



唐山港一季度吞吐量超1.6亿吨

□ 刘红霞 郁琼源 舒 静

国家统计局4月17日发布一季度国民经济“成绩单”，“新华视点”记者结合各部门发布的同期相关数据，探寻中国经济发展脉动。

GDP:增长6.4%,经济运行在合理区间

国家统计局数据显示，初步核算，一季度国内生产总值213,433亿元，按可比价格计算，同比增长6.4%，与上年四季度相比持平，比上年同期和全年分别回落0.4和0.2个百分点。

国家统计局新闻发言人毛盛勇说，总的来看，一季度国民经济继续运行在合理区间，延续了总体平稳、稳中有进的发展态势，积极因素逐渐增多，为全年经济稳定健康发展打下良好基础。世界银行中国局局长芮泽表示，全球不稳定不确定因素给世界经济带来逆风，但6.4%的增速印证中国经济“稳”的态势和趋势没有改变。

税收:增幅回落11.9个百分点,减负效应持续显现

一季度全国税收收入增长5.4%，

增幅同比回落11.9个百分点。其中，国内增值税增长10.7%，较去年同期回落9.4个百分点；个人所得税同比下降29.7%，增幅回落50.4个百分点。教育费附加等专项收入同比下降0.8%，增幅回落14.3个百分点。

中国社科院财政与贸易经济研究所研究员杨志勇认为，随着个税专项附加扣除政策1月1日落地，约8400万纳税人无需再缴纳个税。一系列减税降费举措实打实、硬碰硬，纳税人、企业的获得感进一步增强。

财政收入:增长6.2%,基础不断夯实

据新华社消息，财政部数据显示，一季度全国一般公共预算收入53,656亿元，增长6.2%；支出58,629亿元，同比增长15%，增幅比去年同期提高4.1个百分点，财政资金使用效率加快。

财政部国库司副巡视员李大伟说，全国财政收支运行总体平稳，从后期收入看，深化增值税改革将给财政收入增长带来更大压力。但

随着企业负担明显减轻，市场活力不断激发、宏观经济运行稳定性增强，财政收入增长的基础也将不断夯实。

外贸:增长3.7%,实现平稳开局

海关数据显示，一季度我国货物贸易进出口总值为7.01万亿元，同比增长3.7%。3月份，我国进出口增长9.6%，其中出口尤为亮眼，实现21.3%的增长。

商务部研究院对外贸易研究所所长梁明说，当前，世界经济和贸易增长动能转弱，外贸发展面临诸多不确定因素。我国一季度外贸实现平稳开局来之不易，这与我国出台一系列稳外贸、扩大开放的举措密切相关。压力之下，我国外贸要实现稳中提质，一方面外贸企业要加速转型，另一方面要扩大外贸“朋友圈”，优化结构。

消费:“买买买”近10万亿元,经济增长主动力强劲

一季度，全国社会消费品零售总额97,790亿元，同比增长8.3%。

其中，网上零售额22,379亿元，增长15.3%。最终消费支出增长对经济增长的贡献率为65.1%，消费继续成为需求动力的主导力量。在全部居民最终消费支出中，服务消费占比为47.7%，比上年同期提高1.4个百分点。

贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍认为，消费对经济的拉动作用持续增强，市场预期明显改善，消费者信心指数不断提升。未来消费环境还需进一步完善，优质消费供给还需进一步跟上。

地方债:发行破万亿元,助力稳投资防风险

数据显示，一季度我国新增地方政府债券累计发行11,846.9亿元，占提前下达部分2019年新增地方债限额的85.2%。新增债券平均利率3.34%，较上年下降55个基点；平均期限7.37年，较上年增加1.27年。新增债券资金超过六成用于在建项目建设。

中央财经大学中国公共财政与政策研究院院长乔宝云说，一季度发债进度和使用情况都超过预期。值得一提的是，地方债放开商业银行柜台销售得到广大个人投资者认可。今年地方债发行与实际需要紧密结合，既在“开前门”稳投资促消费方面显现巨大作用，也为“堵后门”防风险提供了保障。

外资:前2个月吸收外资增长5.5%,投资动能强劲

商务部数据显示，今年前2个月，我国实际利用外资1471.1亿元，增长5.5%。主要投资来源地中，韩国、美国、荷兰、德国、法国对华投资分别增长35.6%、44.3%、174.8%、39.9%和113.3%。自贸试验区实际利用外资增长35.1%。

对外经贸大学中国世界贸易组织研究院院长屠新泉说，全球投资动能不足背景下，中国对外开放步子在加快，开放广度和深度在扩展，同时持续营造法治化、国际化、便利化的营商环境，增强了对外资的吸引力。



顾客在海南海口免税店选购商品。(资料图片) 新华社记者 郭程 摄

延伸阅读

□ 张辛欣

敦煌纹样绣进了时尚潮服；蓝印花布嵌入到家装壁纸；青花点缀与外形勾勒，让硬朗的家电多了几番柔美……走进一线市场不难发现，越来越多的企业、产业将传统文化作为“缪斯”，试图从中汲取灵感、挖掘价值。

“国潮”，顾名思义，即国内本土潮流品牌。“国潮”这个口号，可追溯至前些年飞跃与回力的民间走红，之后五花八门的“国潮”品牌声名鹊起。

当下，“国潮”正成为制造业转型的方向之一，从中“走出”的新动能，为产业发展带来蓬勃气象。

传统与时尚的“邂逅”

祥龙盘踞中间，七星环绕四周，五彩丝线点睛勾勒，传统的图案重新设计打磨，与运动服饰结合，便成了新风尚。这款由皇锦品牌推出的“七星吉照”卫衣，短短几天销售一空，原本用来“投石问路”的“试验品”，却意外成了“爆款”。

“爆款”的背后，是传统与时尚的“碰撞”。“用年轻化的语言对传统文化提炼、翻译、融合，就会打造出令人耳目一新的效果。”皇锦首席图案设

计师王永芳说，事实证明，没有“躺”在博物馆里的文化，只有是否适宜的应用与表达。

中国结寓意完满，敦煌飞天蕴含美好想象……传统文化是美与艺术的结晶，更是设计与制造的灵感源泉。随着制造业转型升级，越来越多的中国制造品牌从传统文化中寻找价值“赋能”，试图打造“国潮”。

以丝巾为例，从剪纸、篆刻等取材，与现代印染、工艺结合，不仅提升了审美性，更迎合了升级的需求。“拥有文化自信，才能成就知名品牌。”国内丝巾品牌妩WOO创始人孙青锋说。

生产与营销模式的拓展，也加速传统文化走进现代生产生活。打造图案数据库、搭建互联网平台，共享创造模式让越来越多的手艺人找到“伯乐”；场景营销、手工体验游，新渠道、新模式正重新定义消费……

不久前，快手发布非遗带头人计划，借助科技力量和平台优势，让更多商业品牌与传统文化对接。过去一年，快手非遗视频播放量达250亿次。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨说，所有的制造、品牌、模式，归根结底都是文化的传递。在对传统文化的融合中，品牌价值不断提升、发展思路不断拓宽。

坚守与创新的平衡

制造业用文化“赋能”，既不是简单的添加，也非千人一面的照搬，是建立在自身和用户基础上的汲取、吸收和再创造。这一过程中，什么应该保留，什么应该创新？皇锦首席图案设计师王永芳有着自己的理解。

十几年前，研究敦煌与故宫纹样的王永芳加入皇锦，希望借助商业传承文化。起初只是简单将纹样整理、复刻。一次偶然的机会，她将敦煌大漠变为橙色画在丝巾上，这个学术界看来似乎不太严谨的做法，却受到了市场的认可。一条传统文化再创造的“丝绸之路”就此打开。

“对传统文化的呈现，本质上就是写意的过程。打破‘形’，守住‘神’。”

王永芳认为，“神”代表着匠艺与精神，“形”则是图案与色彩、材料的重组。

“原创与高端的路很难走，但因为坚持，我们闯过一度萧条的市场。因为创新，最终在消费升级时代迎来新生。”皇锦品牌负责人吴晓平说。

“传统文化是品牌价值的源头。对文化的解码与创造，是企业潜力所在。”中国服装设计师协会主席张庆辉说，品牌与文化的融合源于对自我和外界的理解。

智慧营销、大数据服务等为品牌开拓市场打下基础。专家认为，信息技术的注入，能够让品牌更好兼顾坚守与创新的平衡，不断推动传统文化与现代制造的有机结合，为价值提升助力。

文化与制造的融合

文化与制造的融合，让越来越多的企业看到跨界带来的活力。“国潮”同样不只是制造本身。当下，产业间跨地域、领域，甚至时空的合作越来越多，打破边界，发展路径越发宽广。

“国潮”成为制造业转型新方向

越来越多的企业、产业将传统文化作为“缪斯”，从中汲取灵感、挖掘价值