

# 农普宣传如何打通村组“毛细血管”

路永鹏

宣传工作作为农业普查工作的重要组成部分,直接影响普查对象的知晓率、配合度,进而关系到普查数据质量。笔者结合工作实际,就打通村组“毛细血管”,构建全媒体传播矩阵,浅谈几点思考。

## 激活村组群

村组微信群是农村基层信息传播的“最后一米”,其具有覆盖面广、传播速度快、互动性强等独特优势。要将村组微信群作为重要宣传渠道,转发普查政策、知识图解与工作动态,开展精准有效的宣传。需要注意的是,要安排专人在群内及时解答村民关于数据保密、填报流程等问题,将微信群打造成“农普问答直通车”,特别是针对大量在外务工的青壮年群体,村组群可以跨越地

理阻隔,确保他们及时了解农业普查政策,主动配合数据填报,有效解决“人在外地、信息断线”的难题。

## 用好短视频

如今,短视频已成为农村群众信息获取的重要渠道。实际工作中可以通过利用农业普查动画宣传视频、情景短剧等形式在村民朋友圈里开展宣传,也会取得良好的传播效果。各级农普办可以通过开通“四农普”专题网站,联动各级主流媒体在黄金时段精准传递普查工作要求与部署,提升普查公信力;也可以依托政府官网、统计局官方微博公众号、各级主流媒体等平台,统一制作政策解读、工作动态等内容,确保信息传播的权威性。

台适配,例如,抖音要侧重趣味性和传播力,微信视频号侧重熟人社交裂变。此外,乡村大喇叭的宣传内容亦可同步转化为短视频配乐素材,实现“一鱼多吃”。

## 筑牢权威平台

在短视频、微信群等新媒体蓬勃发展的同时,传统权威平台仍要发挥普查宣传的“定盘星”作用。各级农普办可以通过开通“四农普”专题网站,联动各级主流媒体在黄金时段精准传递普查工作要求与部署,提升普查公信力;也可以依托政府官网、统计局官方微博公众号、各级主流媒体等平台,统一制作政策解读、工作动态等内容,确保信息传播的权威性。

## 用足乡音乡情

乡音乡情具有天然的亲和力 and 穿

透力,工作中可以鼓励、倡导普查员用好方言与群众拉家常、讲政策,把专业指标转化为群众听得懂的实在话;也可以利用“村村响”广播播放村干部录制的“乡音版”普查宣传内容,让宣传内容入脑入心;还可以指导基层普查员开展“乡音话农普”系列活动,录制方言版宣传音频在村广播播放,制作方言顺口溜、快板等群众喜闻乐见的文艺作品,让农普声音真正“飞入寻常百姓家”。此外,对于农村留守老人群体,传统的面对面讲解仍是不可替代的有效方式。

农业普查是国之大事,宣传工作是其中的关键一环。面对数字化浪潮,宣传工作者要紧跟时代步伐,让农普声音传遍田间地头,深入人心,为高质量完成第四次全国农业普查创造良好的舆论氛围。

(作者单位:甘肃省庆阳市统计局)

## 探讨交流

# 发挥台账效能 做好价格调查

张丽慧

做好居民消费价格调查,台账管理既是筑牢数据质量的基础支撑,也是提升工作质效的关键抓手。

## 建强基础台账

基础台账是价格调查数据的源头活水,其完整性与精准性直接决定数据质量底色。立足调查全流程,构建涵盖《网络交易价格采集台账》等8个重点分类台账以及《消费价格调查基础工作自查台账》《跟班采价督导台账》《月报数据审核台账》《三级联审责任台账》的立体化台账体系,实现从采价源头到数据上报的全链条痕迹化管理。日常工作中,坚持动态优化机制,定期筛查清理无交易记录的“休眠规格品”,科学调整代表性不足的调查样本,确保源头数据鲜活度与代表性;同时,通过台账翔实记录采价时点、采价场景、价格变动原因及审核意见,构建“采价、记录、审核、归档”的可追溯、可核查工作闭环,既有效降低数据差错率,也强化采价员、审核员的责任意识。

## 用好检查台账

检查台账是规范调查行为,强化过程监督的重要抓手,其核心价值在于清单化管理推动责任落实,以闭环式管控提升工作精度。将台账管理与监督检查深度融合,依据年度工作部署与月度重点任务,细化完善《消费价格调查基础工作自查台账》《跟班采价督导台账》,明确检查内容、责任主体与完成时限,实现“任务清单化、责任具体化、督导常态化”。聚焦“双重督查、三重聚焦”工作机制,即分管领导牵头督查与科室负责人专项督查同向发力,紧盯存疑数据核实、重要民生商品价格波动、采价制度执行规范三大重点领域,通过“实地核查+台账比对”的双线校验模式开展跟踪问效。建立月度量化考核与问题整改销号机制,对检查发现的问题现场反馈、限期整改,形成“检查、反馈、整改、提升”的闭环管理链条,持续推动采价行为规范化、过程管控精细化。

## 精耕审核台账

审核台账是防范数据风险,确保数据准确的关键屏障,其精细化水平直接关系到调查结果公信力。应建立月度《CPI数据审核重点台账》,对价格异常波动、逻辑不符、趋势背离等存疑数据实行“清单式管理、台账化销号”,明确核实责任、修正依据与完成时限,确保数据经得起推敲、问题妥善善处理。依托《三级联审责任台账》,清晰记录专业人员初审、分管领导复审、科室负责人终审的全流程轨迹,细化审核意见、签字确认等关键环节,层层传导责任、筑牢质量防线。按月按季梳理审核记录,从数据关联性、趋势合理性、逻辑严密性等维度复盘分析,形成系统化档案,为优化审核标准、提升数据质量提供坚实支撑。

## 深挖动态台账

动态台账是连接数据采集与决策服务的核心纽带,核心价值在于从数据记录向价值挖掘延伸。台账管理中,既精准记录价格数据,更同步采集市场供求、消费行为、政策效应等鲜活信息,为趋势研判积累一手素材。围绕民生热点,应建立《专题价格监测台账》《季度趋势分析台账》,引导调查人员定向跟踪、深度调研,捕捉价格变动深层原因,形成有数据、有分析、有建议的高质量分析报告。

(作者单位:国家统计局银川调查队)

# 怎样记好农户农产品自产自销账

古国璋

在农村,农户自种花生、甘蔗用于榨油榨糖较为普遍。但在住户调查记账中,记账户往往只记“卖花生油”等出售收入,容易漏记原料投入、加工费用以及自用消费部分。笔者从还原生产链条、编制操作指引、优化询问技巧三个环节着手,就怎样帮助记账户把农产品自产自销这账记清楚、记完整,谈几点思考。

## 还原生产链条 明确记账环节

农产品自产自销记账,关键在于厘清从原料种植、加工到成品处置的完整链条。以儋州农村常见的“花生榨油”为例,这一过程可拆解为收成、加工、自用、馈赠、出售五个关键环节,每个环节对应不同的记账要求:收成环节需登记花生产量,加工环节需登记榨油加工费,自用环节需登记自产自销消费,馈赠环节按实物赠养或馈赠处理,出售环节则登记经营收入。产量与出售量对应,自用与加工费匹配,一环扣一环,缺了任何一环都能及时发现。这种记账方式同样适用于甘蔗榨糖、自酿米酒、自制年糕等农村常见的农产品自产自销场景。通过还原生产链条,使记账从“凭感觉”变为“分环节、有步骤”,收支来源去向更加清晰。

## 转化专业术语 编制操作指引

农产品自产自销记账涉及产量、投入、加工、自用、出售等多个账目,记账要求较为复杂。为了让记账户和调查员更容易理解和操作,将记账要点转化为通俗易懂的操作指引。以花生榨油为例,明确要求登记“五笔账”:一笔花生产量,记录原料来源;一笔投入花生折价,记录自产部分进入生产加工环节的实物投入;一笔榨油加工费,记录加工产生的实际



原永红 绘图

支出;一笔出售花生油收入,记录成品出售所得;一笔自家消费花生油折价,记录自用部分,并注明按实际消费量登记,避免提前记账。对于其他常见农产品自产自销场景,也逐一梳理形成操作指引,供记账户对照记账,供调查员日常辅导参考。调查员在日常审核中可对照指引快速发现漏记环节,及时提醒记账户补充,通过将专业术语通俗化,提高记账的便捷性。

## 优化询问技巧 强化细节核实

入户走访是辅导记账的重要环节,询问技巧直

接影响记账质量。在访户时,调查员不再机械地问“有没有卖花生油”,而是结合农时和季节变化,通过具体问题引导记账户回顾生产消费全过程。例如,榨糖季节,调查员可以问“甘蔗收成怎么样?”“榨了多少斤糖?加工费多少钱?”“糖是自己吃还是卖了?”;榨油季节,则围绕花生展开:“花生收了多少斤?榨了多少斤油?油饼喂猪了没?”通过这种有重点、有层次的询问方式,不仅提高了记账效率,也增强了记账户对收支项目的理解,通过引导式询问,帮助记账户逐笔登记,从源头上减少遗漏。

(作者单位:国家统计局儋州调查队)

## 统计科普

# 什么是财政收入和财政支出(之二)

财政部综合司

## 二、财政收入和财政支出指标的社会经济意义

财政收支活动是国民收入分配的重要组成部分。财政通过参与国民收入的初次分配和再分配,履行其资源配置、收入分配和经济稳定等职能。因此,财政收入和财政支出统计指标反映了一定时期内政府参与国民收入分配、支持经济社会发展的范围和规模。

(一)财政收入指标的社会经济意义  
第一,从财政职能看,财政收入指标反映了政府对经济社会发展的财力保障程度。政府为实现社会管理、提供公共产品、支持经济社会发展的重要职能,必须掌握一定数量的社会产品。财政收入则是政府筹集资金、满足社会公共需要、支持经济社会发展的重要手段。财政收入不仅通过调节社会再生产过程各个环节,促进社会经济结构的调整优化,而且为政府直接支持经济社会发展提供了财力基础。

第二,从政府间财政关系看,不同级次财政收入指标反映了各级政府之间的财政分配关系。从预算级次上看,财政收入分为中央财政和地方财政收入。不同级次财政收入指标,反映了各级政府的收入划分,以及不同级次政府间的财政分配关系。其中,中央财

政收入占全国财政收入的比重,反映了中央政府集中财力支持经济社会发展的程度和宏观调控的能力。

第三,从国民收入分配角度看,财政收入指标体现政府与企业(单位)以及居民个人之间的分配关系。国民收入创造出来后,通过分配形成国民收入初次分配,也参与国民收入的再分配。比如,增值税、消费税等间接税,是政府参与国民收入初次分配而取得的收入;企业所得税、个人所得税、房产税等直接税,则是政府参与国民收入再分配取得的收入。因此,财政收入指标反映了政府与企业(单位)以及居民个人之间占有和支配社会资源的关系,反映政府调控经济运行和调配社会资源的情况。

(二)财政支出指标的社会经济意义  
第一,从财政职能看,财政支出指标反映了政府满足社会公共需要的程度。财政支出的目的,是保证政府履行其职能,在市场经济条件下,它表现为满足社会公共需要。一是保证国家机构运转的需要。一般公共服务、外交、国防、公共安全等财政支出指标,反映财政资金用于维持国家机器正常运转的规模。二是教育、卫生健康、科学技术等社会公共需要。国家通过安

排教育、卫生健康、科学技术、文化体育等财政支出,促进各项社会事业的发展。三是公平收入分配的需要。社会保障和就业、住房保障支出等财政支出指标,反映国家调节居民收入分配的活动。四是公共设施以及经济建设等公共需要。国家通过安排财政投资和其他经济事务支出,提供公共产品和准公共产品,促进经济结构调整。因此,财政支出指标既反映政府介入经济社会生活的广度和深度,也反映财政在经济社会生活中的地位和作用。

第二,从政府间财政关系看,财政支出指标体现不同级次政府的社会经济发展职责范围。不同级次政府在经济和社会活动中承担着不同的职责,相应的,财政支出也体现了不同级次政府的职责划分情况。按现行财政管理体制规定,中国财政支出分为中央财政支出和地方财政支出。其中,中央财政支出指标反映中央政府用于国防、外交、公共安全、节能环保和各项社会事业,以及调整国民经济结构、协调区域发展、实施宏观调控等方面的支出规模,反映中央政府对全国经济社会发展介入和支持的程度。地方财政支出指标反映地方政府利用地方本级收入和中央对地方的税收返还、转

移支付收入用于行政管理、保障和改善民生以及经济和社会事业发展等方面的支出规模,反映地方政府对地方经济社会发展介入和支持的程度。

第三,从国民收入分配角度看,财政支出指标反映了政府对收入分配调节的程度。在市场经济条件下,由于每个人占有的财产多少不等、受教育的程度不同以及个人能力和机会的差异等原因,个人收入高低是不一样的,这就会造成贫富悬殊,出现社会分配不公。根据公开、公平和效率原则,国家将财政收入通过预算安排为财政支出,在有关部门、领域及地区间进行配置,可以起到再分配的作用。特别是通过转移支付,实现基本公共服务均等化,缩小区域差距;通过对居民个人和家庭的转移性支出,如社会保障支出、救济支出和补贴等,提高其收入及生活和福利水平。从这种意义上讲,财政用于教育、卫生健康、社会保障和就业、保障性住房等方面的支出指标,都反映了政府对居民收入分配的调节,有利于提高居民特别是低收入居民的收入水平,缩小收入分配差距,促进社会和谐。

(摘自《领导干部应知应会主要统计指标诠释》,中共中央党校出版社中国统计出版社)

# 用有温度的对话化解企业调研的顾虑

刘凡

专项调研往往围绕经营难点、政策效果等企业切身话题展开,按理说企业“有话说”。但实际上,不少企业要么电话不接、微信不回,要么敷衍几句便匆匆结束。笔者认为,做好企业专项调研的关键,是让调查员用有温度的对话化解企业的顾虑。

## 建立信任 获取信息

有的企业在接到调研电话时,第一反应往往是“你们又要什么数据”。这时,若调查员开口就是“根据上级要求”“请你配合调查”,这会令对方的心理产生隔阂。

遇到企业配合度不高的情况,第一句话不妨这样说:“您好,这次调研就是想听听大家的真实情况,不记名,内容也不反馈给任何执法部门,您说我们只作为‘内部参考’。”紧接着,用一句“这几天我也联系了几家跟您类似的企业”来拉近关系,再举一个脱敏后的同行例子作为“引子”,比如“有家企业说,原材料涨了三成但不敢涨价,怕丢客户,您这边是不是也有这个难处?”如果企业语气含糊,明显闪躲,可以补一句,“您说的‘差不多’是比去年好还是差?没事,我们只记个方向,不记名字。”这种“先共情、后提问”的方式,能让企业感到调查员是“自己人”,原本紧绷的语气就会松弛下来,慢慢打开话匣子。

## 追问细节 捞出实情

企业愿意开口后,往往会吐出一串情绪化抱怨,这些碎片如果原样记录,报告就成了“情绪合集”;若抛弃不用,又浪费了企业的实话。

当企业表达某种困难或不满时,调查员不要停留在情绪层面,而是顺着对方的表述连续追问三个具体问题——比如是什么原因、什么环节、什么程度。每问出一个具体答案,就用一句话概括为“实情记录”,把笼统的“不行”转化为可核实、可表述的事实。调查员边听边记,结束时复述一遍“您刚才说的几个情况,我帮您记下来了,您看是不是这个意思?”当企业感到自己的声音被认真对待,转化为有根有据的实情,就会从“懒得细说”变成“我再跟你讲讲清楚”。这种方法既避免了情绪化的无效采集,又让企业的每一句牢骚都能变成有价值的素材。

## 持续连线 留住回头客

专项调研有时会陷入“一阵风”困境,即调研结束,政企联系随即中断。企业难免会产生失落感,建立的信任无法持续保持。

这时,在沟通结束前,应根据企业提到的困难,主动提供一条“用得上的信息”——比如对方说“不知道怎么申请补贴”,回复“我手头正好有一份刚出的申报指引,马上发给您”;对方说“订单萎缩”,回复“我从另一家企业了解到最近有个线上采购对接会,把链接转给您”。调研报告完成后,要向提供典型案例的企业表示感谢,让企业感受到自己的声音被重视、有价值。还可以建一个常态化联络群,定期分享行业动态和政策链接,把调研的“临时纽带”变成持续服务的“连心桥”,让企业从“被动配合”变成“主动联结”。

(作者单位:国家统计局沈阳调查队)