

# 经济运行韧性何在

## ——客观看待当前经济形势(中)

本报记者 冯其予

### 视点

中国新闻奖专栏

今年前两个月，得益于强大的发展韧性，我国经济总体运行在合理区间。进入3月后，国际国内环境出现一些超预期变化，经济增速下行压力进一步加大。

如何正视和果断应对新挑战？多位专家表示，应理性看待当前的形势，直面困难，采取切实有效举措进一步增强中国经济发展韧性。

### 外贸增长基础坚实

据海关统计，今年一季度我国货物贸易进出口总值9.42万亿元，同比增长10.7%。今年以来，我国外贸进出口延续增长势头，连续7个季度保持了同比正增长，实现了开局稳。

具体来看，一般贸易进出口增长13.9%，比重继续提升。与主要贸易伙伴进出口均实现增长，对“一带一路”沿线国家、RCEP贸易伙伴进出口分别增长16.7%和6.9%。同时，外贸经营主体进出口韧性足。一季度，我国有进出口实绩的外贸企业数量43.2万家，同比增长5.7%。民营企业进出口额达4.52万亿元，同比增长14.1%。

“这充分体现了我国外贸韧性强、潜力大的特点，实现外贸稳定增长仍具有坚实基础。”海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文表示。

但也应看到，当前，国际国内环境有些突发因素超出预期，我国外贸所处的外部环境更趋严峻复杂，发展也面临着诸多风险挑战。叠加去年高基数等因素，从月度情况来看，进出口增速整体有所回落。

“随着以美联储为代表的大部分发达经济体央行加快退出宽松货币政策，全球金融条件收紧，再加上疫情和俄乌冲突影响，世界经济复苏势头弱化。”对外经贸大学国际经济研究院教授竺彩华表示，从外部情况看，全球需求趋弱，我国外贸发展的外部环境趋紧，增长势头会有所放缓。

与此同时，近期国内疫情防控形势严峻复杂，对外贸竞争力最强的沿海地区造成一定冲击。竺彩华表示，上海、深圳等港口城市受到的冲击最大，部分外贸企业面临生产经营受阻、物流运输不畅等问题。原材料成本上涨、跨境海运不畅、供应链瓶颈等问题并未根本缓解，外贸企业特别是中小微企业面临较大经营压力。

中国宏观经济研究院对外经济研究所研究员杨长涛认为，今年以来国内疫情多点散发，对劳动力流动和有效供给形成制约，也可能延长物流周期，从而对产业链供应链产生一定影响。

杨长涛表示，发达经济体从收紧货币政策到传导至实体经济有一个过程，对外部需求的影响，会在二季度到三季度逐渐体现出来。全球疫情形势还有较大不确定性，保护主义也有抬头趋势。同时，《区域全面经济伙伴关系协定》落地实施对贸易投资产生的正面效应，也将在二季度后逐渐凸显。

### 消费市场有所恢复

今年以来，我国消费市场运行平稳，市场销售恢复有所加快，基本生活类消费保持平稳较快增长，升级类消费需求持续释放。

总体看，消费市场恢复有所加快。居民消费增长势头有所改善，1月至2月社会消费品零售总额同比增长6.7%，比2021年两年平均增速加快2.8个百分点。

同时，新型消费发展迅速。1月至2月全国网上零售额19558亿元，同比增长10.2%。其中，实物商品网上零售额16371亿元，同比增长12.3%，占社会消费品零售总额的比重为22%。

“随着互联网渗透率持续提高，我国网络消费增长前景较好。”中国贸促会研究院副院长赵萍分析，特别是中老年网民增速较快，他们对基本生活用品、养生保健类商品的消费需求不断增长。同时，农村地区网络渗透率增速快，网民占比已超30%。未来，农村地区相关网络消费也会呈现较快增长态势。

“但从目前看，服务消费分化突出，文化旅游等服务消费较为低迷。”国家信息中心经济预测部副研究员邹蕴涵表示。

国家统计局数据显示，1月至2月，住宿和餐饮业生产指数同比增长8.2%，与上年12月份同比持平，增速明显回升。同时，据文化和旅游部数据，今年春节假期，国内旅游出游人数和旅游收入比2021年略有下降，与疫情前相比仍有较大差距，按可比口径分别恢复至2019年的73.9%、56.3%。

邹蕴涵说，进入3月后，疫情对于消费的影响再次凸显，特别是服务消费再遇冲击，1月至2月餐饮消费回暖趋势在3月遭遇降温。

“疫情反复导致消费预期和意愿修复不能持续，表现为消费者信心指数再度走弱、居民储蓄比例持续提高、居民消费倾向出现结构性变化等。”邹蕴涵认为，居民消费能力对消费增长的支撑作用还需进一步夯实。

### 政策效应持续释放

4月13日召开的国务院常务会议部署促进消费的政策举措，要求稳定当前消费，释放消费潜力，同时要求更好发挥出口退税的政策效应，促进外贸平稳发展。

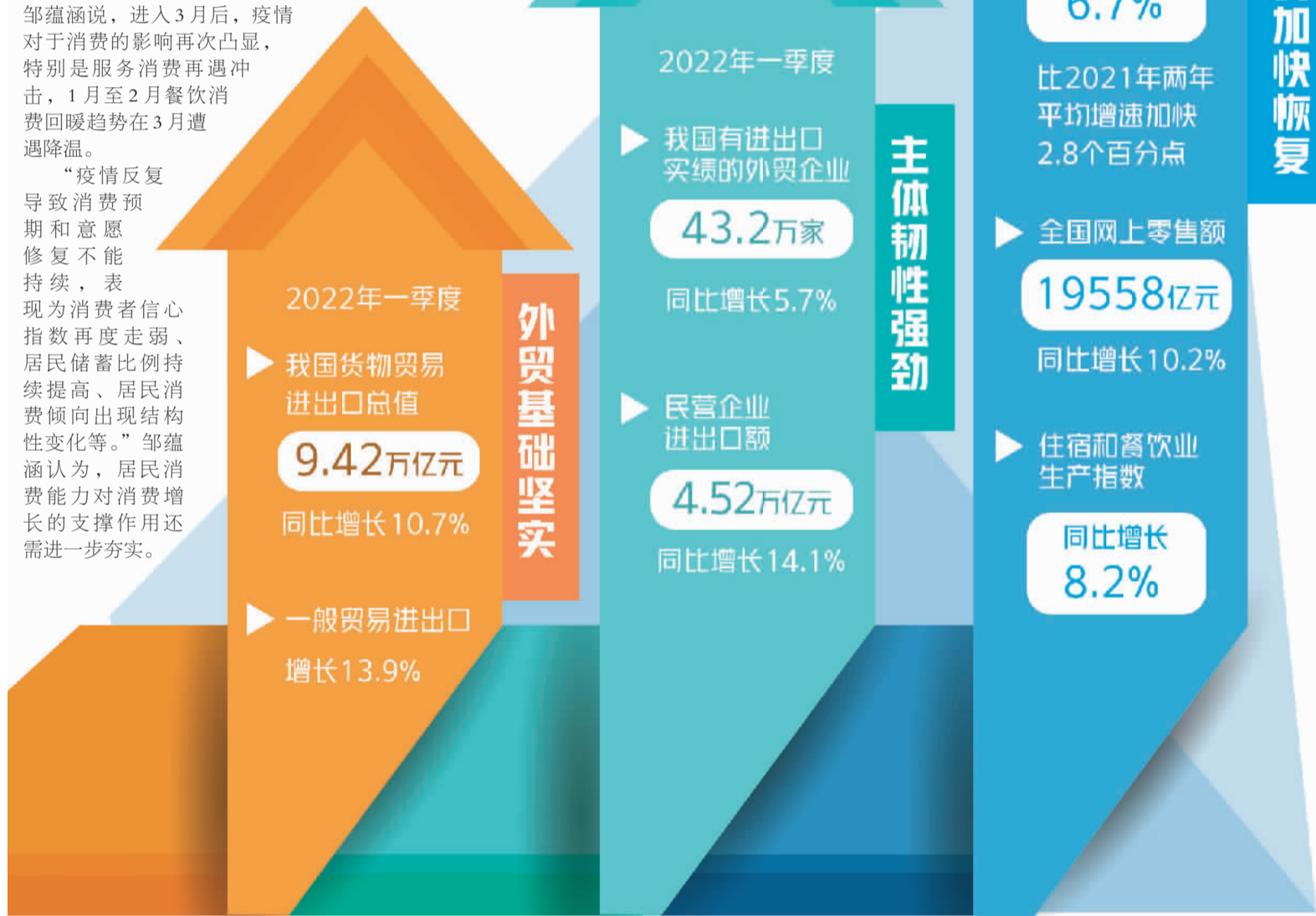
赵萍认为，要继续发挥好消费对经济增长的第一引擎作用。“去年我国最终消费支出对经济增长贡献率高达65.4%，远高于资本形成总额、货物和服务净出口对经济增长的贡献率。特别是去年第四季度，最终消费支出对经济增长贡献率更是高达85.3%。”赵萍表示，从供需关系来看，消费是最终需求，投资是中间需求，也就是从消费需求中派生出来的需求。要从促进消费这一最根本的问题入手，来提振总需求。

邹蕴涵表示，在持续做好防疫工作的基础上，将稳消费、促消费放在更加突出的位置，多出实招快招，促进消费恢复平稳向好。一方面要着力增强就业收入保障。另一方面，要进一步释放耐用消费品潜力。此外，要持续推动服务业纾困复苏，推动修复服务业消费场景等。

谈到促进外贸平稳发展时，竺

彩华表示，各地要继续狠抓落实稳外贸政策，尤其要出台更加精准有效的保市场主体相关政策，帮助外贸企业克服暂时困难，同时要着力突破物流运输瓶颈，保障外贸产业链供应链稳定畅通。

“我国外贸仍有很大发展机遇。”杨长涛分析认为，要落实好今年《政府工作报告》提出的“多措并举稳定外贸”诸多措施，扩大出口信保对中小微外贸企业的覆盖面，加强出口信贷支持，优化外汇服务，加大出口退税支持力度，给外贸企业创造更加良好的政策环境和营商环境。



## 守住食品安全生命线

4月1日至11日，全国办理留抵退税1557亿元——

# “真金白银”直达企业

本报记者 李华林

大规模增值税留抵退税政策是今年减税降费的重头戏。自4月1日起，增值税留抵退税政策开始实施。据国家税务总局统计，4月1日至11日，全国税务部门共为20.3万户纳税人办理留抵退税1557亿元。

“今年的大规模留抵退税政策有三方面特点：一是聚焦小微企业和重点支持行业；二是增量留抵和存量留抵并退；三是制度性、一次性和阶段性安排并举。”国家税务总局货物和劳务税司副司长刘运毛介绍，具体来说，政策内容主要包括两大类：一是小微企业留抵退税政策，即在2022年对所有行业符合条件的小微企业一次性退还存量留抵税额，并按月退还增量留抵税额；二是制造业等行业留抵退税政策，对制造业、科学研究和技术服务业、电力、热力、燃气及水生产和供应业，交通运输、仓储和邮政业，软件和信息技术服务业，生态保护和环境治理业等6个行业符合条件的企业，一次性退还存量留抵税额，并按月全额退还增量留抵税额。

将税款以“真金白银”的形式实实在在地退还给企业，对于急需资金支持的企业，能够起到帮一把、扶一程的作用，助力企业在生产经营中轻装上阵。按照政策安排，今年大规模留抵退税政策将为市场主体新增约1.5万亿元现金流。各地税务部门积极创新工作方法，推动政策落地生效。

比如，安徽省税务部门主动提供定点辅导，优化办理流程，缩短退税时间，让退税“红包”及时

落袋。“我们公司需要购买一项新技术，正为资金发愁时，增值税留抵退税政策的落实解决了这个‘心病’。”安徽三星智能装备科技有限公司财务负责人王惠珍表示，353万元退税资金当天申请即到账，极大鼓舞了公司发展信心。

江西省财政近日分配下达市县支持小微企业留抵退税专项资金45.2亿元，并纳入直达资金范围，要求市县按规定加快支出进度。“去年10月，我们享受了增量留抵退税98万元。今年组合式税费支持力度更大，我们有107万元存量留抵税额，一次性全部退还。”江西新永海电子科技有限公司负责人占满初非常高兴，有了这笔退税款，公司现金流更充裕了。

“退税资金全部直达企业，显示出国家提振市场预期，助力企业发展的决心。”北京国家会计学院财税政策与应用研究所所长李旭红表示，良好的留抵退税政策执行效果已经显现，税务部门通过“春风行动”“智慧税务”等有效的便利市场主体的

据测算，本轮国内汽、柴油价格下调后，市区百公里油耗7L至8L的车型，平均每100公里费用减少3.2元左右；满载50吨的大型物流车辆，平均每100公里燃油费用减少18元左右。

本报记者

国内成品油开启第七轮调价窗口。国家发展改革委表示，根据近期国际市场油价变化情况，按照现行成品油价格形成机制，自2022年4月15日24时起，国内汽、柴油价格每吨分别降低545元和530元。

熊丽

按照《石油价格管理办法》有关规定，国内汽、柴油最高零售价格根据国际市场原油价格变化情况，每10个工作日调整一次。此次调价是2022年国内油价首次下调，92#汽油每升下调0.43元，0#柴油每升下调0.45元，以油箱容量50L的普通私家车计算，这次调价后，车主们加满一箱油将少花21.5元左右。

据隆众资讯成品油分析师徐雯雯测算，对市区百公里油耗7L至8L的车型而言，平均每行驶100公里费用减少3.2元左右；对满载50吨的大型物流运输车辆而言，平均每行驶100公里燃油费用减少18元左右。

国家发展改革委价格监测中心监测显示，本轮成品油调价周期内(3月31日至4月14日)国际油价先降后升，总体水平较上一调价周期大幅下降。伦敦布伦特、纽约WTI平均油价比上轮调价周期下滑8.19%。

本轮调价周期内，国际油价大幅下滑主要受两方面因素影响。

一是大规模原油储备投放，供应紧张程度预期有所缓解。美国宣布未来六个月将向市场投放1.8亿桶原油储备，约每天释放100万桶，是史上最大规模；国际能源署其他成员国也计划投放6000万桶石油储备，市场上将有合计2.4亿桶的石油储备投放。

二是在俄乌冲突和疫情影响下，经济增长和用油需求预期下滑。世界贸易组织对2022年全球经济增长预期下调至2.8%；国际能源署继续下调全球石油需求预期至9940万桶/日。需求下滑导致原油库存回升，最新一期美国商业原油库存升至4.2亿桶上方。

国家发展改革委价格监测中心预计，短期内油价仍将大幅震荡。未来需重点关注欧洲对俄能源制裁的表态和进展情况。受俄乌冲突影响，当前俄罗斯原油生产从3月份1100万桶/日的水平下降至1030万桶/日，国际能源署预计4月俄罗斯日产量将下降100万桶，5月将大幅下降300万桶左右。这一缺口能否得到补足，是影响油价的主要不确定因素。

隆众资讯成品油分析师李彦表示，以当前国际原油价格水平计算，下一轮成品油调价开局将呈现上行趋势。目前来看，由于俄乌谈判再度遇阻，地缘局势的不确定性仍存，市场对于供应风险仍有担忧，预计下一轮成品油调价上调的概率较大。

近日，先有费列罗巧克力因涉嫌关联多起儿童感染沙门氏菌病例，被召回多款产品；后有卡士酸奶因酵母超标60倍，被上海市市场监管局通报。虽然事后涉事公司都作出了回应，但仍难消解消费者的担忧和疑惑。

此次涉嫌关联的产品是费列罗旗下标志性品牌，是该集团的“拳头产品”。此次抽检不合格的酸奶也是卡士的“明星产品”，定位高端高价。事件发生后，虽然费列罗公司对此事表示“真诚地道歉”，并决定在全球范围内召回涉事产品，卡士乳业也宣称对冷链环节与销售场所进行全面排查，但大厂家的名牌产品在食品安全上出了问题，难免让消费者怀疑其品牌公信力。

食品安全没有意外，更无例外，问题产品可以召回，但消费者的信任不容易恢复。

食品安全关乎人民群众身体健康和生命安全。坚守食品安全，本就是食品企业应恪守的底线，是企业生存之本。食品企业应将食品安全作为生产管理的

不断提升食品安全水平，杜绝风险隐患，承担起相应的社会责任。

在激烈的市场竞争中，食品企业为了开拓市场推出一些新理念，无可厚非。但要注意的是，无论企业采取哪种营销方式，都应以食品安全为前提；无论企业生产哪种产品，也都应把消费者的健康和安全摆在首位。再流行的概念、再时髦的词汇，在食品安全面前都苍白无力。上述两家企业要想重获消费者信任，还需在产品质量和服务上多下功夫。

同时，还要进一步加强市场监管，主动出击。有关部门还需加大对食品企业和产品的例行检查力度，及时发现和消除企业生产中的质量问题和安全隐患；对国内相关行业和企业安全风险作出评估；对涉嫌问题企业和产品，应当及时进行查处；对查实问题的企业严肃追

责，严厉处罚，督促整改。只有夯实食品企业自身责任，切实维护广大消费者权益，积极营造公平诚信的消费环境，才能让消费者买得放心、吃得安全。

### 热评