



完善服务业行业分类标准 更好适应新经济发展

■ 杜 婷

行业分类标准是统计工作的基础,其科学性与适用性直接影响统计数据准确性和决策参考价值。随着新一轮科技革命和产业变革深入发展,新业态、新模式不断涌现,对现行《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017)体系特别是在服务业领域提出了新的挑战。为使其更好地反映经济发展现实,服务宏观决策,笔者结合工作实际,浅谈几点思考和建议。

构建动态调整机制 及时响应新兴行业发展

我国行业分类标准修订周期相对较长,难以快速捕捉层出不穷的新兴行业。建议参考国际经验,探索建立更灵活的动态调整机制,定期评估新业态发展情况,及时增补重要新兴领域,确保分类体系始终贴合经济发展实际。例如,可在现有4位行业代码下增设2位扩展码,用于对新兴细分行业进行标识。同时,建立“新兴行业观察清单”,由国家统计局定期组织评估和更新,确保在非修订年份也能对局部调整需求做出快速响应,缓解标准滞后问题。

适应数字化转型 优化“互联网及相关服务”分类

近年来,随着产业数字化转型深入推进,互联网已全面融入经济社会各领域,原有分类体系在适配性方面逐步显现出一定局限,难以充分体现当前经济发展的新形态与新趋势。例如某知名视频平台,是一家业务覆盖视频点播、内容自制、IP运营、游戏等的综合性娱乐科技公司,但目前归类为“互联网信

息服务”。又如某征信公司,在征信服务中虽广泛采用大数据处理、算法建模等信息技术,但归类为“信用服务”。上述两个案例表明,在进行融合业态的行业认定时,容易因技术要素产生认知分歧。

为此,建议对“互联网及相关服务”采用“基础层+融合层”的分层处理思路。一是保留互联网数据中心、云计算等底层技术支撑服务在“信息传输、软件和信息技术服务业”内的基础分类,保持与ISIC国际标准中“信息和通信”大类的对应关系。二是针对深度融合业态,在现有相关行业小类基础上,增设“数字化融合”辅助标识。例如,可将互联网视频平台标识为“影视节目制作-互联网融合业态”,将互联网征信标识为“信用服务-数字化征信”等。此举既能保留行业本质,又能客观记录其数字化转型特征。

聚焦重点新兴领域 增补缺位行业分类

当前国民经济行业分类体系难以精准覆盖近年涌现的新经济业态,导致企业在纳统时出现“归类不准”现象。例如,伴随eVTOL、无人机物流等技术成熟,低空运输、低空旅游等低空经济已初具规模,但现行分类缺乏对应细分类别,影响产业统计和政策支持。再如,数字技术催生了微短剧、沉浸式演艺、游戏直播等新的文化创作、传播和消费形式,“宠物经济”“懒人经济”等新兴服务需求日益多元,但分类体系未能精细刻画,不利于准确反映消费升级趋势。

建议在行业分类修订中系统增补缺位类别,强化对新经济形态的统计支撑。一是聚焦低空经济、数字内容创作等新兴领域,增设相应分类子项。例如,可单独设立“低空运输服务”“微短剧摄制服务”“沉浸式演艺服务”等行业小类,并细化注释说明,明

确其涵盖范围。二是对居民服务等消费新业态进行精细化拆分。例如,在居民服务大类下增设“居民代办服务”小类,细化“宠物服务”小类注释等,精准刻画服务内容,更好跟踪消费结构变化。

确立多维度认定标准 精准反映研发型企业价值

对于“研发带销售”类企业,实际操作时主要依据营业收入、从业人员占比依次判断的原则,易导致核心价值为研发创新的企业被划入下游批发和零售业。难以真实反映其经济活动本质和产业结构的升级变化。

建议确立“核心经济活动优先,收入结构为辅,多重指标验证”的综合认定原则。一是明确核心经济活动优先。对于拥有自主知识产权并将技术物化到产品中销售的企业,应优先依据其研发、设计等核心价值创造活动判定行业归属。二是细化收入核算口径。鼓励企业在财务核算中区分“自研产品销售收入”与“贸易收入”,在行业认定时可考虑将“自研产品销售收入”视同技术成果转化收入。三是建立量化辅助指标体系。当行业归属存在争议时,可参考研发人员占比(建议≥30%)、研发费用占成本费用比重(建议≥20%)、核心知识产权数量、是否为高新技术企等量化指标进行综合判断。

综上所述,适时修订和完善服务业行业分类标准,是统计工作适应新质生产力发展、更好服务宏观决策的必然要求。通过优化分类结构、建立灵活机制、增补新兴类别、完善认定标准,将有力提升统计数据的准确性、科学性和时效性,为我国经济社会高质量发展提供坚实的数据支撑。

(作者单位:北京市统计局调查三处)

人口统计记录

■ 余芳东 毕大海

甲骨文记录

大约三千年前的甲骨文,虽然基本上限于卜问之辞,但其中已出现了计算人数的五人、十人、卅人、百人,更可见千人、三千人、一万人的记事。如,“八日辛亥,允责罚二千六百五十六人”。

在殷商墟出土的甲骨文还有参与战争的人数和用作祭物的各种奴隶总数的记载内容。

金文记录

西周前期的金文中,也有人口数量的记载。

康王三年大孟鼎铭记:“孟乃绍夫死射戍,敏谏罚讼;夙夕绍我,寡燕四方,雩我其过;相先王,受民受疆土;赐汝鬯一卣,门衣、舄、辇、马;赐汝祖南公伐用遽,赐汝鬻甸四百人鬲,使取至巧庶人六百又五十又九夫,赐尾甸王臣十又三百人鬲,千又五十夫,徵国遭捕纪土。”

简牍书籍记录

殷商墟书契中,保存有“登人”的统计资料,不仅有统计数字,而且有简单情况介绍。

西周时期,以“人”“夫”“家”为单位进行户籍登记,现存文献资料中有人口调查的记载。如《国语》中记载的周宣王“料民”,计点人口;清查户口,即为补充兵力而进行人口调查,这也是中国古代有明确记录的最早的一次人口调查。

春秋初期政治家管仲提出,治理国家,需要有系统、周密的国情调查提纲,掌握各方面的“轨数”(即数据的规律)。据《管子·问》记载,其拟定的国情调查提纲中,所列问题共69项,其中属于人口方面的有37项,超过全部项目半数,“问少仕而未胜甲兵者几何人? ……问独夫寡妇、孤寡疾病者几何人也? ……余子仕而有田邑今入者几何人? 子弟以孝闻于乡里者几何人? 余子父母存不养而出离者几何人? 士之有田而不使者几何人? ……士之有田而不耕者几何人? 君臣有位而未有田者几何人? ……”

战国中期思想家、政治家商鞅提出了“强国知十三数”:“竟内仓、口之数,壮男、壮女之数,老、弱之数,官、士之数,以言说取食者之数,利民之数,马、牛、刍藁之数。欲强国,不知国十三数,地虽利,民虽众,国愈弱至削。”商鞅特别强调掌握人口数字,将其作为富国强兵的根本数据;并在秦国实行人口调查登记制度,对成年男女及其出生、死亡进行经常性登记。

秦王政十六年颁布政令:“初令男子书年。”要求所有成年男子登记年龄,满18岁即开始服兵役。与此对应的是《睡虎地秦简》中的记载“十六年,七月丁巳,公终。”“自占年”。“自占”,即百姓需要在指定时间到指定地点进行信息登记与核对。

汉代延续了秦国的“自占”方式。经过秦末战乱,大量人口脱籍,汉初需要对这些脱籍人口进行重新登记。《汉书·高祖本纪》记载:“令曰:诸无名数者,皆令自占书名数,令到县道官,盈壮日,不自占书名数,皆耐为隶臣妾。”即规定,没有登记户籍的“无名数者”需要在政令发布的三十天内自行前去官府进行登记。关于汉代的人口统计数字,据《汉书·地理志》记载,汉平帝元始二年“民户千二百二十三万三千六十二,口五千九百五十九万四千九百七十八”,这也是中国历史上第一次出现有据可查的全国人口统计数字。《汉书》中还有各州郡国所辖的县数及户数、口数,甚至收录了边远西域住过的户数与兵士数。此外,关于汉代的人口统计数字还可见诸《通志·食货·历代户口》《通典·食货·历代盛衰户口》等。

北魏进行过多次检括户口,《魏书·韩茂传》载:“显祖……又以五州(青、冀、定、相等)民户殷多,编户籍不实……诏均检括,出十余万户。”《魏书·高祖纪》载:“延兴三年秋九月,诏遣使者十人,循行州郡,检括户口,其有仍隐不出者,州、郡、县主并论如律。”

西晋时期,皇甫谧编著《帝王世纪》,其中详细记录了大禹“数万民”的具体数字:“禹平水土,还为九州……民口千三百五十五万三千九百二十三人”。此项数字在《后汉书》《通考》等文献上也有相同记载。

《隋书》记载了隋代曾两次大索脱网。第一次是隋文帝开皇三年,《隋书·食货志》记载:“是时,山东尚承齐俗,机巧伪造避役情游者十六七。四方疲人,或诈老诈小,规避租赋。高祖令州县大索脱网,户口不实者,正长远配。而又开相纠之科,大功以下,兼令析籍,各为户头,以防容隐。于是计账进四十四万三千丁,新附一百六十四万一千五百口。”第二次为隋炀帝大业五年,《隋书·裴蕴传》记载:“迁民部尚书,于时犹承高祖和平之后,禁网疏阔,户口多漏。或年及成丁,犹诈为小;未至于老,已免租赋。蕴历为刺史,素知其情,因是条奏,皆令脱网。若一人不实,则官司解职,乡正、里长皆远流配。又许民相告,若纠得一丁者,令被纠之家,代输赋役。是隋大业五年也。诸郡计账进丁二十四万三千,新附口六十四万一千五百。”

唐宪宗元和二年(807年),李吉甫撰《元和国计簿》上之,《元和国计簿》中列举了当时天下的户数、州县数、岁出入数,官员养兵数等,并和天宝年间进行对比,结论是税户减了四分之三,兵员增了三分之一。“总计天下方镇四十八,州府二百九十五,县千四百五十三。其凤翔、鄜坊、邠宁、振武、泾原、银夏、灵盐、河东、易定、魏博、镇冀、范阳、沧景、淮西、淄青等十五道七十一州不申户口外,每岁赋税倚办止于浙江东、西、宣歙、淮南、江西、鄂岳、福建、湖南八道四十九州,一百四十四万户,比天宝税户四分减三。天下兵仰给诸士官者八十三万余人,比天宝三分增一,大率二丁资一兵。其水旱所仰,非时调发,不在此数。”唐宪宗元和十五年(820年),户部奏计户账,“总计全国户籍二百三十七万五千四百,人口一千五百七十六万。定州、盐州、夏州、剑南西川、东川、岭南、黔中。邕管、容管、安南凡九十七州未申报户账”。

宋代是中国历史上人口增长较为显著的时期之一。北宋时期:据《宋史·地理志》载,宋徽宗大观四年(1110年)全国在籍人口达46734784人。南宋时期:在公元1193年至1195年间,宋金两朝在籍人口合计曾达76335486人。

明代推行“户帖”和“黄册”管理人口,洪武十四年黄册普查,“全国户数1065万余户,人口5987余万口”。明神宗万历三十年(1602年),全国“户口田赋之数户共一千三百四十十一户,口男妇共五十六万三千五百五十丁口半”。

清代人口经历了显著的增长,从顺治初年的约7000万增加到道光年间的4亿多。据《清实录》所载,顺治十八年(公元1661年),清朝人口总数约9069万人;清高宗乾隆六年(公元1741年),人口总数达到1.4亿之多;乾隆三十六年(公元1771年),人口突破二亿大关,总人口数约2.14亿;乾隆五十五年(公元1790年),突破三亿大关,达到3.01亿人;道光十四年(公元1834年),虽然清朝发展势微,但人口增长数量依然呈直线上趋势,达到4.01亿之多。

1912年民国时期开展的全国人口普查未包括安徽、广东、广西、外蒙古、西藏、青海、察哈尔、川边特别区等8个省级政区,因此现存的所谓1912年全国户口统计数只能是以后的增补与修正。《内政年鉴》记载,内政部修正后的人口总数为419640279人。

(作者单位:国家统计局统计资料管理中心 摘自《人口统计史话》)

精准把控农业调查全流程

■ 李靖

农业调查工作流程多、周期长,涵盖种植意向、播种面积、预计产量、实测产量调查环节,各环节工作既相互关联紧扣,又形成闭环相互影响。如何通过精准把控各环节工作水平,进而提升农业调查整体数据质量? 笔者谈几点体会。

精准摸排意向,对比审核数据是关键

种植意向调查是农业调查的首要环节,重在掌握农户种植动向,为研判农业生产形势提供依据。工作中需通过种植户信息摸底,构建覆盖普通农户、规模户及合作社等多层次农业经营主体样本,并动态剔除无种植意愿农户,确保样本代表性。

开展调查时,应结合春耕备耕关键节点开展入户访谈,同步调取村委会粮食直补、农业保险记录等台账资料,交叉验证上年实际种植规模。

数据审核阶段,需强化对比分析,审核播种总面积与分项之间的平衡关系,计算本年意向较上年实际的增减幅度,重点核查种植结构异常变动,对蔬菜、药材等小品种农作物漏填情况,及时反馈辅助调查员复核。

统筹优化路径,遥感提质增效是趋势

播种面积调查作为粮食总产量推算的重要基础,涉及对样方地块内所有农作物播种面积的全面调查。鉴于工作量大、时效性强,要根据工作量采取“倒排时间表、分组推进”策略,科学制定调查路线图,动员全队力量分组协同开展。

业务人员须深入田间地头,参照遥感底图与实际地形特征(如地块空间分布、主要田埂、地势起伏等),科学规划最优调查路径,避免重复行走提高效率,确保每个地块种植类型逐一登记,对难以辨清的农作物类型,及时与辅助调查员共同确认。

针对农作物种植结构简单、易于识别的样方,应用无人机遥感技术辅助调查,业务人员应学习掌握无人机精准操控、低空飞行及遥感影像解译等技术,通过积累农作物类型遥感识别经验,显著提升调查效率。



原永红 绘图

座谈预判形势,部门协同保障是支撑

预计产量调查在实割实测前进行,为实测产量工作提供预判基础。具体实施中,启动前须联合村委会召开座谈会,摸排样方内高产试验田分布、气候异常影响等关键信息,并抽选辅助调查员及经验丰富的老农组建估产小组。

估产小组须严格执行“四周转,中间串”的田间估产原则,从不同位置采集样本,通过手搓麦粒记录农作物穗粒数,根据亩穗数和千粒重科学推算预计产量。

加强部门协作,深入开展粮食生产形势调研,走访农牧、气象部门获取农业生产基础情况,动态跟踪汛情灾情对作物生长的影响,为产量评估提供多维参考依据。

培训赋能实操,全程跟进测产是核心

实割实测是粮食产量统计的决定性环节,必须严格规范操作。在粮食实测前举办培训班,系统讲解地块抽选、样本定位等操作步骤,选取农田实地演示小样本放样和调查工具使用方法,通过“现场教学”提升实操能力。

实割实测工作开展前,备齐测轨、样本袋、皮尺等工具,根据作物成熟度协调实测时间,做好样方地块户的沟通解释并发放调查补贴。

实测过程中业务人员需全程参与,监督收割环节落实“框内一株不漏、框外一株不取”要求,样本采集后及时贴标签,跟踪脱粒、除杂、晾晒全过程,重点对样本称重异常、不符合估产趋势的及时核查反馈,确保实测数据真实准确。(作者单位:国家统计局部门源调查队)

做好电子产品类商品采价的几点体会

■ 杨佳

在电子产品品牌多样、系统升级迭代加快、营销策略多元化的行业背景下,如何提升电子产品类价格调查数据质量,笔者分享几点体会。

扎实做好市场调研

调查员需要具备较强的选品能力,以保证选取的规格品具备充足的代表性,能客观及时反映电子产品市场的变动规律。调查员应当经常开展实地市场调研,深入了解调查点的具体经营情况,并获知商家促销活动方案,品牌市场份额等相关信息,能够基本掌握不同

品牌的主流产品的关键参数,增强市场敏感度。如电视机类规格品,优先选择主流品牌、销量较好且价格定位符合大众消费需求的热销机型,在品类选择上应注重多样性,确保各种尺寸、电视性能等不同类别均得到合理覆盖,满足不同消费群体的多元化需求。

掌握产品升级换代规律

调查员需掌握往年调查品牌产品升级情况及品牌宣传情况,新款初上市时价格较高、优惠折扣少,上市3个月至半年后优惠力度逐步加大,对于厂家和商家的促销优惠政策保持高度敏感,在采集价格的过程中便可大概

预测下一周期新品的大概上市时间,做好上下市产品迭代更新的准备工作。

了解产品性能特点

电子产品品牌虽多,但同级别竞争电子产品的性能特点相似度、互为竞品,如不同品牌同期推出的旗舰款手机定价、关键硬件参数、核心处理器以及目标客户画像等非常相似,这就要求调查员在新品发布后与销售人员进行充足的沟通交流,确保选品覆盖大多数大众消费需求。例如,手机、电脑类规格品,优先选择主流品牌的主打系列,要综合考虑的参数有CPU型号、RAM容量、ROM容量、电池容

量等,手机类还要对像素、外观等进行对比,确保选取规格品的代表性。

做好记录有据可追

电子产品类规格品从上市到上市时间大约在一年左右,价格变动次数随着节假日、升学季、促销等活动发生变动,要求调查员对每一次的价格变动要与导购员保持良好的沟通,获取最新价格优惠政策及变动原因,并做好规格品照片留存及台账记录工作,便于掌握其价格变动规律、做到价格变动有据可追,进一步规范基础工作质量,提高源头数据准确性。

(作者单位:国家统计局平罗调查队)