



算准秋收“明白账” 深耕数据“责任田”

■ 陈亚健

秋收期间农村居民经营收入、务工就业、生产投入、生活消费等收支账目品类繁杂、发生频次高、时间跨度长,记账户易出现收支漏记、金额错记、账目混记、时序晚记等问题。笔者认为,抓好秋收季记账工作,需聚焦收入核算、生产支出、生活消费、农户辅导四个关键环节,细化记账标准、规范工作流程,精准入户督导。

聚焦经营收益,精准核算秋收“收入账”

秋收收入是农村住户全年记账工作中的重点难点,引导记账户把收入账记准、记清、记全,需聚焦经营性收入、劳务性收入及政策性补贴收入。

精准核算农业经营性收入。完整登记玉米、马铃薯、杂粮等秋收粮食作物的实际产量、销售数量及交易金额。同时,详细记录青贮玉米、饲草等畜牧配套附属产品的销售收入。

准确记录秋收劳务性收入。及时记录农户利用自有农用机械开展粮食收割、青贮收割等服务性收入;同时,归集掰玉米、挖马铃薯、农产品分拣包装等务工收入。

规范记录政策性补贴收入。按照惠农补贴资金到账时间、金额,登记马铃薯种植补贴、杂粮种植补贴、农机具购置补贴等各类政策性资金,落实台账化管理,确保各项惠民补贴资金入账及时完整。

聚焦生产投入,细致厘清农事“支出账”

秋收生产期间的支出品类杂、场景散,是记账薄弱点,需全面梳理固定资产投入、生产耗材、机械作业、人工成本四大类支出。

固定资产投资与建设。登记秋收期间农户全新购置、升级更换的农用拖拉机、收割机等农机具支出,新建、修缮粮食仓储用房、青贮池等农业配套设施支出。

农机作业与运维。详细记录秋收机械作业所需的汽油、柴油等耗材支出及农机具的维修、保养、配件更换费用,并细化机械收割、土地深耕、粮食转运等外包服务支出。

雇工费用支出。精准登记掰玉米、挖马铃薯、收割青贮的雇工人数、用工时长、结算金额。

生产耗材物资支出。重点登记铁锹、镰刀等小型农具购置支出;粮食收纳所需的网袋、麻绳、篷布等物资,以及青贮腌制专用盐、密封膜等耗材支出。

聚焦生活刚需,全面记准实物“消费账”

秋收农忙时期,农户生活消费呈现现金消费与自产自用实物消费并存的特点,需严格区分现金消费、自产自用、劳务外出就餐三类情形。

精准登记农忙时段日常现金消费。全面登记农户秋收期间集中购置的米面粮油、蔬菜水果等刚需生活物资支出,记录每笔消费的采购时间、物



图为工作人员利用雨天农闲时机,入户开展记账业务指导。

品种类、采购数量及实际金额。

依规核算农户自产自实用物消费。对农户家庭自产、用于日常生活消费的农产品全面入账,主要包含自产自产玉米、马铃薯、时令蔬果以及鸡、猪、牛、羊等畜禽类产品。

规范细化秋收劳务外出就餐消费。针对秋收务工、农机作业、田间劳作外出就餐以及受雇务工期间雇主供餐、自主就餐等场景,逐一登记劳作期间自主外出就餐产生的餐饮支出;雇主供餐按照市场实际价格记录实物账。

聚焦农时节点,用心做实田间“辅导账”

秋收农忙时节农户劳作繁忙、作息不规律,要精准把握秋收记账关键时间节点,常态化入户辅导。

提前统筹敲定入户时段。与调查小区辅调员提前对接记账户秋收劳作节奏,结合玉米、马铃薯采收时序,提前制定个性化入户辅导计划,错峰确定入户核查、记账辅导时间。

抢抓农闲间隙精准辅导。秉持“农忙不打扰、农闲抓辅导”原则,充分利用午间休憩、晚间收工、雨天停工等农闲碎片化时段,通过入户走访、线上提醒等方式,提醒农户当日收支当日记、细碎收支逐笔记。

深耕田间地头实景核验。主动深入田间地头,在协助记账户开展秋收劳作的过程中,了解种养收成、农机作业、雇工支出、产品销售等情况,现场核对账目,做到实地看、现场核、当场改。

(作者单位:国家统计局西吉调查队)

严守安全底线 厘清AI应用边界

调研中发现,基层对人工智能等新技术的应用需求日益迫切,但安全保密隐患不容忽视。调研要厘清三条边界:一是数据能不能上传,调查对象信息、个体数据、内部资料严禁输入公网AI工具,这是不可逾越的红线;二是工具能不能用,AI只能用于资料整理、文字润色等辅助性工作,数据采集、审核、评估等核心环节,必须严格遵守国家统计局调查制度,不能替代调查员入户核实和专业审核;三是结果能不能信,AI生成材料必须来源可追溯、可核实,绝不能“编数据”“造趋势”。规范是前提,安全是底线,保密是红线,这个原则要在调研中摸清楚、在制度上讲明白。

基层调研,既要“身入”更要“心入”,既要“发现问题”更要“推动解决”。唯有做实调研的“前半篇文章”,抓实成果转化后的“后半篇文章”,才能在一次次调研中不断强化基层基础,让统计调查工作的根基扎得更深更牢。

(作者单位:国家统计局沈阳调查队)

要做到“访而有获”

访企的最终目的是服务决策、提升工作。每次走访结束后,都要及时整理面访台账,翔实记录企业生产经营动态、数据核查情况、困难诉求,将一手信息转化为调研分析成果,围绕地方产业发展趋势、企业经营痛点等重点方向撰写专题报告,为党委政府科学决策提供参考。

从“走马观花”到“精准画像”,变的是方法,不变的是对数据质量的坚守。访企这条路,走得实,数据才真;走得深,服务才准。只有把访前功课做足、访中方法用活、访后成果做实,才能切实发挥访企在采购经理调查中的源头把关作用。

(作者单位:国家统计局株洲调查队)

■ 邵欣

基层调研是发现问题、推动工作的重要抓手。调研跑得多、看得全,但如果仅满足于“下去转一圈、回来写报告”,就容易出现“调研归调研、工作归工作”的两张皮。如何把调研中看到的问题、听到的诉求,转化为提升统计调查工作质效的实际举措?笔者结合工作实践,谈几点体会。

带着“问题清单”下沉 杜绝调研走马观花

基层调研最怕“无备而去”。调研前应充分做好功课:近期哪些专业的报表填报问题反映集中?哪些调查点的数据波动异常?哪些辅调员流动频繁?把这些线索整理成问题清单,带着具体疑问下沉一线,调研才能问到点子上。例如,有的地方在调研前收集到基层反映“一个部门一个平台、填一张表要切换三四个系统”的痛点,带着该线索走进乡镇统计站,现场模拟填报流程,真切感受基层报表负担的实际情况。这种带

着问题、带着线索的调研,远比泛泛座谈更有价值。

多问实操做法 挖掘基层鲜活经验

调研人员不一定精通各专业调查制度,但要善于发掘和总结基层的创新经验。调研中,与其对照制度条文开展检查,不如多问:“平时工作怎么操作?”“有没有简便可行的办法?”长期实践中,基层统计人员摸索出很多管用的“土办法”:有的地方利用定位APP实时上传入户情况,确保数据真实可信;有的调查员组建求职微信群,在完成劳动力调查规定任务的同时,帮群众对接就业信息。这些做法未必写在制度里,却贴合实际、务实管用。调研的职责,就是发掘这些基层创新的“好苗子”,提炼总结并推广应用。

坚持闭环处置 破除报告止于纸面

调研的价值在于推动问题解决。要建立“调研、梳理、反馈、回访”的闭

环机制。对调研中收集到的问题,按“能够立即解决的、需要协调推动的、暂时不具备条件的”分类归并,及时通报,协调相关科室认领处置。有的地方在调研中发现企业统计人员调换频繁,统计基础薄弱,便手把手指导企业建立原始台账。调研不是终点,把“基层的声音”变成“决策依据”,再变成“基层看得见的变化”,才是调研工作的完整链条。

用好调研成果 反哺统计业务提质

调研的独特优势在于“跳出专业看专业”。住户调查的记账难点、劳动力调查的入户难题、价格调查的规格品差异,单看是各专业的问题,放在一起看往往有共性。可依托调研梳理跨专业共性问题,推动各业务科室联合改进。同时,把调研中发现的基层好做法、常见问题、操作要点,整理成简明实用的培训资料与工作提示,通过工作群、培训会等方式推送至调查员和辅调员,让调研成果真正“落地”到数据采集的第一线。

切实做好采购经理调查访企工作

■ 宋玲玲

提高采购经理调查源头数据质量,关键之一在于做好访企工作。企业填报的数据是否准确?财务凭证是否相符?经营判断是否客观?这些都必須深入企业实地看一看、问一问,才能心中有数。笔者结合工作实践,就如何切实做好访企工作谈几点体会。

要有“问题意识”

访企工作最忌盲目开展,走访前一定要做足功课。

科学筛选走访对象。结合日常报表审核工作,重点关注数据波动异常、连续数月填报“基本持平”、新纳入样本三类企业,优先安排走访,做到“情况不明不放过、疑点不除不放过”。

带着疑点清单上门。将平台审核发现的逻辑矛盾、异常波动逐条梳理,在现场逐一核实、逐一销号。

统筹走访任务。将数据核查、普法宣传、业务指导等工作整合进一次

走访,既减轻企业填报负担,也提高基层统计工作效能。

要善用“望闻问切”

访企没有捷径,靠的是眼睛亮、耳朵灵、嘴巴巧、账本清。深入企业后,怎么访、访什么,直接决定走访质量。

“望”,就是多看现场。走进生产车间,看机器开没开、工人到没到岗;走进原材料库和成品仓库,看库存多少、周转快慢;走进物流发货区,看车辆进出频率。这些看得见、摸得着的现场信息,比填任何报表都更真实可靠。

“闻”,就是多渠道倾听。除与采购经理、财务人员座谈外,还要利用厂区走访、休息间隙与一线工人、仓库管理员聊一聊,通过多方信息交叉印证,精准掌握企业真实状态。

“问”,就是追着疑点问、带着逻辑问。不满足于企业填了什么,更关注“为什么这么填”。如,企业填写采购量下降时,详细询问是市场需求减少,还是改用替代原料等原因。把一个数

据问成一串逻辑,把一串逻辑串成闭环,才能发现理解偏差和逻辑矛盾。

“切”,就是切中要害,把数据账本对清楚。对照财务报表、统计台账等原始凭证,逐一复核关键指标。针对账表不符等问题,现场问明原因、即时指导纠正,必要时记录在案后续跟进,确保每一组上报数据都有据可查、经得起检验。

要坚持“查帮结合”

企业怕麻烦、有顾虑,不愿说真话,不敢讲实情是常见难题。解决这个问题,光靠“查”不行,还得靠“帮”。

把普法宣传做到位。每次走访,都要结合统计法,讲清企业法定义务,让企业明白数据填报必须真实、准确、完整、及时。

把业务指导跟到位。对新纳入样本企业,手把手教填报、逐项讲指标,重点讲透核心指标口径和逻辑关系,打消企业顾虑,切实解决“入门难”。

把惠企政策送下去、企业诉求带



如何审核居民“时间账”

■ 贾楠

时间利用调查是反映居民生活模式、评估民生福祉的重要基础性调查,其数据质量直接关乎民生政策制定成效,审核工作则是把控数据质量的“防火墙”。笔者认为,做好时间利用调查数据审核,要紧扣调查全流程,将审核工作贯穿始终。

前置研判筑牢审核根基

吃透调查制度是开展高质量审核的前提。一方面,要组织调查员开展系统性业务培训,重点厘清时间利用调查各项活动的分类界定、指标含义及逻辑关系,针对“劳动就业”“交通出行”“文化休闲娱乐”等易混淆指标开展情景模拟演练。让调查员先当“调查对象”,再当“审核员”,避免“半懂就入户、模糊就填报”。另一方面,要充分利用现有底册数据,提前对调查小区、调查户的人员结构、就业状态、生活习惯等进行“精准画像”。

针对上班族、在校学生、老年人等不同群体,提前预判可能出现的漏报、错报风险点,梳理风险清单,制定针对性的审核预案,做到心中有数、有的放矢。

现场同步把控源头质量

数据采集是原始时间日志生成的关键环节,也是数据审核的第一道关口,要采取“平台程序审核+人工逻辑甄别”双线并行模式。

在平台端,充分利用数据采集程序的逻辑校验功能,对调查户填报的24小时时间日志进行即时核校,对时间交叉、空白断点、活动类别与时段不符等问题,实行“即报即审、即错即改”。在人工端,调查员要下足“穿针引线”功夫,针对调查对象普遍存在的“回忆偏差”和“怕麻烦”心理,用通俗语言耐心引导其回溯全天活动。

另外,重点关注作息异常、家庭成员时间分配明显矛盾等异常情形,通过拉家常式的沟通,摸清真实情况,确保源头数据不重不漏。

多维复核守牢数据底线

数据审核不仅是简单的逻辑校验,更是对调查对象真实生活轨迹的深度还原。一方面做好横向比对,将时间利用数据与住户调查中的人均收入、就业情况、家庭结构等基础数据结合起来分析,对不合常理的数据进行重点核查。另一方面,做好纵向核实,针对审核发现的疑点,通过电话回访、实地入户等方式复核确认,确保调查对象对调查指标理解无误。

同时,严格落实“分级把关”机制。建立健全调查员初审、复核员复审、业务人员终审的三级审核机制,重点核查灵活就业人员、居家照料人员等特定人群时间分配的合理性,确保每一笔数据都经得起推敲。

数据审核是一门“精细活”,只有严把审核关口,将严谨细致的作风贯穿于调查全过程,才能算好居民的“时间账”,读懂群众真实生活图景,为党和政府制定民生政策提供坚实的数据支撑。

(作者单位:国家统计局新乡调查队)



CPI的编制方法(之一)

■ 王有捐 董莉娟

一、基本情况

中国CPI编制工作由国家统计局组织实施。国家统计局负责全国CPI的编制及相关工作,制定《居民消费价格调查方案》,对CPI的统计范围、计算方法、统计口径和填报目录等作出统一规定,组织做好全国集中采购网络交易价格工作,并组织、指导国家统计局省(区、市)调查总队开展CPI调查工作,汇总和公布全国CPI。国家统计局省(区、市)调查总队负责统一组织、实施本省(区、市)范围内的CPI调查工作。经国家统计局授权,各省(区、市)CPI由当地的调查总队公布。被抽中的国家统计局市(县)调查队在本省(区、市)调查总队的具体指导下,按照统一的调查制度,开展并完成好当地的CPI调查工作。目前,全国CPI调查在31个省(区、市)的约500个市(县)开展,调查网点有10万余个,包括商场(店)、超市、农贸市场、服务网点和互联网电商等。

二、篮子和权数的确定

(一)篮子

价格指数编制中,将一组固定数量的商品和服务统称为“篮子”。根据调查方案规定,每五年更换一次“篮子”,本轮CPI的“篮子”固定在2020年。

(二)商品和服务的分类

CPI调查的“篮子”应当包括居民日常生活消费全部的商品和服务。但由于人力和财力的限制,不可能也没有必要采用普查方式调查居民消费的全部商品和服务的价格。与国际上做法一样,我国统计部门抽选一组一定时期内居民经常消费的、对居民生活影响相对较大的、有代表性的、固定数量的商品和服务作为“篮子”。其中不包括奢侈品、投资品等。

具体来说,国家统计局参照联合国统计委员会《按目的划分的个人消费支出分类标准(COICOP)》及我国《居民消费支出分类》,结合全国城乡家庭消费支出的抽样调查资料,统一确定了“篮子”中所包含的商品和服务类别,分别是食品烟酒、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、其他用品及服务共8个大类,268个基本分类。

(三)权数

权数是“篮子”中每一类商品或服务的消费支出在居民消费商品和服务总支出中所占的比重,能够反映某类商品或服务的价格变动对总指数变动的影响程度。

在CPI调查中,每个类别的权数是不同的,其价格变化对总指数的影响程度也是不同的。例如,某县人均月消费5千克猪肉、10千克大米,当猪肉价格由20元/千克上涨20%后为24元/千克,人均月支出增加20元;大米价格由5元/千克上涨20%后为6元/千克,人均月支出增加10元。可见,猪肉和大米的涨幅虽相同,但由于猪肉和大米的支出金额在总支出中所占的比重不同,对该县人均月支出的影响是不同的。

在编制全国CPI时,权数资料主要根据国家统计局开展的全国住户收支与生活状况调查中城乡家庭消费支出资料计算,同时用其他部门的行政资料、部分典型调查和专项调查资料予以补充,并辅以专家评估进行完善。

(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)