

# 旺季遇上反常行情，超市猪肉价格跌破每斤10元 曾腾云驾雾的“二师兄”为啥跌得这么惨

果然财经

“金九银十”本是猪肉消费的传统旺季，叠加中秋国庆双节临近，市场却迎来反常行情。9月16日，记者走访济南部分超市和社区生鲜店看到，猪肉柜台的价钱标注：筒骨6.88元/斤、后腿肉8.99元/斤、精选瘦肉11.8元/斤、带颈前排12.8元/斤……不少买菜的消费者均疑惑，为啥最近猪肉价格又下降了？

记者 张志恒 济南报道

## 上游到终端的价格传递

“上个月前腿肉还12.5元/斤，这就跌到7.9元了，赶紧多买几斤冻起来。”9月16日上午，济南历下区某大型超市内，市民杨女士向记者展示她的“战利品”——3斤前腿肉、5斤肘肉和5斤筒骨。“筒骨才6元多一斤，天气转凉正好炖汤用。”

另一位前来买猪肉的胡先生表示：“现在猪肉比鸡肉贵不了多少。”他坦言，虽然价格便宜，但不会盲目囤积，“冰箱容量有限，放久了不新鲜，还是吃多少买多少”。

“今年的屠宰产能比去年下降了15%左右。”从事生猪屠宰加工数十年的迟先生在接受采访时表示，从价格上来看，当前生猪采购价格已跌至近年同期低位。“去年同期毛猪采购价维持在每斤7.5元左右，从未低于7元，而今年已降至每斤6.5元至6.8元区间。加工后的白条猪按公斤计价，当前走货价在22至23元/公斤，折合每斤11元左右。”

大型养殖企业同样承压。上市猪企牧原股份(002714.SZ)在2025年半年报交流会上表示，近期，为平衡市场供需关系，促进生猪价格平稳运行，国家实施对生猪产能的综合调控，公司响应号召，调减能繁母猪存栏规模，有序淘汰低产低效母猪，预计年底将降到330万头。



济南某超市内猪肉供应充足，价格亲民。

## 多重因素致“旺季不旺”

猪价在传统旺季“跳水”，并非偶然，而是供应过剩、需求疲软与市场预期错位三重因素叠加的结果，也让第六轮猪周期呈现出“旺季不旺、淡季不淡”的反常特征。供应端的持续放量是价格下行的核心推力。

农业农村部数据显示，当前全国能繁母猪存栏量达4043万头，超出正常保有量3.7%。迟先生对此深有体会：“现在能繁母猪两年能产三胎，每胎仔猪能有10到20头，繁殖效率比以前高多了。加上养殖技术和防疫能力提升，没了大的疫病影响，毛猪存栏量自然逐步增长。”叠加头部猪企的出栏放量，20家头部猪企8月合计出栏1684.38万头，18家实现同比正增长，部分甚至翻番。为抢占市场份额，大型企业即便亏损仍维持高出栏量，中小养殖户只能跟风降价，进一步加剧供应压力。

需求端的低迷则让供需失衡雪上加霜。餐饮行业采购量下滑，居民日常消费与节假日消费均不及往年。“7月放暑假后，普通地区就进入了消费淡季，本指望双节节能回暖，没想到需求还是没起来。”迟先生无奈表示。更值得注意的是，肉类市场竞争加剧，鸡肉、牛肉、海鲜等替代品价格均有不同幅度的下降，凭借价格、营养等优势分流需求，进一步挤压了猪肉市场空间。

养殖户见猪价下跌，担心后市更糟而集中出栏；批发商怕存货贬值，加速走量甩货；消费者期

待价格再降，推迟采购计划。“需求弱导致屠宰厂收购价下降，又让猪肉价格进一步下跌，连锁反应一形成，价格就很难稳住。”迟先生解释道。

## 猪肉价格能否止跌

面对猪市的反常行情，政策层面已率先发力，产业链各环节也在积极寻求突围。9月16日，农业农村部与国家发改委联合召开生猪产能调控企业座谈会，据目前的信息来看，已明确了针对性调控措施：要求25家头部企业到2026年1月底前合计减少能繁母猪100万头，各省份同步落实调减任务；同时划定2026年目标，头部企业出栏量同比减少10%，带动全国出栏量减少5%。这一举措直指供应过剩的核心，通过精准调控产能，为猪价回归合理区间奠定基础。

产业链企业也在根据市场变化调整策略。养殖端，除牧原股份外，多家头部企业已启动能繁母猪优化工作，通过淘汰低产母猪、控制仔猪补栏量，主动收缩产能。屠宰加工端，以迟先生的企业为例，选择“随行就市”：“毛猪采购价格很透明，现在采购量少就顺势压价，等节前采购量上来，可能会有竞价抬价的情况，但短期不会盲目扩产。”对于后市，迟先生判断：“往年节前一周会有短期涨价，但今年预计涨幅有限，节后还会进入淡季，价格可能继续下行，要等到明年春节前才有望明显回升。”随着政策调控效果逐步显现，叠加消费旺季的潜在拉动，猪市或有望在供需平衡的重建中逐步回暖。

中秋节将近，青岛各大商超的月饼专柜已悄然上线。从传统广式月饼到融入城市记忆的文创新品，从亲民散装月饼到高端定制礼盒，青岛月饼市场呈现出多元化、健康化的消费趋势。外形为栈桥、“五月的风”等青岛标志性景观的文创月饼更是令人耳目一新。

记者 曹婧雯 青岛报道

## 口味、外形双重创新

在青岛市市北区家家悦超市内，中秋月饼专柜已占据显眼的位置，货架上既有包装精致的礼盒，也有承载儿时记忆的老式散装月饼。距离中秋节时间不足一月，“月饼大战”已提前点燃市民的节日消费热情。

今年青岛月饼市场的创新力度令人瞩目，无论是月饼外形设计、内馅，还是包装形式，都涌现出诸多创新产品。青岛市城阳区有甜丝甜烘焙店推出了青岛文创月饼，以青岛城市地标为载体，将城市风景“装进”月饼中。“我们的文创月饼外形是栈桥、‘五月的风’、啤酒城、崂山等8个青岛标志性景观，通过模具将建筑样貌展现在月饼上。”该烘焙店老板田女士说道。

除了外形方面的创新，田女士在月饼内馅中也加入了自己的巧思。“崂山款内馅为崂山绿茶和酸杏，啤酒城款内馅也加入了青岛啤酒，我们希望大家在吃到传统风味的同时，也能吃到更多新味道，让月饼也‘年轻’起来。”据了解，文创月饼一盒有8粒，每盒的价格为258元。截至目前，田女士推出的“青岛文创月饼”已经累计售出1000多盒，超8000个月饼。

## 我吃的不是月饼，是『五月的风』

岛城推出多款文创月饼，创新引领『舌尖新表达』

“除了本地人，还有很多外地游客来购买，我们想要通过月饼让更多人了解青岛，未来也会将月饼作为伴手礼持续售卖。”田女士说道。在创新的赛道上，今年丹香推出的“豆蔻子月饼”也大火了一把，不少丹香店内的该款月饼都已断货。“售价是10.5元/个，很多年轻人买，买6个会给装在一个礼盒里，组合购买的市民较多。”丹香店内工作人员说道。

## 低糖月饼流行

随着消费者的健康意识提升，低糖月饼的口味越来越多，“低油低糖”正逐渐成为月饼界的“新”标准。不少品牌都推出健康系列月饼，从原料选择到工艺改良，都围绕健康理念展开。

同时，低糖月饼的流行也改变了中秋消费场景。以往“重礼品轻食用”的消费习惯正在改变，不少家庭开始选择小规格低糖月饼作为日常茶点。商超现烤月饼摊位的工作人员称，很多年轻人下班后来买两个散装月饼当第二天早餐，这种“日常化”的趋势让月饼逐渐回归食品本质属性。

从传统口味的坚守到地域文化的创新，从高糖高脂到低糖健康，青岛月饼市场的变化折射出健康观念的升级。中秋，一块小小的月饼不仅承载着团圆的祝福，更成为城市文化与健康生活理念的载体，在传统与创新的碰撞中演绎出别样风味。

编辑：马纯潇 组版：刘淼

### 挂失声明

◆遗失声明：山东双河重工集团有限公司（统一社会信用代码：91370125MA3D4Y332A）不慎遗失合同专用章（2）（编号为：3701157540412），特此声明作废。  
◆收据丢失证明，本人赵千羽（身份证号370105197910252542）将山东火炬置业有限公司火炬东第购房收据（房号2-1-501，金额229614元）丢失。声明作废，由此产生的一切经济责任由本人承担，特此证明。

### 金龄健康·山东济南养老服务中心

●国企品质，公办五星级养老机构。  
●山东省民政厅首批“养老机构试用周”参与机构，现推出**5天免费试住**活动。试住期间免床位费、护理费，餐费据实结算。

电话：**0531-82805587**  
**82805588**  
地址：济南市市中区望岳路3668号

# 齐鲁农超中秋礼品券 正在热销中!

## 黄河口大闸蟹礼品券

购买礼品券或了解详情请联系  
邹老师13361029080

\*具体产品以实际情况为准，购买后请及时兑换  
山东齐鲁农超科技有限公司有最终解释权

扫码购买 >>