

数说经济

据据 126 万亿元 GDP 的分量

老字  
不老

126 万亿元 GDP 的背后,是我国持续快速发展所积累的坚实基础,是 14 亿多中国人向着更美好生活目标的迎难而上团结奋斗。要在提高发展质量效益基础上长期保持合理经济增长,实现有速度、有高度、有温度的发展。

本周,国家统计局发布了 2023 年中国经济全年答卷。初步核算,我国国内生产总值达 1260582 亿元,按不变价格计算,比上年增长 5.2%,主要预期目标圆满完成。2023 年,中国经济在攻坚克难中走出了一条回升向好的复苏曲线,成绩来之不易。126 万亿元 GDP 的分量,不妨从总量、增量、质量 3 个角度来掂一掂。

126 万亿元 GDP 的背后,是我国持续快速发展所积累的坚实基础,是 14 亿多中国人向着更美好生活目标的迎难而上团结奋斗。要在提高发展质量效益基础上长期保持合理经济增长,实现有速度、有高度、有温度的发展。

126 万亿元 GDP 的背后,是我国持续快速发展所积累的坚实基础,是 14 亿多中国人向着更美好生活目标的迎难而上团结奋斗。要在提高发展质量效益基础上长期保持合理经济增长,实现有速度、有高度、有温度的发展。

126 万亿元 GDP 的背后,是我国持续快速发展所积累的坚实基础,是 14 亿多中国人向着更美好生活目标的迎难而上团结奋斗。要在提高发展质量效益基础上长期保持合理经济增长,实现有速度、有高度、有温度的发展。



解丽

30%。2023 年对全球经济增长的贡献将达到三分之一,仍是世界经济增长最大引擎。

增量并不小。如今我国经济 1 个百分点增速带来的增量,相当于 10 年前的约 2.1 个百分点。按照可比价计算,2023 年中国经济增量超过 6 万亿元,相当于一个中等国家一年的经济总量。

经济,不仅“个头”越来越大,“筋骨”也越来越结实。实体经济根基更稳,2023 年,我国粮食产量连续 9 年稳定在 1.3 万亿斤以上,新能源汽车产销量连续 9 年居世界第一位;以电动载人汽车、太阳能电池、锂离子蓄电池为代表的“新三样”产品出口额首次突破万亿元大关,我国拥有的全球百强科技创新集群数量首次跃居世界第一位;可再生能源总装机 2023 年内连续突破 13 亿千瓦、14 亿千瓦大关,历史性超过火电装机。

经济,不仅“个头”越来越大,“筋骨”也越来越结实。实体经济根基更稳,2023 年,我国粮食产量连续 9 年稳定在 1.3 万亿斤以上,新能源汽车产销量连续 9 年居世界第一位;以电动载人汽车、太阳能电池、锂离子蓄电池为代表的“新三样”产品出口额首次突破万亿元大关,我国拥有的全球百强科技创新集群数量首次跃居世界第一位;可再生能源总装机 2023 年内连续突破 13 亿千瓦、14 亿千瓦大关,历史性超过火电装机。

国产水果要靠品质拓市场

耿献辉

产业链、价值链、创新链协同,提升水果产业附加值。推进水果三次产业融合发展,延伸拓展产业链。加大品种改良与新品种选育力度,优化水果品种结构,使早熟、中熟、晚熟品种比例合理。

产业链、价值链、创新链协同,提升水果产业附加值。推进水果三次产业融合发展,延伸拓展产业链。加大品种改良与新品种选育力度,优化水果品种结构,使早熟、中熟、晚熟品种比例合理。

产业链、价值链、创新链协同,提升水果产业附加值。推进水果三次产业融合发展,延伸拓展产业链。加大品种改良与新品种选育力度,优化水果品种结构,使早熟、中熟、晚熟品种比例合理。



上图 1月5日,广西壮族自治区南宁市西乡塘区坛洛镇同富村村民在分拣刚采摘的砂糖橘。 陆波岸摄(新华社发) 右图 1月8日,贵州省岑巩县注溪镇周坪村的村民在整理柚子。柚子将搭乘中欧班列销往俄罗斯。 杨云摄(新华社发)

各地各级农业农村部门培育全产业链产值超100亿元的集群139个

最近,商务部等5部门决定将55个长期经营不善的品牌移出中华老字号名录,经营不佳、业绩下滑的73个品牌需在6个月内完成整改,今后继续保留1000个经营规范、发展良好的品牌。“老字号”是指创立于1956年以前,具有中华民族特色和鲜明的地域文化特征,并取得社会广泛认同的品牌。

中华老字号是在中国工商业发展历史中孕育出的“金字招牌”,代表了一种商业信誉和市场感召。例如,同仁堂对“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”的坚守,成就了百姓心中“放心药”的品牌价值,得到市场的特别青睐。

老字号焕发新活力,关键在于适应市场需求,在守正创新中闯出新天地。要改变“老”永远心态,持续开发新产品,满足消费者的多元化需求。在2023年的中国品牌博览会上,一些老字号顺势推出的凤凰锂电助力自行车、回力数字资产球鞋等新产品,就获得消费者青睐。

年轻人是消费的活跃群体和未来市场的托底力量,抓住了年轻人就抓住了未来。老字号要玩转市场必须顺应这个趋势,赋予老字号新面貌,把老字号打造成“新潮牌”。比如,当下不少年轻消费者成为新国货的拥趸,老字号企业也要及时调整营销策略,主动拥抱新国潮。

深挖潜力锻造土特产竞争力

郭珍

中央农村工作会议提出,坚持产业兴农、质量兴农、绿色兴农,精准务实培育乡村产业。乡村拥有丰富的自然资源、生态资源和人文资源。根据资源优势,在最适宜的地区培育最适宜的产业,通过开发专属性特色产品,满足日益个性化、多样化、高品质的消费需求,能够推动乡村特色资源加快转化增值,乡村特色产业发展潜力巨大。

现代信息技术等生产要素,使土特产融入时代朝气,推动产品增值、产业增效,持续增强乡村特色产业活力。乡土与创意结合,增强土特产竞争力。当前,青年群体成为消费潮流的引领者,提升青年消费群体对土特产的消费意愿,对于增强土特产竞争力很关键。

要想市场反响好,提升品质是基础,创响品牌是核心。依托独特资源禀赋,各地生产出许多绿色农产品、有机农产品、地理标志农产品,不少产品在品质和外在品相上乘,但提升市场影响力还需要品牌的加持。

