

把准夏季就业脉搏 问出真实情况

■ 杨沫

夏季是劳动力调查的关键窗口期,在校学生“暑假工”大量涌现,应届毕业生集中进入求职市场,加之天气炎热、入户难度增大,给基层调查员带来不小挑战。如何把准夏季就业脉搏、问出真实情况?笔者结合实践,谈几点体会。

把指标问活:变“念题”为“聊天”

夏季重点人群就业形态特殊,照本宣科询问标准指标,容易产生误判。入户时要善于把专业指标转化为家常对话。

问打工学生要“细”。对在校学生暑期打工的情况,要细问工作时长、劳动报酬、是否在等待开学。不少学生只周末做兼职,或每天工作不足一小时,按规定不应算作就业;有的学生帮亲戚看店、不领报酬,也不算就业。调查员可这样问:“暑假在外面干活了吗?每天干几个小时?给不给工资?”

从而准确区分“就业”与“非劳动力”。问毕业生要“清”。毕业离校但未找到工作的学生,常被家人误报为“在家待着”。调查员要厘清三个问题:是否有求职行为?是否在等待录用结果?是否已落实单位但尚未到岗?建议追问:“毕业之后在找工作吗?投过简历或参加过面试吗?有没有已经录取但还没去上班的?”已找到工作只是等待入职的,应判为“有工作未上班”的就业人口;正在积极求职的,才是失业人口。

问灵活就业要“确认”。夏季夜市、外卖、网约车等灵活就业活跃,调查员要确认近七天是否实际从事工作、是否有稳定收入、是否有工作单位或雇主。

把人判断准:紧扣三类人群核心特征

在校打工学生——核心判断标准是,“是否为获取报酬或家庭帮工工作过一小时以上”。在餐厅、超市等固定场所每天工作四小时以上的,肯定算就

业;偶尔帮同学代班、不领报酬的,不算就业;只工作了两三天就结束的,如果调查参考周内实际工作过,仍算就业。

毕业离校生——最容易混淆的是“求职意愿”与“求职行为”。有的毕业生声称“在找工作”,但近3个月没有任何求职活动,应归为非劳动力。还有的毕业生准备考研或考公,未找工作,也不属于失业。调查员要追问“近3个月具体做过什么找工作的事情”,不能仅凭主观意愿判断。

暑期临时歇业者——建筑、装修等行业夏季高温停工较常见。这类人员如果明确表示“停工结束后会回去上班”,且不超过1个月,应判为“在职未上班”,属于就业人口;如果停工后打算另找工作,则询问其是否正在求职、能否到岗,综合判断失业还是非劳动力。

把数据审透:用“三比对”把好出口关

入户结束后,审核环节要重点对比三类逻辑关系,确保数据经得起推敲。

横向比对。同一户内,父母与子女的就业信息是否矛盾?比如父母填报孩子“在读书”,孩子却填报“工作过”,需核实。夏季常有学生打工收入被计入家庭经营收入,要注意区分个人就业状态。

纵向比对。对比上月调查数据。上月在校学生本月毕业,就业状态应发生转变,若仍填报“在校学生”则明显错误。应届毕业生上月可能在求职,本月若突然变成“非劳动力”,需核实是否放弃求职。

交叉指标比对。工作时长与报酬是否匹配?暑期打工学生填报“每周工作40小时、报酬200元”,明显不合常理,要回访。失业人员填报“求职方式:亲戚朋友介绍”,同时“能否到岗”选“能”,但近3个月无面试记录,逻辑矛盾,需重新核实。

此外,夏季入户还要关注调查时间调整。如遇高温预警、雷雨天气,可灵活安排晚间入户,提前与社区预约,同时做好调查员防暑保障。

(作者单位:国家统计局中卫调查队)

让“三新”经营主体快速适配统计调查

■ 杨付龙

针对“三新”经营主体统计适配过程中的认知、能力、服务、机制等突出堵点,笔者结合基层统计工作实践,就如何助力“三新”经营主体快速适配统计调查谈几点体会。

精准摸排+分层赋能,破解“不会报”难题

摸清主体底数、补齐能力短板是做好“三新”统计工作的基础前提。针对“三新”主体业态杂、分布散、迭代快、专业新的特点,需双向发力夯实统计基础。

构建动态摸排建档体系。依托基本单位名录库、市场监管、税务登记等大数据资源,联动行业主管部门开展全域筛查,精准甄别新业态、新商业模式经营主体,建立分类专属统计台账,实时更新主体新设、注销、业态信息,严格落实“应统尽统、应纳尽纳”,从源头杜绝漏统、错统问题。

推行精准滴灌式培训指导。摒弃“大水漫灌”的传统模式,针对规模以上企业、小微主体、个体工商户等不同对象,定制差异化培训内容,通过线上短视频教程、案例解析、线下一对一答疑等多元形式,通俗化解读统计指标口径、填报规范、审核要求,重点破解直播电商、数字文创、科创服务等新业态填报难点,全面提升“三新”经营主体自主填报、规范填报的能力水平。

数字提质+减负增效,打通“不愿报”堵点

立足“三新”经营主体轻量化、灵活化运营特点,以统计数字化改革为抓手,精简填报流程、降低填报成本,有效破解主体填报繁琐、配合度不高的问题。

持续优化利用统计直报数字化平台,迭代升级手机直报、一键填报、智能校验等功能,删减冗余报表与填报环节,实现填报流程极简、操作便捷高效,适配小微主体灵活填报需求。

深化跨部门数据共享共用,打通统计与市场监管、税务、政务服务等数据壁垒,依托大数据技术实现营收、从业人数等核心经营数据自动抓取、智能填充,大幅减少人工填报工作量。

搭建智能审核预警体系,系统实时校验填报数据合理性,自动标注异常指标、推送修正指引,帮助经营主体快速完成数据自查自纠,真正实现“数据多跑路、主体少跑腿”,以高效便捷的填报体验提升主体主动填报意愿。

普法固本+长效运维,筑牢“报得准”根基

健全规范化、常态化工作机制,是持续提升“三新”统计数据质量、巩固适配成效的核心保障。

深耕普法宣传教育,常态化开展统计法宣讲。明确经营主体依法如实填报的法定责任,深入解读统计数据对企业发展、产业扶持、政策落地的重要意义,破除“重经营、轻统计”的认知误区,坚决杜绝瞒报、漏报、错报等问题,营造依法统计、诚信统计的良好氛围。完善闭环服务监管机制,搭建线上线下一体化答疑通道,组建基层统计服务专班,实现企业诉求快速响应、高效处置。推行柔性监管与正向激励相结合的工作模式,对填报规范、数据优质的主体予以激励引导,对非主观失误以指导整改为主,包容审慎帮扶新兴经营主体成长。

常态化开展企业回访调研,精准收集统计服务对象诉求,持续优化调查方式、完善服务流程,形成“摸排建档、精准培训、智能填报、提质审核、优化升级”的全链条统计工作闭环。

(作者单位:国家统计局固原调查队)

统计科普

什么是货币供应量

■ 阮健弘

一、货币供应量的基本定义

货币供应量是全社会的货币存量,是某一时点承担流通和支付手段的金融工具总和。货币供应量依据充当货币的金融工具“货币性”不同划分为 M_0 、 M_1 、 M_2 、 M_3 、 M_4 不同层次。

金融工具的“货币性”主要是指金融工具的流动性和收益性。金融工具的流动性是指金融工具在多大程度上能够在短时间内以全部或接近市场的价值出售。充当货币的金融工具因其种类不同,其流动性不同,现金和活期银行存款能够按其全部面值用于购买产品、服务以及金融和非金融工具,其他有价证券则需要花费一定时间在证券市场上出售后转换成现金和活期银行存款后才可用于交换,因此现金和活期银行存款的流动性最强,支票和定期银行存款的流动性稍弱,其他有价证券的流动性最弱。

金融工具的收益性是指金融工具不仅本身具有一定面值,而且还可以赢得利息、红利或其他收益。一般来说,现金一般不具有收益性,活期存款可以获得较低的利息,而定期存款和其他有价证券的收益相对较高。

二、中国货币供应量层次划分

1994年,中国人民银行首次将中国的货币供应量分为 M_0 、 M_1 、 M_2 三个层次。此后,货币供应量的口径经过多次修订。2001年6月,将证券公司客户保证金计入 M_2 ;2002年初,将在中国的外资、合资金融机构的人民币存款业务,分别计入不同层次的货币供应量;2011年将住房公积金存款和非存款类金融机构在存款类金融机构存款计入 M_2 ;2018年初,用非存款机构部门持有的货币市场基金取代货币市场基金存款(含存单);2022年末,将流通中数字人民币计入 M_0 。当前,中国货币供应量层次如下:

$$M_0 = \text{流通中现金}$$
$$M_1 = M_0 + \text{单位活期存款}$$
$$M_2 = M_1 + \text{单位定期存款} + \text{个人存款} + \text{其他存款}$$

三、货币供应量计量方法

世界各国编制货币供应量时一般采取叠加法 and 加权汇总法两种方法。叠加法就是将不同层次的货币简单进行加总的方法,其基本思路是以“搭积木”的方式将具有货币性的金融工具纳入不同的货币层次中,分别以 M_0 、 M_1 、 M_2 、 M_3 等表示。处在该序列中的位置越低,其货币性越强,相反,处在该序列中的位置越高,其货币性越弱。加权汇总法是对货币总量进行加权汇总的方法。其基本思路是对金融工具尽可能细分,同时选择一定的方法对各种金融工具的“货币性”强弱进行测定,再以测定的结果作为权重,对每一种金融工具进行加权汇总,其本质是一种加权测定的货币总量。显然,在该方法中对每类金融工具“货币性”强弱的判断是关键,由于判断货币性强弱的具体方法较多,且在理论与实践上尚难以达成共识,目前还处于积极的探索之中。

中国货币供应量目前采用叠加法进行计量,其数据来源于各类存款性公司上报的数据。

(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)

高考落幕暑假到,准大学生消费账要记清

■ 李晨冰

高考大幕刚刚落下,千万学子迎来了长达3个月的悠长假期,同时考生消费也呈激增态势。大量集中的奖励性消费,叠加网购、电子产品等消费支出,对准大学生及其家长的记账能力提出了更高要求。

把握收付实现制,坚持“日清日结”

住户调查遵循的是“收付实现制”原则,记账户必须按照每天实际发生的收支逐笔记录,做到“日清日结,不重不漏”。

暑期是学生消费最集中的时段,电子产品采购、旅游出行、驾校报名、兴趣培训等活动接踵而至。支出频繁,种类繁多,如果不及时记账,容易出现漏记、错记的情况。因此,建议记账户养成每日记账的好习惯,最好是当天发生的收支当天就录入系统。如同有的记账户分享的经验那样:“白天购物,晚上录入,睡前检查一遍”,这样既能确保数据准确,也为后期数据审核提供了清晰完整的原始凭证。

落实“六有六无”,保障源头数据质量

对于住户调查记账工作来说,规范是数据质量的生命线。为此,住户调查提出了“六有六无”的记账标准:有日期、有品名、有单位、有数量、有金额,收入项目有成员姓名;同时确保无多记、无重记、无漏记、无混合账、无字迹不清、无错栏串格。

暑期学生消费尤其需要认真落实这一规范。比如,家长陪同准大学生购买电子产品时,要记清购买了什么商品、花了多少钱,不能笼统地记为“买电脑”或“买手机”,而应明确到品牌和具体型号。在超市购物、线上消费的情况下,也要分笔记账,不能合记成一笔。只有坚持规范记账,才能真正从源头上保障住户调查数据质量。



原永红 绘图

精准归类暑期消费,理清八大类科目

住户调查将消费支出划分为食品烟酒、衣着、居住、生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健及其他用品及服务八大类。暑期学生消费往往涉及其中多个类别,记账户必须做到精准归类。

具体来说,购买手机、平板、笔记本电脑等电子产品,应归入教育文化娱乐大类中的“文娱耐用消费品”;报名驾考培训、参加各类兴趣班,则记入“其他

教育和培训”类别。购买服装、鞋帽属于“衣类”支出;旅游途中产生的车票机票、加油费用、住宿餐饮、景点门票等,要分别记入“交通费”“住宿费”“在外用餐”“门票”等对应项目。有些记账户习惯将旅游全部合并记为“旅游费”,这样的混记方式不符合记账规范,必须逐一拆分录入。出门在外不便逐一拆分时,可先在手机上分别记录不同类别的花销,待回家后再统一录入到“e记账”中,做到一笔一清、分毫不差。

(作者单位:国家统计局沈阳调查队)

以高质量宣传服务四农普

■ 周傲男

第四次全国农业普查是新时代摸清“三农”家底、服务乡村全面振兴的重大国情国力调查。宣传工作作为凝聚社会共识、引导普查对象配合、营造良好舆论环境的基础性工程,直接关系到普查工作的社会动员力与数据采集效率,是推动四农普高质量完成的重要保障。笔者结合工作实际,对宣传工作高质量赋能四农普、提升普查社会知晓度与配合度谈几点思考。

强化顶层设计,构建全周期宣传格局

“凡事预则立,不预则废”,农普宣传重在提前布局、系统谋划、环环相扣。

科学制定宣传方案。围绕普查准备、清查摸底、现场登记、数据发布等阶段特点,明确各阶段宣传主题、重点内容与目标人群,做到前有预热、中有高

潮、后有延续。建立宣传任务清单制度,逐项明确责任单位、时间节点与考核标准,确保宣传计划可落地、可检查。

精准设计宣传内容。突出普查“为国统计、为民调查”的根本属性,重点解读普查数据用于政策制定、项目安排、资金分配的惠民作用,强化统计保密承诺宣传,讲清“数据只用于普查”的法律底线,切实打消群众顾虑。

建立宣传节点预热机制。结合前期启动四农普宣传铺垫工作,选取春耕、秋收等农时节点,嵌入普查知识普及活动,营造“人人知晓、主动配合”的社会氛围。

创新方式载体,提升宣传覆盖精准度

“众人拾柴火焰高”,农普宣传需分众施策、多管齐下。

拓展融媒体宣传矩阵。充分发挥调查队官网、微信公众号主阵地作用,同步联合当地主流媒体,制作宣传推

送情景剧、动漫、快板等短小精悍的农普宣传产品。利用乡村“大喇叭”、村务公开栏等传统载体,形成线上线下联动格局。

推行分众化精准宣传。针对普通农户,编印“一图读懂农普”折页、口袋书,以方言俚语、顺口溜等形式解读普查指标;针对规模经营主体、合作社,采取上门走访、座谈宣讲等方式,重点说明普查对获取政策扶持、信贷保险的参考价值;针对外出务工人员,利用节假日返乡、农忙回乡等时机,通过短信、微信定向推送普查告知。

打造沉浸式体验场景。在村民广场、农资销售点、农村集市等人流密集区域设立农普宣传角,开展“农普知识有奖问答”“我是普查小助手”等互动活动,增强宣传吸引力与参与感。

健全联动机制,凝聚协同推进强大合力

“单丝不成线,独木不成林”,农普

宣传需全方位联动齐发力。

深化系统内纵向联动。定期召开宣传调度会,及时传达宣传口径与工作要求,共享宣传素材与典型案例。联合县统计局、县调查队要主动对接乡镇统计站、村级普查小组,确保宣传触角延伸到村、到户、到人。

强化单位间横向协同。联合统计局、融媒体中心等单位成立四农普宣传专班,整合政策资源、媒体资源、法律资源,共同策划“农普宣传月”“法治农普乡村行”等主题活动,实现优势互补、同向发力。

激活基层宣传末梢。将普查宣传纳入村干部、网格员、普查员培训必修课,编发《农普宣传员工作手册》,明确入户宣传标准用语与常见问题解答口径。建立“普查员+村民组长”结对宣传机制,利用村组会议、夜谈会、田头会等载体,面对面答疑解惑,提升宣传实效。

(作者单位:国家统计局宿州调查队)