

# 经济形势怎么样？物价怎么走？外贸走势如何？

## 国家统计局解读经济热点

新华社北京5月17日电

(记者魏玉坤、邹多为)

国家统计局17日发布4月份经济运行主要数据。围绕经济形势、物价、外贸走势等当前经济运行的热点问题，国家统计局新闻发言人付凌晖当日在国新办发布会上进行深入解读。

### 国民经济延续稳定恢复发展态势

付凌晖表示，4月份，生产需求持续增长，就业物价总体稳定，新动能培育壮大，国民经济延续稳定恢复发展态势。

生产稳中有升，需求继续扩大。从生产看，4月份，全国规模以上工业增加值两年平均同比增长6.8%，比上月加快0.6个百分点；服务业生产指数两年平均同比增长6.2%，整体上保持稳定增长态势。从需求看，4月份，社会消费品零售总额两年平均同比增长4.3%，继续保持稳定增长态势。

就业总体稳定，城镇调查失业率下降。前4个月，全国城镇新增就业437万人。4月份，全国城镇调查失业率为5.1%，比上月下降0.2个百分点。

发展新动能持续壮大，市场主体活力增强。从新动能情况看，在规模以上工业当中，装备制造业和高技术制造业两年平均同比分别增长11.2%和11.6%，明显快于全部规模以上工业

增加值增速。

“也要看到，当前国际形势还比较复杂，全球疫情发展还存在不确定性，世界经济复苏前景还面临很多不确定因素。国内经济恢复仍处在恢复进程之中，恢复当中不平衡的现象还是存在的。”付凌晖说。

付凌晖表示，下阶段，要按照中央部署，继续抓住当前稳增长压力较小的窗口期，科学精准实施宏观政策，促进经济稳定运行在合理区间。同时，要进一步深化供给侧结构性改革，推动经济高质量发展。

### 物价保持稳定有条件

统计数据显示，4月份，全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.9%，涨幅比3月份扩大0.5个百分点。

付凌晖表示，目前CPI处于温和上涨，核心CPI同比上涨0.7%，也是小幅上涨。从全年来看，目前粮食生产总体稳定，库存保持比较高的水平，食品价格有望保持总体稳定。

值得注意的是，4月份，全国工业生产者出厂价格指数(PPI)同比上涨6.8%，涨幅比3月份扩大2.4个百分点。PPI上涨压力是否会传导到CPI，导致居民消费价格上涨？

付凌晖分析认为，PPI对CPI肯定会有传导，但是总的看，我国的工业行业门类比较齐全，产业链条比较长，上游向下游的传导是逐步递减的。

此外，从整个供给和需求的关系来看，目前也不支持价格大幅上涨。

付凌晖表示，中国经济整体处于恢复进程中，很多需求方面的指标，比如投资、消费指标的增速还没有恢复到疫情前水平。同时，生产供给总体恢复较好，供求关系不支持价格大幅上涨。

据介绍，去年面对疫情冲击，出台了一些应急性的措施，从今年来看，这些财政货币政策应急措施在逐步退出、逐步转向。我们没有采取大规模的财政刺激政策，也没有实施大规模的“大水漫灌”货币政策，全年价格保持稳定还是有基础有条件的。

### 外贸仍会保持一定增长

4月份，我国外贸成绩单亮眼。当月，货物进出口总额31492亿元，同比增长26.6%。其中，出口17128亿元，同比增长22.2%；进口14363亿元，同比增长32.2%。

“今年进出口保持了较快增势，超出了社会预期。总的来看，这显示了中国外贸的韧性和潜力。”付凌晖说。

付凌晖分析认为，下阶段，外贸保持增长、稳中提质有基础。

从国际来看，尽管近期部分国家疫情出现了变化，但全球经济复苏态势仍能够延续，这对全球需求增长有支撑。国际货币基金组织对全年经济增长预测也在提高。

从国内来看，国内生产恢复比较好，我国工业行业门类齐全，工业生产恢复的各方面保障条件还是不错的，能够有效应对外部需求的变化。此外，我国坚定推动对外开放，支持外贸发展的政策仍然会继续发挥作用。

“总的看，外贸仍会保持一定增长。”付凌晖说。

此外，4月份消费增长继续保持扩张态势。当月，社会消费品零售总额33153亿元，同比增长17.7%，两年平均增长4.3%；环比增长0.32%。付凌晖说，消费保持稳定恢复有很多有利条件，一季度消费在三大需求当中的贡献率已经回升至最大。

“随着经济稳定恢复，就业在扩大，一季度居民收入也在增加，这有利于提高消费能力。”付凌晖说，尽管近期出现了一些局部疫情，但是国内疫情防控形势总体较好，有利于增强消费者信心。随着经济恢复，消费者对于经济前景的预期在改善，也有利于增强消费预期。从这些方面来看，预计消费对经济增长的贡献还会持续改善。

17日，国家统计局公布的数据显示，4月份，70个大中城市新建商品住宅销售价格涨幅总体有所扩大，二手住宅涨幅有升有落。业内专家表示，近期房地产市场调控从严，市场监管升级，“稳地价、稳房价、稳预期”的政策导向有助于继续实现平稳健康发展。

据国家统计局测算，4月份，4个一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.6%，涨幅比上月扩大0.2个百分点。除上海涨幅与上月持平外，北京、广州和深圳均有不同程度上涨。其中，广州以1.1%的涨幅，紧随重庆之后，位列70个大中城市房价涨幅第二位。

易居研究院智库中心研究总监严跃进分析称，从4月份70个大中城市房价变动情况来看，一线城市的房价涨幅变动是最大的。今年年初以来，一线城市地方政府对房地产市场持续进行管控，严打各类“炒房团”，在稳定二手房价格上涨预期方面初步取得成效。

值得注意的是，随着调控政策力度持续加强，一线城市二手房房价涨幅在逐渐回落。数据显示，一线城市二手住宅销售价格环比上涨0.8%，涨幅比上月回落0.2个百分点，北上广深的二手房价格涨幅相比上月均有收窄。其中，北京、上海和广州分别上涨1.2%、0.9%和1.2%，深圳持平，分别比上月收窄0.2%、0.2%和0.4个百分点。

二三线城市房价涨幅基本保持稳定。数据显示，31个二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比分别上涨0.6%和0.5%，涨幅比上月均扩大0.1个百分点。35个三线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.4%，涨幅比上月扩大0.1个百分点；二手住宅销售价格环比上涨0.3%，涨幅与上月相同。

“一二三四线城市几乎在全面实施限制性政策。”易居企业集团CEO丁祖昱认为，“稳地价、稳房价、稳预期”的政策导向让房地产行业围绕“房住不炒”去杠杆，这个长期性政策有望让房地产市场实现平稳健康发展。

今年以来，广州、合肥、宁波、东莞、南通等处于全国房价上涨前列的城市已被住房和城乡建设部约谈督导。多城市在4月份全面升级房地产调控政策，不断出台的“打补丁”政策抑制楼市过热。中原地产研究中心统计数据显示，今年以来涉及房地产调控次数累计近190次，其中4月份单月调控次数超过50次，刷新年内月调控新高。

4月30日召开的中共中央政治局会议明确，要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，增加保障性租赁住房和共有产权住房供给，防止以学区房等名义炒作房价。

从房价环比上涨城市数量变化来看，2021年4月份，新建商品住宅价格环比上涨的城市数量有62个，与上个月相同；下跌的城市有5个，比上个月少1个；3个城市房价环比持平。其中，环比最高增幅为重庆的1.4%；最大降幅为安庆、泸州和北海的-0.3%。

虽然4月份商品住宅销售价格稳中有升，但商品住宅成交量相比3月份有明显下降。国家统计局发布的另一组数据显示，今年前4月，全国住宅销售面积45203万平方米，拆分单月数据来看，4月份单月商品住宅销售量为12871万平方米，与上个月相比下降超过23%。

严跃进认为，4月份楼市行情弱于预期。“多地收紧楼市调控政策，尤其是房地产信贷政策收缩，是4月份商品房销售数据下滑的重要原因。”

受访业内专家表示，在楼市调控手段不断精细化的趋势下，原先房企靠高负债做大规模的模式已经失效，房地产“虚火”正在逐步降温。特别是，近期楼市调控从严，约束房企融资、明确银行涉房贷款比例、严查短期消费贷款流入房地产业等政策，对稳定楼市起到了积极作用。预计楼市依然较热的部分城市下一阶段还会出台后续调控政策，针对学区房炒作等问题“打补丁”。

(记者王优玲、郑钧天)

新华社北京5月17日电

新华社北京5月17日电

(记者王雨萧)

纳税信用是衡量企业信用的“试金石”。

近年来，税务部门建立健全纳税信用管理机制，落实信用联合激励惩戒，加强部门合作和信用信息共享，积极构建现代化纳税信用管理体系，助力企业“增信减负”，实现高质量发展。

“诚信纳税为企业带来‘真金白银’！”河南省焦作市东方祥生电器有限公司财务负责人王腾飞告诉记者，2017年到2019年，公司连续3年被评为A级纳税信用企业，在税务部门的帮助指导下，去年公司顺利获得100万元的纳税信用贷款。

国家税务总局纳税服务司有关负责人介绍，“十三五”期间，税务部门不断优化纳税信用管理系统，提升数据自动采集率、完善系统归集分析功能，同时，加强对企业经营管理和财务人员的税法宣传教育。最新出炉的全国纳税信用评价结果显示，我国A级纳税信用企业275万户，数量和占比均明显上升。

为鼓励和引导纳税人增强依法诚信纳税意识、主动纠正纳税失信行为，税务部门从2020年开始实施纳税信用修复机制。

“纳税人发生未按法定期限办理纳税申报、税款缴纳、资料备案等事项且已补办的，可在规定期限内向主管税务机关申请纳税信用修复。”国家税务总局纳税服务司纳税信用管理处处长耿铁鹏说。

因税收申报问题被扣分，福建福特科光电股份有限公司在2019年度纳税信用评级为B级。在了解具体情况后，当地税务部门对该公司进行了专项税收辅导，纳税人及时修正了错误，在进行纳税信用修复后，成了A级纳税信用企业。

“A级纳税信用企业‘失而复得’，让我们倍加珍惜。”福建福特科光电股份有限公司办税员檀慧婷说，如果被评为B级，企业将无法一次性领取3个月增值税发票，也享受不到A级纳税信用企业相关的联合激励举措。

作为失信主体的自我纠错机制，纳税信用修复有效引导市场主体及时纠正自身轻微涉税违规行为，强化了企业信用意识。在2020年纳税信用评价中，700多万户企业实现了纳税信用修复，其中近70万户企业实现纳税信用级别提升，近6万户企业纳税信用级别提升至A级。

国家税务总局纳税服务司有关负责人说，依托金税三期系统，税务部门实现了纳税信用评价结果与业务办理的自动关联。部分税收政策如增值税新增留抵税额退税、资源综合利用增值税即征即退等适用条件中明确了纳税信用级别要求。

“得益于A级纳税信用企业的身份，公司2个工作日内就完成了增量留抵退税，退税款及时到位，极大缓解了资金流通压力。”福建建新花卉产业园有限公司财务总监谢鹏飞说。

中共中央办公厅、国务院办公厅不久前印发的《关于进一步深化税收征管改革的意见》明确提出，健全守信激励和失信惩戒制度，充分发挥纳税信用在社会信用体系中的基础性作用。

国家税务总局纳税服务司有关负责人表示，税务部门将继续深入推进纳税信用体系建设，增强纳税人依法诚信纳税意识，提高税法遵从度，探索实践“信用+风险”动态监管体系，推动征管服务方式更加科学，管理手段更加精准，让广大纳税人体验到实实在在的获得感。

在媒体深度融合的背景下，“推进媒体深度

### 鄂尔多斯60万吨液化天然气项目即将投产

5月17日，建设者在内蒙古雅海能源开发有限公司60万吨液化天然气项目工地作业。

目前，该项目主体工程已全部完工进入收尾阶段，计划今年夏季运行投产。该项目位于内蒙古鄂尔多斯市鄂托克前旗综合产业园，以苏里格气田为气源，项目建成后可提升当地天然气清洁能源供应能力。

新华社发 王正摄

## 以“四季旅行”为契机，扶一把县级融媒体中心

访微博首席运营官、新浪移动首席执行官王巍

四季皆美景，华夏好风光。在刚刚过去的这个“五一”假期，国内旅游出游2.3亿人次，同比增长119.7%。在生态旅游方兴未艾的大背景下，新华社新闻信息中心、新浪、中国自然资源报社共同发起“四季旅行”项目，开设集四季美食、民俗、山水为一体的一档文化类短视频栏目，邀请县级融媒体中心、高校和网络大V博主共同参与。

项目第一季“春天摄影大赛”活动聚合优质参赛作品，在新浪新闻客户端和微博端展示。活动期间，内容阅读量达46亿，收到县级融媒体中心近百个作品，24所高校、超10万大V博主、339个城市的网友在微博分享各地春光。

在第一季收官颁奖仪式以及第二季“华夏好风光”活动启动仪式发布现场，微博首席运营官、新浪移动首席执行官王巍以“四季旅行”为契机，畅谈智媒时代媒体企业的使命与担当。

问：作为主办方之一，新浪参与“四季旅行”这个项目的初衷是什么？

答：新浪参与这个项目，就是希望能够在互联网上搭建一个平台，展现全国各地美景和旅游向好态势，以此吸引更多人，尤其是年轻人一起出游，助力我国旅游业进一步回暖复苏。

在媒体深度融合的背景下，“推进媒体深度

融合，实施全媒体传播工程，做强新型主流媒体，建强用好县级融媒体中心”成为重要发展路径。基于此，我们积极响应国家号召，利用新浪在融媒体发展中探索出来的宝贵经验和自身传播优势，以“四季旅行”项目为契机，大力支持县级融媒体中心，希望促进其内容生产能力和服务能力的提升。

问：第二季“华夏好风光”有何创新之处？

答：在第一季活动的基础上，第二季还会调动区县融媒体中心，以直播形式展现祖国河山之美。直播中，将与旅行达人、文化名人“连麦”，介绍各地风土人情、民俗文化、特色美食等。同时，我们还邀请了各地重点高校共同参与，产出优质内容。活动还将联合微公益，共同寻找目标乡村，发起公益行动，增强社会效益。

问：“四季旅行”第一季活动取得了很好的传播效果，为媒体融合提供了一个生动案例。在智媒时代，新浪将如何参与媒体融合？

答：在新浪新闻跟微博双平台上，“四季旅行”和第一季“春天摄影大赛”相关话题，累计阅读量达到了46个亿。这样一个超级话题，是百家区县融媒体共同参与、共同打造的，新浪的平台优势、技术优势以及产品运营经验也提供了助力。

以大数据、云计算、人工智能、区块链等技

术为基础的人工智能时代，丰富了信息传播媒介，颠覆了信息传播方式，也在一定程度上打破了我们原有的联结结构。在智媒时代，技术到哪里去，我们就需要提前到那里去。我们不断研究新技术、开发新产品，加快布局未来。新浪AI媒体研究院很早就尝试了AI视频；我们也跟一些物联网产品的硬件厂商合作，研究在汽车、家居、穿戴设备等产品中发布内容的可能性。

问：新浪既是一家科技企业，又是国内知名的互联网媒体平台。对于这样的身份，新浪应该扮演什么样的社会角色？

答：新浪是一家有较大影响力的互联网媒体公司。正因如此，我们始终把社会责任放到发展的核心地位。20多年来，我们与中央主流媒体以及全国超过4500家媒体保持紧密合作，通过新浪新闻客户端、手机新浪网等产品，将优质内容推送给全网用户。

在技术层面，我们会加大对中央主流媒体所生产的权威内容的分发权重，一些特别重大的新闻会全量推送给用户。如疫情暴发初期，我们第一时间在推荐机制、分发机制中，加大对权威媒体内容的分发，同时也打造了辟谣栏目，得到广泛认可。我们也会持续努力，做个有社会责任感的创新型媒体企业。

(本报记者蒋彤)

(记者王优玲、郑钧天)

调控政策发力，商品住宅价格涨幅稳中略升