



一场全球性的“粮食危机”正在向我们袭来。据联合国粮农组织最新发布的全球粮食危机报告显示。截至2021年,全球出现严重粮食短缺问题的国家达到了53个,波及人口约为1.93亿。因为粮食短缺而导致的饥饿和营养不良的人口,也已经达到了1.28亿人。为了确保自身的粮食供应,全世界20多个国家实施了粮食出口的禁令。然而,多个国家的禁令又使粮食价格进一步上涨,如今的粮食价格已经来到了近10年来的最高点。联合国粮食计划署也因此发出了警告,声称人类或将面临“二战后最大的粮食危机”。



全球粮食危机来袭 中国有何“粮策”?

全球粮食危机如何影响中国粮食安全?

国际粮食危机对国内粮食市场的影响主要体现在贸易冲击和成本传导两方面。

1. 贸易冲击: 一是国际粮价上涨直接抬升粮食进口价格,国内自给率偏低的品种面临联动涨价压力。我国进口谷物价格与国际谷物价格相关性高,今年国内进口粮食成本大增,进口

依赖度较高的品种涨价压力较大。二是受地缘冲突影响的品种,如玉米、油料进口受冲击较大。今年1~4月我国玉米进口量约一半来自于乌克兰,玉米进口量下滑将加剧国内玉米供需不平衡。

2. 成本传导: 一是国际高油价带动农资成本上升,抬高国内种粮成本,挤

压农民收益。农资和服务费是我国粮食生产中的最大成本,今年国内化肥批发价格指数累计上涨超20%,推高了粮食生产成本。二是饲料价格上升抬高养殖业成本,加剧生猪养殖业波动,容易引发生猪产能不足和猪价上涨。今年玉米、豆粕上涨使得猪粮比已经跌入亏损区间,生猪持续去产能。

应对危机 中国有何“粮策”?

或许很多人很奇怪,为什么我们感觉不到粮食价格的剧烈飙升?主要还是因为我国对粮食的重视。粮食安全是一个系统工程,短期看是库存安全,长期看则是产能安全。

1. 高库存: 农业农村部提供的数据显示,2019年中国粮食产量达1.3万亿斤,人均消费口粮原粮150公斤。折合成品粮计算,100公斤的口粮,就能满足一个中国人一年的消耗需求。农业农村部种植业管理司司长潘文博指出,中国目前的粮食人均占有量是472公斤,高于人均400公斤的国际粮食安全标准线。储备粮多的好处是显而易见的,比如这一波全世界粮食大涨价,中国的主粮价格依然保持相对稳定。储备粮的最大意义所在,是保障民生平稳,让老百姓不用担忧吃不起饭,就算不是所有人都吃得起海鲜鲍鱼,但肯定让你拥有碳水自由,要知道近现代挨饿的记忆在我们这个民族的基因里面,所以建国70多年我们国家无论经历了什么,对储备粮的重视都不曾改变。

2. 高产量: 根据相关数据显示,

2021年我国粮食总产量68285万吨,比2020年增加1336万吨,增长2.0%。据美国农业部的数据,2021年全球小麦产量为7.788亿吨,其中我国小麦总产量达到1.369亿吨,占全球总产量的17.6%,成为世界上最大的小麦生产国。排名第二和第三的分别是印度和欧盟,产量分别为6230万吨和3110万吨,都不及我国的一半。

并且,我国已经成为世界上第一大粮食生产国和第三大粮食出口国,水稻、玉米、小麦等高效育种技术体系逐步完善,95%以上的主要农作物皆为自主育种,基本实现了主要粮食作物良种全覆盖。

3. 高进口: 根据中国海关总署5月公布的数据,今年一季度,我国进口谷物及谷物粉1622万吨,同比增长4%。仅4月就进口粮食1360.4万吨,1~4月进口粮食5060.6万吨,比去年同期5074.4万吨略降0.3%,这意味着要有超过5000万吨粮食运往我国。对于农民自己种植的粮食,国家粮食和储备局还要求坚持农民“种粮卖得出”底线,采取

多种措施同时进行市场化收购。因此,我国不仅自己生产粮食,还不断进口优质粮食。

4. 守“红线”: 中国虽然有960万平方公里土地,但可耕地并不太多。中国有14亿人口,人均耕地是远远低于世界平均水平的。我们常说占世界7%的土地养活了世界21%的人口,这成为中国的一个骄傲。耕地保有量是中国粮食安全的基本盘。18亿亩耕地红线,是中国确保耕地保有量的约束性指标,它被看成是保障中国粮食安全的“安全线”。2017年,国务院印发《全国国土规划纲要(2016—2030年)》,明确要求到2020年、2030年我国耕地保有量要保持在18.65亿亩、18.25亿亩以上。

中国社科院农村发展研究所研究员王小映表示,18亿亩耕地红线并非“拍脑门式划线”,而是土地资源管理等部门经过系统研究测算确定的,并通过编制中央、省、市、县、乡5级国土空间规划来实施。18亿亩耕地红线意味着可以保障中国人的口粮安全,也能够守得住。

慕思股份成功登陆A股 以智能化优势打造国际品牌

“慕思”,一个在中国家喻户晓的床垫品牌。2022年6月23日,迎来了全体“慕思”人的高光时刻,随着品牌创始人王炳坤先生的敲钟,宣告了慕思健康睡眠股份有限公司(以下简称:慕思股份公司,股票代码:001323)正式在深交所挂牌上市。此次踏足资本市场,慕思股份有望进一步发展,未来可期。

慕思股份旗下慕思品牌创立于2004年,主要从事整套睡眠系统的研发、生产、销售,主要产品包括中高端床垫、床架、床品和其他产品,其中床垫为公司核心产品。自成立以来,一直专注于人体健康睡眠研究,秉承“让人们睡得更好”的企业使命。目前,公司已发展成为国内床垫行业领先企业,处于内资品牌第一梯队。

受国内外疫情影响,公司的经营活动也受到了影响,各地区的封控、管控措施给公司的生产、运输、销售都产生了不利影响。但据公司最新数据显示,一季度的业绩仍呈现了增长的态势,实现营收124477.27万元,同比增长0.2%,实现营业利润14980.28万元。在如此严

峻的形势下,仍实现增长,说明公司有着雄厚的实力和潜力。

公司已建成以“经销为主,直营、直供、电商等多种渠道并存”覆盖全国的多元化、全渠道销售网络体系。通过经销、直销渠道发展了覆盖国内500多个城市、1900余家经销商和4900余家专卖店的完善线下终端销售网络,专卖店的布局已逐步辐射至国外,在德国、意大利、澳大利亚和美国等20多个国家和地区均设有专卖店。

如今,慕思股份更是与“欧派”“锦江”等知名品牌企业强强合作,建立起直供合作关系,并通过“天猫”“京东”等知名电商平台开展了线上销售。

未来,公司将进一步尝试与产业链相关定制家具、家纺、建材和酒店管理等行业知名品牌企业进行强强合作,进一步拓宽产品销售渠道,持续挖掘潜在市场空间,进一步加大公司的市场占有率。

多渠道的销售模式,也成就了如今慕思股份的辉煌业绩,使得公司的业绩在疫情的影响下,仍能保持增长

的趋势。2021年,慕思股份更是创下了64.81亿元的超高业绩,实现床垫销量157.64万张,市场占有率第一。

通过成功登陆深圳主板,慕思股份将进一步紧抓机遇,率先开启数字化转型,与西门子、舒乐、ABB、IBM、礼恩派集团等世界一流企业合作,引入了全球先进的自动、智能化设备和工业流程,最大限度地实现制造过程中的工艺数据化、生产自动化、信息自动化、物流自动化,打通从客户下订单到产品交付的全自动化流程,积极拥抱智能化制造变革,此次更是借助资本市场,打造4.0超级工厂,募投工厂项目达产后将分别新增床垫95万张/床架产能15万套。

慕思股份定位于健康睡眠文化的推广者和传播者,公司通过超高的研发能力,持续加大新材料、新设计、新技术的研究,为消费者打造更加具有高技术的睡眠产品,致力于不同消费者的不同睡眠需求而发展。未来,我们希望慕思股份不忘初心、大力发展、走向世界,致力成为我们中国在国际上的著名品牌。