

摒弃粮食贸易保护主义

粮食大事

今年全球粮食市场的突发事件一个接着一个。印度继5月份禁止小麦出口之后，近日又宣布禁止碎米出口，并对未碾米、去壳糙米、半精米和全精米等部分大米出口征收20%关税，9月9日起生效。在黑海“粮食走廊”重启、全球粮食危机稍有缓和之际，印度此举再次搅动全球粮市，有可能引发新一轮全球粮价上涨，进一步加剧全球粮食危机。

印度大米出口在全球大米市场供应中有着举足轻重的地位。印度是世界第二大水稻生产国、世界第一大大米出口国，为全球150多个国家供应大米，大米出口量占全球大米贸易量的40%，超过了泰国、越南、巴基斯坦和缅甸、泰国等国，2021年印度大米出口量达到创纪录的2150万吨。今年受极端干旱天气影响，印度水稻播种面积大幅下降，水稻减产预期强烈，国内大米价格大幅上涨，通货膨胀加剧。印度限制大米出口，有利于确保国内供应、平抑大米价格，但会进一步加剧全球粮食供需失衡，助推大米价格上涨，增加大米进口国的进口成本，使得一些严重依赖印度大米进口的国家可能面临额外通胀压力。

从供需看，近年来全球大米供需延续宽松格局。今年受极端高温干旱和洪涝灾害影响，水稻生产面临严峻挑战。除印度外，我国南方水稻主产区受到持续高温干旱影响，虽然早稻实现小幅增产，但中晚稻面临减产风险。美国加利福尼亚州的水稻因极端干旱天气播种面积大幅下降，收成预计减半，大米出口量下降。巴基斯坦受极端洪涝灾害影响，水稻生产遭受重挫。机构预计，今年全球水稻生产会小幅减产。印度限制大米出口，不会从根本上改变全球粮食供需宽松格局，但在全球供需错配、生产成本暴涨、通货膨胀加剧等各种因素叠加的背景下，会进一步加剧全球粮食供需失衡。

本版编辑 梁剑箫 覃皓珺
来稿邮箱 mzijc@163.com

印度限制大米出口，不会从根本上改变全球粮食供需宽松格局，但在全球供需错配、生产成本暴涨、通货膨胀加剧等各种因素叠加的背景下，会进一步加剧全球粮食供需失衡。面对大米价格上涨的挑战，世界各国应通力合作，粮食出口国应该摒弃粮食贸易保护主义，发达国家应该帮助广大发展中国家提升粮食自我保障能力。

我国是印度碎米最大买家，印度大米出口禁令对我国大米市场影响可控。我国水稻连续多年产大于需，库存充足，自给率超过100%，完全能够满足市场需要，进口大米主要用于调剂需求。2021年，我国大米进口量达496万吨，仅占当年产量的3%左右。而且，我国大米进口主要来自印度、越南、巴基斯坦、缅甸、泰国等国，进口来源地分散，抗风险能力强。今年，受俄乌冲突以及全球小麦、玉米价格高位波动影响，我

国玉米、小麦进口下降，大米价格低，进口替代需求增加，其中碎米进口增加较多，主要用于制作饲料和酒精。印度限制大米出口，对我国一些饲料企业和工业企业有一定影响，但对口粮影响极其有限。

与全球玉米、小麦价格持续高位剧烈波动相比，近两年全球大米价格波动幅度小，成为稳定粮食市场的最后稻草。目前，这种局面正在改变。在水稻减产预期增强的情况下，全球大米价格近几个月持续上

涨。泰国和越南8月底就提高全球大米价格达成了共识，印度限制大米出口，助推全球大米价格上涨。有人认为，今年上半年，受俄乌冲突影响，小麦和玉米价格成为全球粮价上涨的风暴中心，大米价格保持平稳态势。下半年，大米价格上涨有可能成为焦点。

面对大米价格上涨的挑战，世界各国应通力合作，粮食出口国应该摒弃粮食贸易保护主义，发达国家应该帮助广大发展中国家提升粮食自我保障能力，共同努力构建高效、开放、公平的全球粮食供应体系。



李勇坚



徐 骏作(新华社发)

购车减税促消费

自今年6月1日起至8月末，车辆购置税减征政策实施满三个月，已有约355.3万辆车享受了减征政策，累计减征车购税230.4亿元。享受政策的车辆数、减征税额呈现逐月增长态势，显示出政策逐步发力，受益面稳步扩大。作为国民经济重要支柱产业，汽车产业链条长、涉及就业面广、拉动消费作用大。为稳住宏观经济大盘，促进汽车市场发展，我国部署稳经济一揽子措施，提出阶段性减征部分乘用车购置税，有效助力汽车市场回暖。下一步，应继续落实好车购税减征等政策，加大政策辅导力度，优化办理流程，促进汽车市场健康发展，进一步提振消费。

(时 锋)

一段时间以来，随着居民收入水平的持续提高，我国家电保有量持续增加，已超过21亿台。在家电行业出现趋势性转换的情况下，结构升级成为新的增长点，更新换代需求成为主导，高端产品推广与普及是增长关键。如何引领家电消费新潮流，更好满足消费多元化和对生活品质的追求，带来更优质的使用体验，成为一道必答题。

从家电产品的需求来看，消费者更加注重高端、新型、智能、绿色的家电产品，更青睐高品质消费，这就要求企业产品的设计、功能与品质上下功夫。以彩电为例，大尺寸、高刷新率、具有游戏功能等特征的相关产品更受追捧。京东家电统计数据显示，2021年游戏电视成交额同比增长450%，120Hz的高刷新率电视销售呈现爆发式增长。同时，绿色化也日益成为消费者的新宠。比如，2022年上半年，一级能效的空调零售量占市场份额已达76%。

从家电购买的渠道来看，线上渠道渐成主流。2021年，线上渠道零售额占整体家电市场的52.9%，连续两年占比超过50%。消费者更偏爱功能集成、便利、智能的家电产品，不再单纯追求产品最基本的实用价值，而是期待所使用的产品有质量、有信誉、有更丰富的文化内涵。比如，水槽式和集成式洗碗机、集健康吸拖多功能于一体的扫地机、可以减轻家务负担的扫地机器人等产品的热销，表明其不但能够提升消费者的生活品质，还可以为消费者生活提供极大的便利。

从市场空间来看，由于一些大城市家电普及率很高，总体市场增长有限，因此主要的增量空间来源于家电普及率较低的三线及以下的城市、县镇与农村地区。数据显示，2021年，占人口70%的下沉市场家电零售规模达2775亿元，同比增长8.9%，增幅远高于整体市场，是家电市场中最具潜力的区域。除此之外，农村地区上一轮家电下乡所购置的家电，大都已进入更新期，这也会对家电市场起到拉动作用。可以发现，从下沉市场置换以及新增需求来看，高性能、高品质、时尚感、智能化等特征成为市场关注的亮点。

有鉴于此，家电企业应从多方面发力，稳妥施策。

一要持续推动产品创新。从近几年家电市场发展来看，具有便利性、功能复合、智能化程度高、绿色环保等特征的创新型产品，如智能化家庭清洁类产品、便利化集成化厨电产品等增长率高。不断推出更符合老百姓使用需求的创新产品，成为题中应有之义。二要主动满足不同偏好的消费者的需求。比如，对于不同年龄、不同收入水平、不同地域、拥有不同住房面积的人群，对家电需求有着较大差异，这就要求家电企业精研消费者需求，投入更多资源进行科技研发，不断突破技术难题，推出更多优质产品。三要关注新市场需求。例如，对于老年人市场，要开发出更为适用的产品；对于农村市场，除了产品开发之外，还要在销售、配送、维修、回收网点等方面加大投入。只有通过持续创新，才能以更大力度释放家电消费潜力，推动家电市场持续健康增长。

(作者系中国社会科学院大学教授、博士生导师)

洞见

智慧邮惠付 管理更精细

使用“邮惠商家”智慧经营工具，
享多项增值服务，助力商户提升效益。

本产品的收单机构为中国邮政储蓄银行

A股股票代码: 601658
H股股票代码: 1658
客户服务热线: 95580
网址: www.psbc.com

质量强国
中国向上
主题品牌传播展示

中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA