

# 积极因素不断增多 “质升量稳”动能增强

## ——前4个月我国外贸向好态势进一步巩固

近日，海关总署发布最新数据：今年前4个月，我国货物贸易进出口总值13.81万亿元，同比增长5.7%。3月份，我国进出口同比增速有所回落；4月单月，以人民币和美元计，进出口分别增长8%和4.4%，外贸向好态势明显。

透过“外贸之窗”可以看到，我国持续扩大高水平对外开放，一系列稳外贸政策举措助力广大外贸主体迎难而上、创新发展，推动外贸“质升量稳”，为巩固经济运行回升向好注入信心和动能。

### 态势向好，外贸基本面继续改善

外贸规模13.81万亿元、同比增长5.7%——对于前4个月的外贸表现，海关总署统计分析司司长吕大良表示，今年以来，我国外贸领域的积极因素不断增多，动能持续增强，前4个月进出口增速较一季度加快0.7个百分点，规模创历史同期新高，我国外贸向好态势进一步巩固。

具体来看，我国主要出口产品竞争优势不断增强。随着科技创新持续推动产业创新，前4个月，船舶、电动汽车、工程机械等中国制造、中国创造产品国际市场需求广阔，出口分别同比增长108.4%、28.3%、16.2%。

同时，进口延续向好势头。国内生产持续改善带动相关产品进口加速，前4个月，我国制造业中间品进口同比增长10%，增速较一季度加快2.3个百分点。

累计增速稳中有进的同时，单

月数据的强势复苏让人眼前一亮：4月份进出口3.64万亿元，同比增长8%，一举扭转上月负增长局面。其中出口额和进口额分别提升8.9个百分点和10.2个百分点，彰显较强韧性。

吕大良表示，4月份，我国对新

抵达上海，传递南半球“滋味”；4月，广州白云机场新开法国货运航线，双边合作互利互惠；5月，首列广汽传祺汽车专列从广州开往欧洲，国产汽车出口再添新通道……中国外贸提质增效加速跑，动力潜力齐释放。

——外贸经营主体活力充沛。



新华社发

兴市场进出口持续向好，对欧美等传统市场进出口由降转增，加上较去年同期多2个工作日，拉动整体进出口增速由负转正。

### 提质挖潜，外贸新动能加速释放

3月，新西兰今年首艘水果专船

前4个月，我国有进出口实绩的民营企业数量同比增加10.1%，进出口值增长10.7%，占我国外贸比重达54.6%，比去年同期提升2.5个百分点。

——多元化国际市场布局持续深化。前4个月，我国对共建“一带

一路”国家进出口同比增长6.4%，对拉美、非洲、中亚五国等新兴市场进出口分别增长11.7%、7.7%、17.9%，均高于我国外贸整体增速。

然而，回稳向好的背后仍有困难和挑战。外需增长预期放缓、地缘冲突风险增多、贸易保护主义势头上升等情况突出。

复杂严峻的形势下，不确定性越是上升，越要向“新”发力。

4月底召开的中共中央政治局会议指出，要积极扩大中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口，支持民营企业拓展海外市场，加大力度吸引和利用外资。

自动投料的智能炒菜机、无线吸拖一体洗地机……添可智能科技有限公司由代工生产转向做自主品牌产品。公司国际事业运营部总经理罗明波说：“‘中国智造’市场空间大，现在与外国客商的合作方式不断翻新，预计海外业务持续两位数增长。”

刚刚闭幕的广交会也折射中国外贸“新”图景：新产品、新技术、新材料、新工艺、新创意层出不穷，更多高端、智能、绿色、低碳产品涌现，受到国际市场热捧，为外贸发展注入新活力。

### 以应变变，政策“大礼包”提振信心

今年以来，多部门接连发布一系列推进制度型开放、扩大高水平对外开放的新举措，涵盖民营企业、跨境贸易、金融开放等多个领域。

在紧张生产的浙江创新激光设备有限公司车间，刚从广交会回来的

总经理彭学舟信心满满：“今年不仅要出国参展，还计划在德国成立合资公司，重点开发新兴市场。”

紧随全球价值链产业链的演变而灵活调整，又有稳外贸政策措施持续加持，中国外贸展现超强的韧性和应变能力。

对内，改革谋新。海关总署新增17项便利措施，将经认证的经营者(AEO)制度拓展到跨境电子商务等新业态和广大中小微企业。

“公司通过AEO认证标准，通关效率提高30%，管理水平、企业商誉和综合竞争力提升。”万宝集团副总经理段松涛说，“充分利用AEO制度红利，我们加大科技创新，加速智造出海。”

向外，开放升级。诸多外贸企业想方设法稳住对发达经济体的出口，乘着“一带一路”共建的东风，拓展中间品贸易和跨境电商业务。

江苏省苏豪控股集团有限公司向新业态服务商转变，在哈萨克斯坦设中亚江苏中心。“探索‘中欧班列+海外仓’‘跨境电商+产业带’等外贸新模式，我们协同上下游形成更强竞争力。”苏豪副总裁丁海说。

“综合当前数据来看，预计二季度我国外贸形势将逐步向好。”国务院发展研究中心对外经济研究部综合研究室主任赵福军表示，随着政策效应逐步显现和高水平开放稳步推进，我国贸易高质量发展新动能将加快培育，外贸增长将持续焕发新活力。

(据新华社)

什么样的品牌，能称得上中华老字号？入选者能“老”永逸吗？“百年老店”历久弥新的秘诀是什么？

北京同仁堂、天津狗不理、上海光明……随着2024年中国品牌日活动的举办，大家耳熟能详的老字号品牌再次唤起人们的独特记忆。

目前，我国已有中华老字号1455家，平均“年龄”约140岁。

从琴棋书画到柴米油盐，翻开中华老字号名录，全聚德、同仁堂、老凤祥……一个个熟悉的“名字”映入眼帘。这些与人们生活息息相关的品牌，已经成为中华文化的闪亮名片。

到底多“老”的品牌称得上中华老字号？

2006年和2011年，商务部先后认定了两批共1128家中华老字号，其中有701家中华老字号创立至今超过100年，历史悠久的便宜坊到今天已经走过了600多年岁月。

去年，商务部会同多部门联合印发《中华老字号示范创建管理办法》，结合企业一般存续周期在20至30年、超过50年就称得上“长寿”的发展规律，将中华老字号门槛调整为品牌创立时间在50年

# 平均“年龄”约140岁！ 中华老字号历久弥新

(含)以上。

今年2月，商务部等部门对外公布了第三批中华老字号名单，382个品牌成功“晋升”为中华老字号。

当然，仅靠资历“老”是不够的，还要拥有世代传承的独特产品、技艺和服务，鲜明的中华优秀传统文化特色和深厚的历史文化底蕴，以及广泛的社会认同和良好的品牌信誉，经得住市场的检验。

为确保老字号“金字招牌”的成色，我国推出了“有进有出”的动态管理机制。去年底，北京华女、天津稻香村、重庆冠生园等55个品牌没有通过中华老字号复核，被移出中华老字号名录。73个经营不佳、业绩下滑的品牌，被要求6个月予以整改。

巩固“老”的传统优势，坚守匠心工艺、筑牢品质之基——

中国书店，诞生于上世纪50年代，不久前入选第三批中华老字号。其代代相传的古籍修复技艺，被列入国家级非物质文化遗产。

青砖黛瓦、雕梁画栋，地处北京琉璃厂古文化街的中国书店旗舰店，古色古香的风韵和其古旧书的定位相得益彰。店内，几位工作人员正在忙着修复古旧书。一碗糨糊、一支毛笔、一把镊子、一把剪刀、一把尺子、一个喷壶……凭着看似简单的工具，他们将残破的古旧书“化腐朽为神奇”。

“古籍修复技艺是我们的‘看家本领’。半个多世纪以来，这里先后有

五代古籍修复传承人，为博物馆、图书馆、文物保护单位以及个人修复了数以万计的古籍。”中国书店总经理助理刘易臣说。

内联升千层底布鞋制作技艺、吴裕泰茉莉花茶制作技艺、杨柳青木版年画技艺……不少耳熟能详的中华老字号都拥有非遗代表性项目。正是这些世代相传的传统技艺、工匠精神和诚信理念，成为老字号企业历经沧桑而生生不息的“传家宝”。

拥抱“新”潮流，在创新中更好满足群众品质化、多样化的消费需求——

在位于北京前门的“全聚德·中轴食礼”体验店，新中式下午茶受到不少年轻人的喜爱。小巧精致的点心

错落有致地摆放在古朴精致的木匣子里，既有甜品制成的北京烤鸭、微缩版的门钉肉饼，也有驴打滚、艾窝窝等经典京味小吃。

京味美食碰撞国潮文化，品牌形象焕新。

“顺应消费习惯的变化，我们加快推进老字号焕新升级，打造‘产品+服务+场景’的组合模式，将餐饮与文化、科技、艺术相结合，今年一季度喜迎经营开门红。”全聚德集团总经理周延龙说。

推出联名款商品、开设非遗体验馆、试水电商、直播带货……在政策支持和市场需求双重推动下，越来越多的老字号加快求新求变步伐，通过品牌形象的迭代，不断拉近与年轻消费者的距离，创新技术与管理，优化产品与服务，从传统走向现代，从历史走向未来。

传承不守旧、创新不忘本。

今天，我国中华老字号已覆盖32个行业，六成以上分布在食品、餐饮、零售等领域。未来，期待有更多“百年老店”向世界展现中华老字号的独特魅力。

(据新华社)

# 持续优化营商环境 积极推动经济发展

中共宝鸡市委宣传部 中共宝鸡市委精神文明建设指导委员会办公室 宝鸡日报社

## 挂失

以下证件遗失，现声明作废。

\* 同柏辰丢失身份证，号码为：610302199811112510。

\* 王民民丢失残疾人证，号码为：

61032219871129033753。

\* 宝鸡市金台区建鑫家居用品经销店丢失财务专用章一枚，号码为：

6103031005516。

\* 宝鸡市陈仓区天王镇中心小学丢失开户许可证，号码为：J7930002278101。

\* 宝鸡华夏老年大学丢失开户许可证，号码为：J7930001440601。

\* 舒涵丢失宝鸡聚丰

房地产开发(集团)有限公司收款收据三张，号码分别为：0333916、0743393、0799321。