值班主任：姚克成 责任编辑：刘英楠 新闻热线：(010)63376822 E-mail：zgxxbtjlt@163.com

如何做好规上服务业入库审核

■ 何静

近年来，随着服务业新业态、新模式不断涌现，企业组织结构日趋复杂、经营方式日益多元，服务业入库审核面临的挑战也在不断增加。结合基层统计工作实际，笔者认为做好规上服务业入库审核，需要在“准、实、严、联”四个字上下工夫，把好每一道关口，守牢数据质量底线。



图为十堰市统计局工作人员在进行企业入库材料审核。

把准行业划分，守住入库审核的“第一道门槛”

实践中，部分企业存在多种业务混合经营的情况，有的营业执照经营范围宽泛，实际主营收入却集中在某一细分领域；有的企业随着市场变化调整了业务重心，但登记信息尚未更新。如果仅凭经营范围或企业自述就确定行业代码，很容易出现“错划”“混划”问题，进而影响整个行业数据的准确性。

建议在审核中建立“收入占比排序+税率比对”的双重校验机制：先看企业主要业务活动说明中收入占比最大的活动是什么，再核对该活动对应的增值税税率与所选行业是否匹配。对税率不符、收入结构模糊或多种业务势均力敌的，要求企业补充大额发票、业务合同等佐证材料。行业划准了，后续的数据审核和汇总分析才有意义。

做实材料核验，堵住“带病入库”的漏洞

审核中常见的“病症”集中在两个环节。一是利润表与增值税纳税申报表的营业收入不一致。有的企业存在税会差异（税务与会计口径不同），有的存在未开票收入或跨期确认问题，差异本身并不必然意味着违规，但必须要求企业提供加盖公章的说明材料，对差异原因作出合理说明。二是新开业单位的开业时间认定。营业执照成立日期早于入库规定时点的，需要提供实际开始营业的佐证材料，防止将尚处于筹建阶段、尚未形成实际经营收入的企业提前纳入。

此外，对没有建立月度会计核算制度、无法提供月度统计资料的单位，在制度健全之前不应申报入库。入库审核不是“收材料、传平台”的机械流程，每一份材料都需要审核人员带着问题去看、对着逻辑去核，宁可多问一句、多核一遍，也要确保存疑材料核查清楚后再行入库。

严守入库关口，筑牢源头数据质量防线

要防止“漏统”。部分服务业企业规模已经达标，但对入库义务不了解、不配合，或者因为担心增加填报负担而拖延申报。基层统计机构需要依托税务、市场监管等部门信息进行比对筛查，主动发现达标的“准规上”企业，做好入库指导和督促服务，帮助企业知晓义务、消除顾虑。

要严格把控入库标准。个别地方在面临入库任务压力时，存在审核标准把控不严的风险，对材料不全或逻辑存疑的企业把关不够严格。这种做法短期内看似完成了任务，长期却埋下了数据失真的隐患。审核人员应当坚持“材料不清不入、逻辑不通不入、行业不准不入”，对存疑企业逐一核实、逐项追问，将问题解决在入库之前，而非入库后再行整改。只有源头数据干净准确了，后续的数据质量才有保障。

强化部门联动，把审核链条向前延伸

入库审核的很多难题，根源在信息不对称。统计部门对企业实际经营情况的了解，往往滞后于税务、市场监管等部门。做好入库审核，需要把工作链条向前延伸，借助部门数据提升审核的主动性和精准度。

具体而言，可以建立与税务部门的常态化数据比对机制，定期获取服务业企业增值税申报销售额信息，筛选出达到入库标准但尚未纳入统计的企业名单，变“等企业上门”为“找企业入库”。与市场监管部门共享企业登记注册信息，及时掌握新设服务业企业的规模和经营动态，对符合条件的新开业单位做到“达标即纳”，缩短入库周期。在审核环节，对行业划分存疑的企业，可以商请行业主管部门协助研判其主营业务归属，减少因信息不足导致的误判。部门联动不是简单地“要数据”，而是把分散在各部门的信息串联起来，让入库审核从“看材料”走向“看实情”，从被动受理走向主动发现。 （作者单位：湖北省十堰市统计局）

探讨交流

用好审核程序 提升劳动力调查质效

■ 杨跃婷

劳动力调查是精准监测就业形势、服务宏观决策的重要民生调查，数据审核作为保障调查质量的重要环节，直接关系调查数据的真实性、准确性和有效性。面对劳动力调查指标维度多、逻辑关联性强的特点，笔者就如何用好审核程序提升数据质量谈几点体会。

梳理调查指标，细化公式规则，夯实程序审核基础

结合劳动力调查制度，按照有工作、无工作两类情况，对照调查核心指标、关联指标的逻辑关系，系统化编辑审核公式。围绕就业人员的工作单位、行职业属性、工作时长等内容，失业人员的找工作时间、找工作方式等指标，搭建全覆盖的逻辑校验规则。针对年龄与劳动力身份不匹配、就业状态与未工作原因相矛盾、工作时长与在岗属性不符等高频错误，逐一设置精准校验公式，让程序完全贴合本地调查填报实际，实现审核标准统一、规则精准固化，从源头避免漏审误审的问题。

导入全月数据，一键智能审核，大幅提升审核效率

面对大批量数据，细微逻辑错误极易被忽略。在审核程序一键导入全月调查数据，启动一键核验，短时间内完成所有数据的逻辑筛查、指标校验，解决了以往逐户、逐人、逐项比对信息费时费力的问题。程序设置“拆分审核”功能，按照省、市、县、社区不同层级，将审核问题一键拆分，省略人工拆分步骤，大幅压缩审核时长，解放人力成本。依托审核程序，月报期间坚持每日一审，能够及时发现问题、纠正错误，有效提升劳动力调查整体工作运转效率，适配月度高频调查的工作节奏。

坚持因地制宜，动态迭代公式，适配指标更新需求

面对劳动力调查制度、问卷指标年度更新调整的情况，借助程序的公式编写功能，按照最新调查口径，对审核公式进行增减、修改和替换，避免出现审核滞后、标准过时等问题，确保数据审核工作更加灵活高效。根据季节性就业特征，有侧重地微调公式，结合不同低于就业特点，把区域就业规律融入校验规则，精准识别各类差异化疑点，进一步提高数据审核的针对性和科学性，使审核结果更加贴合业务实际，源头调查数据更加真实、准确。

依托程序复盘，定期总结评估，建立长效提质机制

依托程序审核结果，定期汇总梳理高频错误、共性问题，分类统计填报易错点，针对性开展业务指导和重点培训。对多次出现的同类逻辑错误，及时优化更新审核公式，持续完善程序校验规则，形成“程序审核-问题整改-汇总分析-优化升级”的闭环工作模式。通过以审促改、以改提质，逐步规范基层填报习惯，持续夯实基层调查基础，切实提升劳动力调查数据真实性，精准反映区域就业形势变化，为就业形势研判、民生政策制定提供可靠的数据支撑。

（作者单位：国家统计局威海调查队）

让统计宣传有“网感”更有“温度”

■ 马小红

统计宣传是展示统计成果、普及统计法律、连接统计部门与群众的重要桥梁。随着传播格局深刻变革，传统“单向输出”模式已难以满足公众需求。做好新时代统计宣传，必须让统计宣传真正“走新”更“走心”。

强化技术赋能，打造“智慧化”数据体验。公众对数据的获取已不满足于静态图文。要借力数字技术，推动数据新闻交互化，利用动态地图、可拖拽折线图等可视化手段，让公众不仅能“看”数据，还能输入自身条件“玩转”数据。要引入大数据精准画像，针对企业主、务工人员、学生等不同受众，精准推送差异化内容，实现“千人千面”触达。可在政务平台上线统计AI问答助手和虚拟数字人，24小时解答统计指标、数据口径等疑问，提升服务即时性。

聚焦内容破圈，讲好“有温度”的统计故事。统计术语多、数据枯燥，必须在内容转化上下工夫。要打造统计IP与视觉符号，设计亲和力强的吉祥物、表情包和文创周边，让数字拥有具象载体。要强打“数据新闻”与融合叙事，跳出“发布公报”模式，将数据与百姓衣食住行绑定，如讲述“一个家庭的十年账单变化”“数说城市夜经济”，用数据讲故事。要直面“被平均”等社会痛点，主动制作“平均数为什么不等于大多数”“中位数怎么看”等科普内容，用通俗方式破除误解。

深化互动参与，构建“双向奔赴”的宣传生态。统计宣传不应是“独角戏”，而应是“大合唱”。要举办“云端统计开放日”直播，带网友“云参观”数据采集处理全过程；开展“我是统计体验官”活动，招募市民、自媒体博主参与经济普查或住户调查，以第一视角展现统计工作的严谨。可开发H5互动小游戏或知识竞赛，将统计法条款转化为答题闯关、情景模拟，通过游戏化普法提高参与度。还可征集“我与统计的故事”等短视频，让公众成为宣传生产者。此外，可联合教育部门开展“统计知识进校园”活动，通过主题班会、手抄报比赛等形式，从小培养公众的统计素养。

直面社会关切，筑牢“权威性”的公信基石。提升统计公信力是核心目标。面对公众对部分数据的质疑，建立舆情监测与快速响应机制至关重要。当失业率、平均工资等敏感数据引发讨论时，应第一时间通过官方渠道，用通俗方式解读数据背后的经济逻辑。解释数据往往比宣传数据更重要。要引入第三方背书与专家解读，邀请学者、分析师、媒体人作为“统计观察员”，从独立视角解读数据。要强化“统计诚信”宣传，曝光典型统计造假案例，树立统计法威严。

推动跨界融合，拓展“大宣传”的阵地格局。做好统计宣传，必须跳出统计看宣传。要善于“借船出海”，在深耕主流媒体和政务新媒体的同时，积极利用抖音、B站、小红书等平台，与本地生活类大V、财经博主合作，借流量和独特视角解读统计工作。要推动跨界联动，将统计宣传融入银行网点、电信营业厅、快递柜等公共服务场景，让统计元素无处不在。例如，在公交地铁投放统计公益广告，在社区宣传栏张贴数据科普海报，形成线上线下联动的宣传矩阵。可探索建立高校统计宣传联盟，与新闻传播学院合作建立实习基地，让大学生既是受众，也成为宣传志愿者。

做好新时代统计宣传工作，需要在“广覆盖”基础上追求“深触达”，在“单向灌输”基础上实现“双向交互”。唯有用心用情，用网感替代刻板，用真诚化解疑虑，才能让公众真正理解、信任、支持统计，为经济社会高质量发展提供坚实统计保障。

（作者单位：国家统计局固原调查队）

进一步提升住户调查居民消费数据质量

■ 张诗楠

住户调查中，居民消费数据因项目琐碎、归类复杂、记账习惯不同等因素，易出现漏记、错记、断档及动力不足等问题。结合近年工作实践，笔者认为应从数据采集的完整性、准确性、连续性等环节入手，进一步提升居民消费数据质量。

逐户比对历史数据，堵住漏记缺口

“有没有记”是数据质量的第一道关。居民消费支出中，日常小额开支和非常规消费最易被忽视。

每个季度结束后，将记账户的当期消费记录与上年同期、上期数据进行逐户纵向比对，重点筛查食品、日用品、交通通信等高频低额账目的波动情况。发现连续多日无消费记录或某项支出异常下降的户，及时通过电话或入户方式联系核实。

不少记账户并未意识到漏记了水电燃气费、换季衣物等日常开支。通过此类“回头看”核查，能够有效发现并补记隐性漏项，从源头保障消费数据的完整性，确保每一笔应记支出“不缺席”。

分类专项审核，把准归类质量

“记没记对”关乎数据的准确性与可比性。居民消费支出科目繁多、口径精细，教育、交通、以旧换新等类别最容易出现混记与错记。

专门建立三类审核清单：一是教育支出严格区分学杂费、培训费、教育用品等子项，避免混入生活消费或住宿费用；二是交通支出重点核查购买燃油、公交充值、维修保养、网约车等记录，防止与生产经营用车混淆；三是以旧换新针对家电、汽车等大宗消费，逐一审核旧品抵扣金额是否单独列示、补贴收入是否对应入账。

每次审核发现问题后，及时与记账户核实并讲清归类规则，相关问题纳入调查员培训要点。经过反复指导，多数记账户已能够自行准确区分、规范记录，确保居民消费数据“归对位、填对格”。

节点集中致电提醒，防止记账断档

“记没记全”强调的是记账的连续性。节假日前后消费集中，但也是记账最易中断的时期，一旦断档，后续补记难度大、准确性低。

节后一周内对记账户逐户致电提醒。在送上节日问候的同时，重点提醒三项内容：补记节日期间走亲访友、聚餐购物、出游等支出；检查红包、压岁钱等往来款项是否被误记为消费；恢复日常记账节奏，避免节后松懈。

不少记账户反馈及时的电话提醒避免了漏记。尽管集中致电耗时较多，但有效遏制了节后数据断崖式下滑，确保居民消费记录“不断线、不跳页”。

（作者单位：国家统计局通州区调查队）

统计科普

为什么CPI与部分公众感受不一致

■ 王有捐 董莉娟

感知差异在许多统计指标中都存在，中外皆如此，大多数国家的居民也都会抱怨统计结果与自身感受不一致。产生差异的原因很多，就CPI而言，可能有以下三个方面：

（一）个体与总体、部分与全部的差异

CPI是一个综合统计指标，从影响人群看，既包括城镇居民，也包括农村居民；既包括高收入者，也包括低收入者；既包括东部地区居民，也包括西部地区居民。每个人的消费结构不同，所处地区不同，对反映总体的CPI的感受也会有差异。例如，低收入家庭的支出大部分集中在食品和水电气等生活必需品上，当食品价格涨幅相对较大时，低收入家庭的消费支出必然增加较快，对价格上涨的感受也会相对更为明显，这种感受与反映总体的CPI的变动就会存在差异。从统计内容看，CPI包括食品烟酒、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、其他用品及服务等8大类、268个基本分类，其中既有价格上涨的商品，也有价格下降的商品。每个消费者感受到的商品和服务的价格变动通常为这268个基本分类的一部分，如果仅拿这种个体对部分商品价格的感受，与反映综合水平的CPI比较，必然会感觉到差异。例如，2020年4月，全国蛋类和鲜果价格同比分别下降2.7%和10.5%，但CPI同比上涨3.3%。此时，蛋类和鲜果价格走势就与CPI走势存在差异，购买蛋类和鲜果的人群可能也会认为CPI与自身感受不一致。

（二）感知度的差异

消费频率会影响人们的感知度。一般来说，人们对于自己经常消费的商品或一些生活必需品的价格变动感受较为明显，如更易于感觉到猪肉、鸡蛋、鲜菜、鲜果等商品的价格变动；而对于不经常消费的商品和服务，如汽车、手机、家用电器、飞机票等，即使价格下降幅度较大，个人感受也并不明显。

（三）对比时间的差异

日常生活中，人们感受到的价格变化往往用时点价格进行比较，如今天与昨天相比，这次与上次相比。CPI是用时期均价进行比较，如同比指数是本月均价与上年同月均价对比，环比指数是本月均价与上月均价对比。实际中，常常会出现时点价格与时期均价走势相反的情况。例如，今天猪肉价格比昨天或上周下降，但由于上月猪肉价格较低，本月前期价格上涨较多，本月均价仍可能高于上月。如果此时把今天与昨天或上周的价格对比感受同月度环比指数进行比较，自然会出现差异。

（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）