行促销推广。

2、促销资源集中化：

将有限的促销资源放在销量较大的几个超市中；从时间上，集中在周末，如可以聘请临促加强周末的促销活动。

价格策略：

低端产品的价格，可以采取紧跟竟品价格的方式，以较低的价格进行渗透，稳定原有消费群的同时，争取竟品的消费群；高端产品的价格不要与竟品价格相差太大，因为购买高端产品的消费者不会太在乎价格因素，相反，如果太便宜，会使消费者产生怀疑而拒绝购买，再则也不利于品牌形象的树立；建议在缩小与竟品价差的同时，跟进相应的促销活动，如绑赠有吸引力的赠品或现场品尝活动等，以此种形式来弥补与竟品在品牌上的差距。

通路策略：

目前的销售渠道比较单薄，提升销量会受到限制，所以应拓宽渠道，增加不同渠道的协同作战效应，如学校渠道的开发等。

其它策略：

加强新鲜度管理，以比竟品更加新鲜的姿态出现在消费者面前，依此卖点增加产品的竞争力。

**第三篇：猪肉市场调查报告**

肉猪市场调查报告

从政策机制看，为防止猪贱伤农、猪贵伤民现象再次发生，目前国家已经形成了维护生猪产销稳定的长效机制：一是扶持生猪生产政策措施未退出。二是生猪市场调控机制不断健全。三是市场监测和预警体系不断完善。

重庆9大政策促使生猪产业恢复发展

1.开展能繁母猪补贴

我市对存栏能繁母猪给予补贴，标准是：按每头50元补贴饲养能繁母猪养殖户（场），其中中央承担30元、市财政承担14元、区县财政承担6元。2.启动能繁母猪保险和生猪保险试点

我市将建立能繁母猪投保制度，保费由中央财政承担50%、市财政承担20%、区县财政承担10%，养殖户（场）负担20%，能繁母猪保险已于11月23日招投标选择了承保公司，该项工作已全面展开。

3.扶持生猪良种繁育体系建设

我市强力推进生猪良繁体系建设和良种补贴工作。按照国家发改委、农业部要求编报的2个生猪原良种场、1个资源场、6个扩繁场项目可研获批复，国家投资1150万元，目前正在实施当中。此外，市财政还在去年安排150万元补贴资金引入100头英系原良种猪的基础上，今年又安排300万元的高代次种猪引入补贴资金支持7个重点种猪场引种。4.支持生猪标准化规模养殖

市农业局与市发改委将农业部和国家发改委分配给我市的7100万元标准化规模养殖改扩建项目资金计划再分配到了33个区县，并对区县上报的233个养殖场（小区）进行审核，并按时上报农业部和国家发改委批准，市发改委已将可研批复各项目区县发改委，目前正在组织实施。

5.进行生猪调出大县奖励补贴 6.给予生猪养殖信贷支持

我市为年出栏生猪300头以上的规模养殖场（户）贷款提供信用担保，市财政对生猪生产基础设施建设和规模养殖贷款进行适当贴息。

7.落实生猪强制免疫和扑杀补贴

我市政府将高致病性猪蓝耳病列入重大动物疫病防控范畴，出台了猪蓝耳病强制扑杀补助经费由市级和区县财政分别承担70％和30％、强制免疫所需疫苗经费由财政和个人分别承担70％和30％（后对接国家政策修正为由市级以上财政全部承担）的政策，8.实施猪肉运输“绿色通道”政策

我市相关部门齐心协力抓好猪肉的流通供应和价格质量监管工作。一是对在市内整车运送鲜活农产品的渝籍车辆实行“绿色通道”政策，免收车辆通行费。二是对运送鲜活农产品进入我市的外地车辆实行“绿色通道”政策。

9.开展生猪业减免税收和收费政策

法律环境

一、加强对协检员及检疫员法律及检疫操作技术的培训，提高其法律意识并增强其业务水平。

二、宣传法律，调查摸底。

三、让农户宣传并知道年宰生猪报检程序及需提供的手续。

四、加强对年宰屠工的管理。由畜牧部门牵头，组织公安、工商等部门组织屠工学习《动物防疫法》、《屠宰管理条例》，让屠工明白应按照法律法规的规定屠宰生猪，农户应提供由畜牧部门开具的产地检疫合格证明后屠工才能年宰生猪，否则由公安机关按非法屠宰生猪和非法使用管制刀具进行处理；

每位年宰屠工应向所在地动物卫生监督分所签订责任书，缴纳一定的责任金，待年宰结束无违规宰杀者全额退回责任金，违规者将扣除责任金。

可以促进年宰生猪产地检疫工作的序开展，也能使产地检疫现场会精神得到落实。

该政策促使：

一、猪肉消费增长较快，屠宰企业数量大幅减少

二、企业规模不断扩大，大型现代化屠宰企业发展迅速。

三、屠宰行业管理水平不断提高。

四、开展“放心肉”服务体系建设试点，努力保障人民群众对肉品的放心消费。

经济环境

市物价局公布了一组数据： 重庆市猪肉价格已连续上涨一个月，40个区县中39个区县的肉价都在涨。专家预测，7月份，重庆市CPI同比涨幅可能在3.8%～4%之间，进入轻微通胀状态。

农村猪肉消费模式将完成从数量扩张型消费向追求质量安全性消费的转变 政府对猪业监管能力的提高将奠定农村猪肉消费的安全质量型模式的监管基础，而猪肉产品信息追溯技术则为这种消费模式提供了技术基础。

大品牌将主导居民的猪肉消费取向 我国猪肉供应主体将主要集中于在兼并重组潮流中生存、壮大起来的猪业龙头企业。消费者对主导企业和主导品牌的信任程度会日益提高，影响力大的猪肉及制品品牌将主导居民的猪肉消费取向。

外出消费和肉制品消费将主导居民猪肉消费的模式和内容 随着居民收入增加和生活节奏加快，我国猪肉消费逐渐从家庭消费向户外消费转移。

猪肉消费的发展趋势是优质化和多元化

在我国居民的肉类生产消费结构中，猪肉一直占据主导地位，中国猪肉消费将进入注重质量安全性消费阶段。中国居民尤其是城市居民对猪肉消费的品种、口味、安全性要求日益提高，猪肉消费进入了注重质量安全性消费阶段。

社会文化环境

伊斯兰教规定，杂食动物和食肉动物的肉是不干净的，所以不能吃。中国56个民族里，回族、撒拉族、维吾尔族、东乡族，哈萨克族等，就连云南的傣族里都有部分是“回傣”，最少有10个民族是信仰伊斯兰教的，也就是说有10个民族都不吃猪肉。伊斯兰教视动物倾流出来的血液为污秽不洁之物，并在《古兰经》中明载禁食。故回民屠宰行可做血肠出售，但不自食。

现在我国回族群众不仅禁吃猪肉，而且还禁养猪，甚至从思想意识和感情上反感猪。猪貌丑、怪异，性贪婪、愚笨。世界各民族语言在形容人貌丑、懒散、愚笨方面无不以猪谕之。

猪喜污秽。其生活区域肮脏不堪，食用的饲料也是污秽的，难与食草类动物相比。

**第四篇：猪肉市场调查报告**

猪肉市场调查报告(精选多篇)

肉猪市场调查报告

从政策机制看，为防止猪贱伤农、猪贵伤民现象再次发生，目前国家已经形成了维护生猪产销稳定的长效机制：一是扶持生猪生产政策措施未退出。二是生猪市场调控机制不断健全。三是市场监测和预警体系不断完善。

\*\*9大政策促使生猪产业恢复发展

1.开展能繁母猪补贴

我市对存栏能繁母猪给予补贴，标准是：按每头50元补贴饲养能繁母猪养殖户，其中中央承担30元、市财政承担14元、区县财政承担6元。

2.启动能繁母猪保险和生猪保险

试点

我市将建立能繁母猪投保制度，保费由中央财政承担50%、市财政承担20%、区县财政承担10%，养殖户负担20%，能繁母猪保险已于11月23日招投标选择了承保公司，该项工作已全面展开。

3.扶持生猪良种繁育体系建设

我市强力推进生猪良繁体系建设和良种补贴工作。按照国家发改委、农业部要求编报的2个生猪原良种场、1个资源场、6个扩繁场项目可研获批复，国家投资1150万元，目前正在实施当中。此外，市财政还在去年安排150万元补贴资金引入100头英系原良种猪的基础上，今年又安排300万元的高代次种猪引入补贴资金支持7个重点种猪场引种。

4.支持生猪标准化规模养殖

市农业局与市发改委将农业部和国家发改委分配给我市的7100万元标准化规模养殖改扩建项目资金计划再分配到了33个区县，并对区县上报的233个

养殖场进行审核，并按时上报农业部和国家发改委批准，市发改委已将可研批复各项目区县发改委，目前正在组织实施。

5.进行生猪调出大县奖励补贴

6.给予生猪养殖信贷支持

我市为年出栏生猪300头以上的规模养殖场贷款提供信用担保，市财政对生猪生产基础设施建设和规模养殖贷款进行适当贴息。

7.落实生猪强制免疫和扑杀补贴

我市政府将高致病性猪蓝耳病列入重大动物疫病防控范畴，出台了猪蓝耳病强制扑杀补助经费由市级和区县财政分别承担70％和30％、强制免疫所需疫苗经费由财政和个人分别承担70％和30％的政策，8.实施猪肉运输“绿色通道”政策

我市相关部门齐心协力抓好猪肉的流通供应和价格质量监管工作。一是对在市内整车运送鲜活农产品的渝籍车辆实行“绿色通道”政策，免收车辆通行

费。二是对运送鲜活农产品进入我市的外地车辆实行“绿色通道”政策。

9.开展生猪业减免税收和收费政策

法律环境

一、加强对协检员及检疫员法律及检疫操作技术的培训，提高其法律意识并增强其业务水平。

二、宣传法律，调查摸底。

三、让农户宣传并知道年宰生猪报检程序及需提供的手续。

四、加强对年宰屠工的管理。

由畜牧部门牵头，组织公安、工商等部门组织屠工学习《动物防疫法》、《屠宰管理条例》，让屠工明白应按照法律法规的规定屠宰生猪，农户应提供由畜牧部门开具的产地检疫合格证明后屠工才能年宰生猪，否则由公安机关按非法屠宰生猪和非法使用管制刀具进行处理；

每位年宰屠工应向所在地动物卫生监督分所签订责任书，缴纳一定的责任金，待年宰结束无违规宰杀者全额退

回责任金，违规者将扣除责任金。

可以促进年宰生猪产地检疫工作的序开展，也能使产地检疫现场会精神得到落实。该政策促使：

一、猪肉消费增长较快，屠宰企业数量大幅减少

二、企业规模不断扩大，大型现代化屠宰企业发展迅速。

三、屠宰行业管理水平不断提高。

四、开展“放心肉”服务体系建设试点，努力保障人民群众对肉品的放心消费。经济环境

市物价局公布了一组数据： \*\*市猪肉价格已连续上涨一个月，40个区县中39个区县的肉价都在涨。专家预测，7月份，\*\*市cpi同比涨幅可能在3.8%～4%之间，进入轻微通胀状态。

农村猪肉消费模式将完成从数量扩张型消费向追求质量安全性消费的转变 政府对猪业监管能力的提高将奠定农村猪肉消费的安全质量型模式的监管基础，而猪肉产品信息追溯技术则为这

种消费模式提供了技术基础。

大品牌将主导居民的猪肉消费取向 我国猪肉供应主体将主要集中于在兼并重组潮流中生存、壮大起来的猪业龙头企业。消费者对主导企业和主导品牌的信任程度会日益提高，影响力大的猪肉及制品品牌将主导居民的猪肉消费取向。

外出消费和肉制品消费将主导居民猪肉消费的模式和内容 随着居民收入增加和生活节奏加快，我国猪肉消费逐渐从家庭消费向户外消费转移。

猪肉消费的发展趋势是优质化和多元化

在我国居民的肉类生产消费结构中，猪肉一直占据主导地位，中国猪肉消费将进入注重质量安全性消费阶段。中国居民尤其是城市居民对猪肉消费的品种、口味、安全性要求日益提高，猪肉消费进入了注重质量安全性消费阶段。

社会文化环境

伊斯兰教规定，杂食动物和食肉动物的肉是不干净的，所以不能吃。中国56个民族里，回族、撒拉族、维吾尔族、东乡族，哈萨克族等，就连云南的傣族里都有部分是“回傣”，最少有10个民族是信仰伊斯兰教的，也就是说有10个民族都不吃猪肉。伊斯兰教视动物倾流出来的血液为污秽不洁之物，并在《古兰经》中明载禁食。故回民屠宰行可做血肠出售，但不自食。现在我国回族群众不仅禁吃猪肉，而且还禁养猪，甚至从思想意识和感情上反感猪。猪貌丑、怪异，性贪婪、愚笨。世界各民族语言在形容人貌丑、懒散、愚笨方面无不以猪谕之。猪喜污秽。其生活区域肮脏不堪，食用的饲料也是污秽的，难与食草类动物相比。

宁波市场土猪肉销售情况调查报告

土猪肉作为特色猪肉在宁波高端猪肉市场中占有重要地位。经过对市场的实际考察发现，现今市场上主要有两

种形式的土猪肉：

一、知名品牌的土猪肉；

二、无品牌、来路不明的民间土猪肉。

在现在的宁波市场上，最有名的特色猪肉应该为阿明土猪，在市区有四家专门店，分别为：鼓楼店、张斌桥菜场店、东柳菜场店、咏归菜场店。他的主要调查情况为：

一、价格情况：其价格比普通猪肉贵了一倍左右，小排：37元/斤，大排31元/斤，前后腿肉29.5元/斤，条肉29.5元/斤，前脚29.5元/斤，后脚26元/斤，猪肝20元/斤，猪心20元/斤，猪腰20元/斤，板油20元/斤，猪肚40元/斤，筒骨30元/斤，骨头25元/斤。

二、猪肉情况：经过对摊位上剩余猪肉的观察，发现阿明土猪肉的肥膘较厚，与我公司的三级猪的膘厚相近。

三、销售情况：一般每日早上8点之前为销售的主要时间，一个摊位一天的销售大约为一头猪左右，较受欢迎的产品主要为：条肉，前腿肉，小排，大排，骨头。但是，后腿肉等部分产品也有滞销的情况。

四、经营情况：阿明土猪在设专卖店销售的同时，也让市民领养土猪，让市民体验农家乐的乐趣。领养分为两种：

一种为“只养不吃”，价格为500元；另一种为“又养又吃”，价格为2980元。阿明土猪也可提供参观。

市场上目前也存在来源不明的民间土猪，但因为无法得到检验检疫证、上市证等证件，因此都是以打游击的形式的出现在市场上，价格比普通猪肉高30%到50%，膘厚正常，也受到老百姓的追捧。此外，在某些农家乐中，也存在土猪肉。

文章标题：对猪肉市场价格上涨的调查

对猪肉市场价格上涨的调查

五月份以来，由于受饲料价格大幅上扬等诸多因素影响，我县生猪价格持续上涨，导致市场猪肉价格由过去的15元/公斤上涨到20元/公斤，不断上涨的

猪肉价格，致使消费需求转移带动了鸡蛋、牛肉、羊肉价格上涨，目前鸡蛋每公斤

7.2元，牛肉每公斤22元，羊肉每公斤26元，比去年同期分别上涨了50％、52％和54％，引起了社会各方面的广泛关注。为此，县商务局根据行业实际，会同县物价局价格成本调查队通过对大桥乡灵山村、城关镇南元村、夏馆镇夏馆村、马山口镇老庄村等部分养猪专业户、散养户及生猪屠宰加工企业和销售市场进行摸底调查，初步掌握了我县猪肉价格上涨的原因。

一、猪肉价格上涨原因

价格规律波动影响。2024年一至二季度，我县生猪市场价格一路走低，收购价格一直处于低谷，时价最低为3.5元/斤，养猪业处于严重亏损状态。七月份以后价格开始回升，生产开始恢复，但由于受主观因素即猪的繁殖饲养周期约需一年时间，目前的生猪价格仍处于运行周期的上升期，此次价格上扬是去

年以来价格规律波动的正常反映。

高致病性生猪高热病病害影响。由于去年受南方高致病性生猪高热病病害影响，养殖场及散养户的仔猪和育肥猪死亡率上升，致使广东、浙江、上海、江苏等地来我县争购仔猪、成品和半成品猪肉，加剧了猪源紧张和猪价上涨。

饲料等价格因素上涨影响。由于受米、面、油价格上调等因素影响，导致饲料价格也同步上涨且高位运行，生猪养殖成本提高。据调查，玉米、麸皮、豆粕是生猪饲料的主要成份，由于小麦、玉米、豆粕用途增加，加工能力增强，玉米、麸皮、豆粕价格上涨较快，一些散养户和养殖场受成本提高影响，不敢及时补栏和增栏，导致目前出栏总量减少，生猪货源奇缺，也是目前我县生猪价格急剧上涨的主要原因。

运输及劳动力等基础性因素价格提高影响。当前，由于社会经济的持续、快速、健康发展，致使部分行业对一些基础性的生产要素需求增大，诸如：运

输成本，劳动力价格大幅提高，汽油、柴油等价格高位运行，促进了猪饲料、生猪调动、猪肉运输成本的加大。另外，过去日劳动力成本为15－20元，而现在日劳动力成本增至30－40元，月工资涨幅到900－1200元间，劳动力价格的上扬也助推了我县猪肉价格的大幅上涨。

二、猪肉价格上涨带来的诸多问题

抑制了消费者对猪肉的消费需求。猪肉价格的直线上涨，从某些方面来讲抑制了部分市民对猪肉的强烈需求。零售肉价一天一个价位，一次比一次涨的高，致使有些市民望肉兴叹，望而却步，现在都不敢再吃肉了。在南关菜市场一肉摊前，赵老板哭丧着脸告诉我们，肉价涨了，但我们的生意更难做了，现在一天卖出去的肉不及过去的一半。

生猪定点屠宰经营户效益每况愈下。毛猪总量减少，收购价格大幅上扬，导致每天屠宰毛猪头数不抵过去的三分之一，虽然屠宰数量锐减，但由于水电煤气、工资及运输成本增大，导致生猪

定点屠宰企业成本每头上升6－9元，屠宰经营业主苦不堪言，经济效益每况愈下。

抵抗市场风险能力系数减小。一方面猪价的过快上涨，调动了未从事养殖户的计划养殖积极性，刺激了部分已从事养殖户盲目补栏，扩大规模养殖的冲动欲望。灵山村养殖户张向军目前饲养了120余头猪，打算近期补栏100多头，为出现新一轮供大于求埋下隐患。另一方面，猪肉价的过快上涨，使得部分养殖户产生了囤栏待价的不良心理，进一步加剧产销供求矛盾，致使生猪市场抗风险能力系数减小。

三、平抑猪肉价格上涨的四项措施

要充分认识到生猪价格上涨带来的负面影响，各相关职能部门要加强协调配合，抓好管理，切实稳定生猪市场，保障居民生活稳定。具体应做到：

抓住县政府5月24日新出台的《\*\*县价格调节基金征收管理办法》有利时机，强化政府运用经济手段调控市场价

格能力，商务部门要牵头完善并建立猪肉商品储备制度，制订平抑肉价紧急预案，设立猪肉价格调节基金。同时，在猪肉等商品价格再次出现波动上涨时，政府部门要把价格调节基金直接补贴给生产者、低收入家庭，以平抑市场肉价，减轻群众消费负担，稳定市场。

畜禽防疫部门要做好疫情调查和畜禽的防疫、治疗工作，使养殖场、养殖散户消除顾虑，尽快进行生猪养殖的增栏、补栏，提高存栏量，确保我县今年

十一、春节的市场供应能够得到满足。同时，县整规办、商务局要制订相应配套措施加强对畜牧部门日常监管工作的监督，定期不定期地对我县畜禽疫苗使用情况进行督查，确保疫苗使用无误，减少养殖户的损失，以进一步增强养殖户的养殖信心。

县商务局要充分发挥市场调节监管职能，迅速组织牧源养殖公司等养殖大户异地购进了批量毛猪，充实市场，达到平抑生猪价格的目的。

坚决打击市场垄断哄抬猪肉价格的违法行为。县商务局要会同商业、物价等部门，强化生猪市场监管，对一些猪贩子、肉贩子故意哄抬价格，囤积屠宰，虚假宣传，扰乱市场等不法行为要

发现一起查处一起。同时，要防止肉制品的经营户以及其它农副产品经营者借机搭车涨价，牟取非法利益。

=======================

当前猪肉价格上涨引发的问题

受多种因素影响，自今年7月以来市场猪肉价格不断上涨。据我局市场价格监测显示，自今年7月中旬起，到9月底，贡井地区生猪收购价格由最低每500克2.7元上涨为最高4元，猪肉价格也相应的由最低每500克6.5元上涨到最高8.5元，上涨幅度分别为74和31。受此影响，其他肉食品价格也相应上涨，如蛋由每500克2.8元上涨为3.8元，活鸡由每500克5.8上涨为6.5元。据了解，省内多数城市和湖南、湖北等地区猪肉价格也都上涨了。

此次猪肉价格上涨的影响估计有：一是影响全年消费品价格总水平上涨。猪肉价格上涨，带动了蛋、鸡、兔等价格上涨，同时以猪肉为原料的食品价格以及相关的饮食业价格也上涨，比如过去2元盒饭有肉食，现在则不行了。全年消费品价格总水平带动上涨。二是对低收入群体生活有一定影响。对家庭人均月收入仅有143元的家庭而言，除了必要的水、电、气开支外，能用于生活上的开支已所剩无几，肉价的上涨意味着过去能吃相对较多的肉现在只能减少，生活水平必然下降。相对而言，猪肉价格的上涨对一般家庭影响不是很大。三是同对城市低收入群体的影响相反，生猪价格的上涨使养猪农户收入增加。据市场监测，生猪价格上涨期间，与此相关的产品如饲料等价格并没有因此而上涨，养猪户增加的收入就是其纯收入。同时，这次猪肉价格的上涨也有可能增加农民的养猪积极性，生猪数量增加，反过来使猪肉价格回落。

《对猪肉市场价格上涨的调查》来源于feisuxs，欢迎阅读对猪肉市场价格上涨的调查。

华 北 科 技 学 院

课程分析报告

专业班级： 管理系市场营销b09-1班

小组成员：李智小杰张剑敏

标题 关于猪肉市场价格波动的相关因素分析报告

实习时间：2024年10月1日

指导教师：杨慧玉

评语：

评阅成绩：评阅教师：

摘要：

自2024年以来，我国部分超市里面的就开始了猪肉全面

提价，涨价范围在0．3元到2元之间。如里脊肉由11元／斤

涨到了13元／斤，瘦肉由10元／斤涨到了11元／斤，软排由

15元／斤涨到了17元／斤，而猪

脚也由9元／斤涨到了9．5

元／斤左右。据农业部“全国农产品批发市场信

息网”公布的监测数据，2024年4月份猪肉批发均价为12.99

元/公斤，环比持平，但同比却上涨35.5%。在此之后猪肉上

涨的趋势就无法阻挡，虽然在几个小时期内有着小幅度的下跌

但是大趋势上价格仍在上涨。至今为止，2024年9月30日，全

国生猪平均价格达18.98元/公斤，比前一日又上涨了0.07

元，目前已经是连续6周持续上涨。

猪肉价格的持续上涨对国民生活水平的影响很大，作为

居民日常消费的只要肉类食品，猪肉价格的不断上涨对居民日

常消费趋向和消费水平产生了重大影响，居民由于猪肉的价格

提高改变肉食的消费种类以及消

费比例，同时提高了居民在基

本温饱问题上的支出增加以至于影响居民的生活状态。有民间

言论说：宁愿不吃肉了，也不能让肉吃了我。可见猪肉涨价对

居民生活的的影响和巨大压力。

在面对猪肉涨价的问题上国家给予了高度重视，相关部

门也采取了多次措施，但猪肉价格然居高不下，其原因让广大

居民费解，广大居民迫切的希望政府能调控市场价格以保证正

常生活需求。

对此问题，我组进行了相关调查和分析。

经过我组调查认为猪肉涨价的相关影响因素如下 生猪存栏量的下降即市场供应不断减少。

有统计数字表明，自2024年以来，猪这种大众畜产品的养殖供应量便一直在下降通道中运行，正以年均超过1000

万头的速度下降。生猪存栏量持续下降已成为推高本轮猪肉价格的主因。而让人疑问的是，如今的猪肉价格已比2024年时上涨了超过六成之多

生猪存栏量逐年下降，这和占整个生猪养殖市场达85%的散养户们的动摇、减少密切相关。可以说，目前几乎所有的成本都轮番上涨，而养殖户所面临的疫病等风险成本和融资成本也在增加，养猪正在变成穷人养不起的行业。

成本是决定商品定价的主要因素之一，也是价值决定价格的体现。成本的提高是生猪存栏量下降的主要原因在养猪行业其基本成本包含如下内容：仔猪成本、猪饲料、防疫成本、其他。其中对猪肉价格影响很明显的就是饲料和防疫。由于近年来农作物的价格上涨导致猪饲料价格也是一路攀升，而同时市场对猪肉防疫卫生的检查越来越严格使养猪防疫成本在不断提升。

在网络搜索的资料中有一个实例，阎军勇是郓城县小有名气的规模养猪专

业户，其年出栏猪崽约200头、生猪近50头，他说，“肉价虽然达到了历史最高位，但养猪还不如2024年赚钱。”他算了一笔成本账：从猪崽断奶到长成110公斤左右出栏，每头猪的饲料和防疫成本在1140元，仅玉米饲料一样，每头猪的养殖成本就增加了200元。面对日益上涨的饲料成本和降不下来的人力开支，阎军勇原本想趁着好行情扩大养殖的打算中止了。

与此同时，生猪防疫疾病难控所带来的风险，也让不少曾涉足养猪的投资者退市。不少规模养殖户经历了2024年的疫情之后，很少能翻身，阎军勇所知道的规模养殖场中，将近1/3已经易主。而随着比较效益的下降，越来越多的农民选择转离又脏又臭的养猪业，甚至过去家家养猪的农村如今有的已变为“无猪村”。

面对行业前景，阎军勇感叹，养猪正在变成穷人养不起的行业。据了解，一个饲养1000头猪的大型养猪场，一个

生长周期仅饲料支出就要110万，加上猪舍建设和人力开支，保守估计也要在200万以上。

我组分析认为：一个大型养殖场要求200万的成本投资使很多市场上的投资者望而生畏，而同时效益的下降使很多现有的投资者撤出了市场，导致大户供应量的减少，并且民间小养殖户因为农村生活水平的提高以及养殖成本的增加、养殖的明显效益减少而不断的流失。而在我国的市场供应中是以农户散养为主的，规模养殖的比重很小。农村中养猪户越来越少，代表着曾经对猪肉可以自给自足甚至可以提供不少的产品给市场的农村地区对猪肉的需求大幅增加。当一个占很大比例的供应者变成需求者的时候，市场的产品缺乏就很严重了，所以农户养殖减少对猪肉市场价格的影响巨大

有专家指出若生猪补栏量下降之势不能阻止，那么未来生猪价格肯定会走

高，对消费者物价指数上涨仍会带来比较大的影响。猪源紧缺仍是近期生猪价格迅速反弹的直接原因。据中国生猪预警网汇总数据，今年生猪供应量实际比2024年减少20%左右。

受供应紧缺影响，近期猪肉价格继续出现上涨。今年以来国内猪肉价格涨幅较大并带动物价上涨，7月cpi按年涨6.5%，创37个月新高，其中猪肉价格上涨56.7%，影响价格总水平上涨约1.46个百分点。

专家认为，“在供应量有限的情况下，猪肉价格对cpi的拉动将会持续。”与以往周期不同，此次猪肉涨价在很大程度上是在通胀背景下受饲料成本飙升所推动，受粮食涨价影响，即使明年肉价能够回落，其降幅也将有限。对于后市猪肉价格走势，国家发改委价格司副司长周望军近日表示，从这一轮生猪生产周期来看，在2024年春节前，猪肉价格基本稳定或稳中略涨。

猪肉已经成为其他商品涨势的一

个标杆，在涨价的市场预期心理暗示作用下，猪肉涨价会带动其他商品涨价，这对cpi的推动仍不可小觑。猪肉需求的增加。根据资料三农直通车综合报道：全球猪牛需求增加，肉价持续上涨，美国中西部成年猪只售价，已由去年夏季每只125美元，升至200美元，升幅60%，创历来新高。但明尼苏达大学农业经济教授罗纳德·普莱恩指出，养猪成本上涨令卖猪利润变薄，用来喂猪的玉米近年被用作提炼生物能源，推高玉米价格。很多猪农只能减少养猪数目降低成本，造成猪肉越来越贵的恶性循环。

根据上面所述的第一点观点，供应的减少相对而言的就是单个供应商面对的需求增加，生产压力增大。而当供需变化造成的价格上涨所给供应商的利润空间不足以弥补产品成本上涨的时候，那么供应会在尽管市场需求大的时候由于效益没有更大的提高的时候退出市场或者保持甚至缩小产量以保证单产利

润。从而是市场供应更少。

我国近年来gdp增幅很快，广大国民的生活水平提高的速度相对较快，对于日常消费中的肉食消费产生了巨大的需求增幅。是的市场对肉类产品的需求增幅变大，供需脱节导致了产品价格迅速提升。政府政策调控面临两难问题。

商务部曾明确表示猪肉价格将主要依靠市场来调节，政府不会干预。

养殖户对于政府不干预猪价的政策持欢迎态度，但屠宰企业和猪肉零售商已经到了强弩之末，迫切需要政府出手相救。更关键的是，猪肉价格高涨已经影响到城市中低收入者的生活，猪肉从一个经济问题变为了民生问题。

庆幸的是政府已经作出了新一轮的调控措施，国务院总理温家宝2024年七月12日主持召开国务院常务会议，研究促进生猪生产持续健康发展的政策措施。会议确定，今年中央支持大型标准化规模养殖场和

小区建设的投资恢复至25亿元，并对养殖户按每头能繁母猪100元的标准给予补贴。

但到现在为止，由于宏观政策的实施滞后性，目前市场上的猪肉价格仍然处于上涨趋势。其他突发事件影响

近年内由于瘦肉精等其他突发事件的影响，我国国内的养殖生产户遭受了巨大的打击。此外，还有国外市场的价格波动同时也影响到了国内市场。

同时 我国国内的通胀问题也在影响了猪肉价格的提升，中美货币的兑换率的变化使人民币的升值问题也使得市场上产品价格的提升。

根据小组在对网络资料的收集以及相关分析，认为猪肉涨价的相关因素如上所述。特如下总结：

猪肉价格的涨价问题的主要因素是由于其他原因导致的市场供需变化，次要因素是国际市场对我国国内市场的影响。同时政府宏观调控的局限性也是

~ 26 ~

重要因素之一。

2024年10月1日

组员： 李智小杰 张剑敏

猪肉市场监管工作总结

民以食为天，食以安为先。食品安全关系到广大消费者的身心健康，关系到社会的和谐稳定。今年来，园区工商局一直认真做好猪肉质量安全监管工作，进一步落实各项工作制度，加强对肉类市场的监督检查，较好的维护了肉类经营市场的经营秩序，保证了市场的正常供应和肉品质量安全，基本做到了让广大消费者吃上了放心肉。现将全年工作汇报如下：

一、把好市场准入关口。一是严把市场主体准入关。凡从事猪肉生产经营活动的市场主体，必须依法注册登记。对涉及前置审批事项的，要严格按照“先证后照”原则办理注册登记手续。严厉查处无证无照经营猪肉行为。二是严把猪肉准入关。凡从事猪肉销售的市场、集市、超市等经营场所，都要在生猪定点

~ 27 ~

屠宰厂进行屠宰，严禁经营其他渠道的猪肉，确保猪肉质量安全。

二、强化市场主体落实产品安全管理责任制。推行市场开办者食品质量第一责任人责任制度，明确市场开办者既要与场内经营者、工商部门签订书面责任书，又要审查入场经营者的经营资格，自查猪肉进货渠道、检验检疫证明。

三、推行市场预警制。按照“教育与处罚”相结合的原则，对轻微违法经营者，向其下发预警整改通知书，责令其改正违法行为，教育其守法经营，诚实信用；对未进行检验检疫猪肉，必须强制退市，对经营者依法进行处罚。

四、是加大宣传教育力度。结合平时的监督检查，我们在日常监

管工作中经常性的向消费者、屠宰户、经营户广泛宣传法律法规政策。通过宣传，增强了消费者自我保护意识和肉品鉴别能力，提高了屠宰户、经营户对私屠滥宰危害性的认识，强化了他们的法治观念，为促使全县生猪定点屠宰

~ 28 ~

工作走上规范化、法制化轨道营造了良好的社会氛围。

全年自3月以来，检查共计出动执法员117人次，出动车辆车次。检查猪肉经营户511户次，暂无违法案件发生。21

~ 29 ~

**第五篇：宁波市场土猪肉销售情况调查报告**

宁波市场土猪肉销售情况调查报告

土猪肉作为特色猪肉在宁波高端猪肉市场中占有重要地位。经过对市场的实际考察发现，现今市场上主要有两种形式的土猪肉：

一、知名品牌的土猪肉；

二、无品牌、来路不明的民间土猪肉。

在现在的宁波市场上，最有名的特色猪肉应该为阿明土猪，在市区有四家专门店，分别为：鼓楼店、张斌桥菜场店、东柳菜场店、咏归菜场店。他的主要调查情况为：

一、价格情况：其价格比普通猪肉贵了一倍左右，小排：37元/斤，大排31元/斤，前后腿肉29.5元/斤，条肉29.5元/斤，前脚29.5元/斤，后脚26元/斤，猪肝20元/斤，猪心20元/斤，猪腰20元/斤，板油20元/斤，猪肚40元/斤，筒骨30元/斤，骨头25元/斤。

二、猪肉情况：经过对摊位上剩余猪肉的观察，发现阿明土猪肉的肥膘较厚，与我公司的三级猪的膘厚相近。

三、销售情况：一般每日早上8点之前为销售的主要时间，一个摊位一天的销售大约为一头猪左右，较受欢迎的产品主要为：条肉，前腿肉，小排，大排，骨头。但是，后腿肉等部分产品也有滞销的情况。

四、经营情况：阿明土猪在设专卖店销售的同时，也让市民领养土猪，让市民体验农家乐的乐趣。领养分为两种：

一种为“只养不吃”，价格为500元；另一种为“又养又吃”，价格为2980元。阿明土猪也可提供参观。

市场上目前也存在来源不明的民间土猪，但因为无法得到检验检疫证、上市证等证件，因此都是以打游击的形式的出现在市场上，价格比普通猪肉高30%到50%，膘厚正常，也受到老百姓的追捧。此外，在某些农家乐中，也存在土猪肉。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找