



抓实CPI调查代表规格品审核三环节

■ 王瑞

CPI(居民消费价格指数)调查代表规格品审核是居民消费价格调查的基础性工作,是精准研判市场物价运行态势的重要支撑。当前消费市场迭代加快,品类更新频繁、季节性波动明显,新兴消费不断涌现,规格品审核面临制度对标不精、时序衔接不严、样本代表性不足等问题。笔者认为,做好CPI代表规格品审核,要抓实制度校准、时序比对、样本优化三个关键环节。

逐类对标核查 把牢规格品分类准入关

制度执行不细致、类目核查不严谨,是基层规格品审核普遍存在的薄弱环节。在日常业务中,工作人员容易凭固有工作经验惯性操作,出现基本分类匹配偏差、样本配置数量不达标、目录归属错位等细节问题。细微疏漏长期累积,将直接影响整套价格监测数据的规范性和精准度。

为有效破解制度执行不到位问题,需以调查制度为根本遵循,严格对照最新基期调查目录及配套制度说明,常态化开展全覆盖、无死角、精细化样本核查工作。逐基本分类、逐消费品类、逐监测样本,细致核验规格品类目归属、样本配置数量与制度匹配情况,及时整改类目错配、归属偏差、样本冗余、设置不规范等各类问题。

针对替换频繁、易错易混的日用消费品、小众特色品类,建立重点审核清单,实行清单化管理,杜绝经验化、随意化设置样本的问题,确保所有规格品分类精准、数量合规、匹配规范,筑牢CPI调查标准化工作根基。

换季专项比对 守好时序数据衔接关

鲜菜鲜果、服装鞋类、家纺纺织等民生商品季节性特征极为突出,商品上下市更替周期短、迭代速度快,年度之间主推款式、规格档次、材质工艺差异较大,是物价时序审核工作的重点难点。换季更替阶段,新旧商品参数差异明显,极易出现跨年样本品质不同、规格不一的情况,造成价格数据序列断裂、时序不可比,直接干扰月度、季度、年度价格走势的连续性研判。

为有效破解季节性样本衔接难题,需建立完善季节性规格品专项核查比对台账,形成“年度对照、季节专审、更替必比”的常态化工作机制。每逢换季商品集中上新、退市节点,主动对照上年同期在库样本,逐项比对商品品牌档次、规格尺寸、材质品质,严格落实同质可比的核心审核标准。对因市场退市确需更替的季节性样本,严格执行过渡期同步采价、交叉比价流程,平稳完成新旧样本价格衔接,最大限度降低季节更替带来的数据波动和时序偏差,保障跨季、跨年价格数据



图为工作人员在采价网点开展CPI代表规格品审核核查。

连贯统一、纵向可比。

动态调优样本 筑牢监测代表质量关

随着居民生活水平稳步提升,消费理念和消费场景持续更新,市场主流消费品迭代速度持续加快,新旧品类更替节奏提速。部分传统老旧消费品类市场流通量逐步萎缩,居民消费频次持续下降,若长期沿用固化样本结构,将出现样本覆盖不全、代表性弱化等问题,难以真实反映当前市场价格运行实情。

为有效破解季节性样本衔接难题,需坚持立足市场、紧贴民生,将实地调

研作为优化样本结构的核心抓手。常态化深入商超门店、农贸市场、品牌专营店等采价网点,动态掌握辖区商品流通现状、品牌竞争格局及消费迭代趋势。综合商品市场占有率、居民日常消费频次、品类关联紧密程度、市场发展热度等多重维度,系统研判存量样本适配质量。及时清理市场边缘化、消费需求萎缩、适配度偏低的老旧样本,择优补充市场流通量大、贴合主流消费趋势的新兴品类,持续优化规格品整体布局,全面提升居民消费价格调查样本覆盖面、适配度和市场代表性,确保价格监测数据客观真实反映区域内居民消费价格运行态势。

(作者单位:国家统计局神农架调查队)

读懂“毛孩子”账单 记好家庭“宠物账”

■ 包敏

近年来,城镇宠物消费市场规模持续扩大,越来越多的“毛孩子”走进寻常百姓家,宠物消费已成为居民生活消费中不可忽视的一部分。然而,从购买宠物到日常喂养、医疗美容、保险理赔、出行寄养,涉及多个记账科目,基层调查员在实际审核中经常遇到归类混淆、品名模糊等问题。如何指导记账户把宠物相关收支“记准、记到位”,已成为住户调查面临的新课题。

宠物购入:要看性质分“收支两条线”

记账户购买宠物的情况日益增多,但这笔支出怎么记,不少调查员心里也没底。审核时应把握一个原则,看购入目的、看后续用途。家庭饲养宠物若属娱乐性质,购买宠物的支出应记入“其他文娱用品”类;若属经营性质(如繁育出售),则记入“经营性支出”。

收入端同理,出售宠物若属经营行为,款项记入“其他非农业生产经营收

入”;若属不再饲养后的转让,记入非收入所得中的“出售其他财物”。访户时可针对性询问用途,“是买来自己养还是配种卖”,编码就不会走偏。

日常饲养:科目要分清“吃穿用各归其类”

宠物消费高频琐碎,账本上常见“狗粮”“猫砂”“疫苗”等品名,但实际归类各有不同。入户培训时可分类提醒:主粮、零食、营养品等归入“宠物食品”或“宠物用品”;牵引绳、猫砂盆、宠物服饰、航空箱等统一归入“宠物用品”;洗澡、美容等服务类支出单独记为“宠物美容费”。调查员心里要有数,是实物还是服务,科目差一级,汇总差一档。若用鸡胸肉等人类食品自制宠物餐,则需按食材拆分后记为“宠物食品”,不能直接归入家庭食品消费。

宠物就医:药费治疗费要“合而不混”

带宠物看病、打疫苗、做驱虫是养

宠家庭的重要支出项。

审核时常见问题是,疫苗费、检查费、手术费、药品费分开记或笼统记。正确的做法是,挂号费、检查费、手术费以及在医院开具的各类药品统一记为“宠物治疗费”;自行在药店或网上购买的驱虫药、处方药等,则记为“宠物药品”。

宠物保险:理赔与保费要“收支分开记”

宠物医疗保险是近年来快速兴起的新险种,保费从几百元到上千元不等,理赔场景也日渐增多,记账时容易混淆。

审核中需把握两个要点:一是保费支出,记账户为宠物购买的医疗保险,保费应计入“宠物保险”科目,与家庭其他商业保险分开记录,不可笼统归入“其他保险费”;二是理赔收入,宠物看病后获得的保险赔付,属于非收入所得,应记入“保险理赔收入”,不能混入家庭收入或用于冲抵治疗费。调查员审核时若看到账本上有“宠物保险”支

出,应主动询问是否有理赔到账,避免只记支出不记收入,造成收支两端数据失真。保费与赔付分别记,收支两端才清晰。

寄养与出行:新兴消费要“见招拆招”

节假日寄养宠物、带宠物住酒店等情况日益普遍,这类消费属于新场景,审核时更需留意。寄养费用应归入“其他文化娱乐服务”,入住宠物友好酒店产生的额外清洁费等计入“住宿费”相关科目;出行用的航空箱、车载垫等归入“宠物用品”。入户时多了解家庭是否存在节假日寄养需求,主动提醒分类要点,把问题解决在记账环节。

宠物经济方兴未艾,相关消费场景日趋多元,对住户调查的精细度提出了更高要求。调查员要主动了解宠家庭的日常开支习惯,审核时做到“看到宠物问一句、遇到新词查一下、模糊归类核一遍”,让每一笔“毛孩子”的支出都记准归位。

(作者单位:国家统计局沈阳调查队)

把准脉问到点 做实做深入企调研

■ 王孜予

入企调研是摸清市场主体实情、精准掌握行业态势、科学研判经济走势的基础性工作,更是打通政企沟通壁垒、破解企业发展难题、提升履职服务质效的关键抓手。高质量的入企调研,不是简单的上门走访、资料核对,而是一项兼具科学性、技巧性、系统性的工作。笔者认为,做深做实入企调研,关键要做到把准“脉”、问到“点”、查到“实”。

精准研判 靶向确定调研对象

入企走访并非常态化、程式化的固定流程,而是基于工作需求、信息缺口、研判需要作出的精准选择。在日常工作中,线上报表、书面台账、电话问询能够解决基础数据核对、常规情况摸排等简单工作,应尽量减少对企业的非必要打扰,切实减轻基层负担。面对复杂多

变的经济形势,入企调研需要有的放矢。对于龙头骨干、新业态等重点领域的重点企业,其经营走势、转型动态、发展困境具有鲜明的代表性,仅靠常规报表难以掌握真实情况,需要通过实地走访获取一手鲜活信息。此外,针对数据矛盾、填报模糊、经营波动较大的企业,通过实地走访交叉核验,才能厘清数据偏差成因、摸清企业真实经营现状。经研判确需入企调查的,须严格落实“扫码入企”等规范要求,确保调研行为合规、透明。

善于追问 精准捕捉关键信息

访谈是入企调研的核心环节,沟通效能直接决定调研信息的真实性、完整性与有效性。事前充分筹备是调研的基础,调研前需系统梳理企业台账、上报数据情况,梳理疑点问题、明确调研方向、锁定访谈对象,制定翔实的访谈提纲,确保信息采集不重不

漏。现场沟通则讲究循序渐进、张弛有度。摒弃“一问一答”的机械模式,防止有效信息在程式化的对话中流失。要从行业趋势、政策环境等企业关心的话题切入,通过开放式提问引导企业负责人讲述经营实况,营造坦诚沟通的氛围。针对“行情一般”“竞争加剧”等笼统表述,要打破砂锅问到底,进一步追问具体案例、比对关联数据,穿透表象还原市场真实温度。对口头陈述与台账资料存在出入的情况,切忌生硬质疑,要采取“数据比对+温和求证”的方式核实,既维护企业信任,又守住数据质量底线。同时,要善于倾听企业的弦外之音,敏锐捕捉报表数字背后的真实冷暖,做好精准记录关键信息,为后续研判留存翔实的活情况。

多维核验 全面摸清企业实情

调研的全面性并非面面俱到、泛泛

而谈,而是在于围绕企业经营全链条、经济研判全维度,做到定量数据精准核验、定性问题深度挖掘,全面了解企业经营发展情况。一方面,要立足经营基本面抓实数据核验。对照企业统计报表,对采购经理调查中的业务量、订单量、从业人员等进行现场核实,比对财务系统、原始凭证及统计台账,重点核查数据波动的逻辑性与匹配度,确保源头数据真实可靠。另一方面,要将视角延伸至报表之外,深入了解企业上下游供应链的稳定性、市场需求的新变化以及行业竞争的格局演变,精准识别企业在生产经营、要素保障等方面的痛点与堵点。同时坚持“调研+指导”并重,将入企调研作为提升基层统计能力的契机。详细了解企业统计台账的规范化程度及报表填报中的技术难点,从源头上梳理数据偏差成因。针对企业统计人员指标理解不到位等问题,现场开展“一对一”业务指导,切实提升源头数据质量。

(作者单位:国家统计局新乡调查队)

探讨交流

全程管控PMI年报数据质量

■ 于洁

采购经理指数(PMI)是反映市场预期、监测经济景气 and 预判走势变化的先导性指标。企业在填报年度问卷《企业基本情况调查表》(N131表)时,受样本企业规模核实与年度数据上报存在时间差影响,开展样本信息核实时,往往缺少本年度准确经营数据作为支撑,难以精准研判企业规模变动情况。笔者从年报样本摸底核查预判、样本替换规范提质和年报填报培训辅导三个关键阶段,谈谈如何提高采购经理调查年报数据质量。

做实摸底核查

年报企业样本核実はPMI调查的第一道关口,样本信息更新不及时、不准确,将直接造成源头数据偏差。因此,可在年报正式填报启动前,组织样本企业开展预填报。结合企业统计台账、财务报表等生产经营原始资料,核实样本企业的行业属性、规模、人员变动相关基础信息,对当年的营业收入、主营业务收入、固定资产总额、从业人员总数等年报核心指标进行预填报。

与年报正式报表相关指标仅填报数值区间的规则不同,预填报可要求企业预估准确数值,引导企业依据最新财务报表,在岗时点数据填报合理预计数值,做到提前预判、提前摸底、提前掌握异动。对数据变动较大的企业,可同时上报相关佐证材料,如保障指标口径统一,数据留痕完整。

样本核实工作一般在元旦前后开展,而年报正式填报时间通常为每年4月,预估数据存在发生变动的可能性。开展预填报摸底,能够增强企业报表人员的责任意识,留存预估数据与实际偏差数据的佐证,便于更有效地与企业沟通存在差异的原因,做到“心中有数、数出有据、有据可查”。

严格规范替换

样本替换要严格遵循依法依规、同类替换、结构稳定、优中选优原则,兼顾样本行业匹配度、企业经营活跃度、长期配合稳定性,确保替换前后样本结构均衡、代表性不减、连续性更强。

针对筛选出来的新增企业或替换企业,由统计机构向企业邮箱发送协助调查函与《致采购经理调查企业的一封信》,向企业明确讲解PMI调查的背景意义、宏观经济价值、统计法律法规规定的权利义务。

通过换位思考与柔性沟通,把生硬的制度告知转变为温情的政策解读,推动企业由被动接收转向主动配合,在实地走访前有效化解新增企业的抵触情绪。做好前期各项准备工作后,面访企业的成功率也将大幅提升,夯实年报调查工作根基。

强化填报辅导

填报环节是年报数据质量落地的“最后一公里”。为破解填报痛点,可制作年报专属可视化操作教学视频,将枯燥的文字方法制度条文转化为直观易懂的动态教程。视频从浏览器适配、安全证书安装、统计云平台登录,到年报重点指标释义、易错指标区分、特殊情形填报、常见问题答疑等全部流程,实现全流程全覆盖、手把手教学、点对点普及。

视频教程同步推送至全部新旧样本企业,既能帮助新企业快速熟悉统计云联网直报流程、缩短适应周期,也便于老样本企业及时掌握年报制度新变化、填报新要求,减少人为操作误差、理解偏差和流程失误。通过培训视频,实现年报辅导“随时看、反复学、全覆盖”,将填报辅导从“书面化提醒”升级为“沉浸式教学”。针对个别企业存在的疑难问题,可通过线上实现一对一辅导,减轻基层调查员上门辅导的工作负担,全面提升企业数据上报质效。

(作者单位:国家统计局牡丹江调查队)

统计科普

进出口总额的编制与公布(之一)

■ 刘学透 鲁婷婷

一、基本情况

中国进出口总额编制工作由海关总署组织实施。全国进出口总额统计资料由海关总署编制和公布,各省、自治区、直辖市等地方进出口总额统计资料由地方海关编制和公布。

进出口总额统计的原始资料是海关确认的进出口货物报关单证及其他有关单证。除统计价格(即进出口货物的金额)外,编制进出口总额统计时的相关统计项目还包括进出口货物的品种、贸易伙伴国(地区)、境内目的地、境内货源地、贸易方式、运输方式等。2022年,根据中国海关统计,中国与世界上近250个国家(地区)有货物贸易往来,涉及商品超过8500个(根据海关统计商品分类)。

二、进出口总额统计数据的资料来源

主要包括:《中华人民共和国海关进(出)口货物报关单》《中华人民共和国保税区分(出)境货物备案清单》《中华人民共和国海关跨境电子商务零售进(出)口商品申报清单》《中华人民共和国海关进(出)境快件货物报关单》以及边民互市进(出)境货物申报单证及其他经海关确认的与进出口货物相关的单证及资料、海关公布的其他统计调查表式以及其他编制进出口货物贸易统计所需要的资料。

货物进出口时,由进出口货物收发货人或其代理人依据《中华人民共和国海关进出口货物报关单填制规范》《中华人民共和国海关特殊监管区域进出口货物报关单、进出境货物备案清单填制规范》等文件,如实填写进出口货物的相关信息,主要包括进口口岸、经营单位、运输方式、运输工具名称、提运单号、进口货物的启运国和原产国以及境内目的地、出口货物的运抵国和目的地以及境内货源地、成交方式、运费、保险费、杂费、货物的件数、包装种类、毛重、净重、商品编码、商品名称与规格型号、数量和计量单位、总价、申报币制等。

(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)