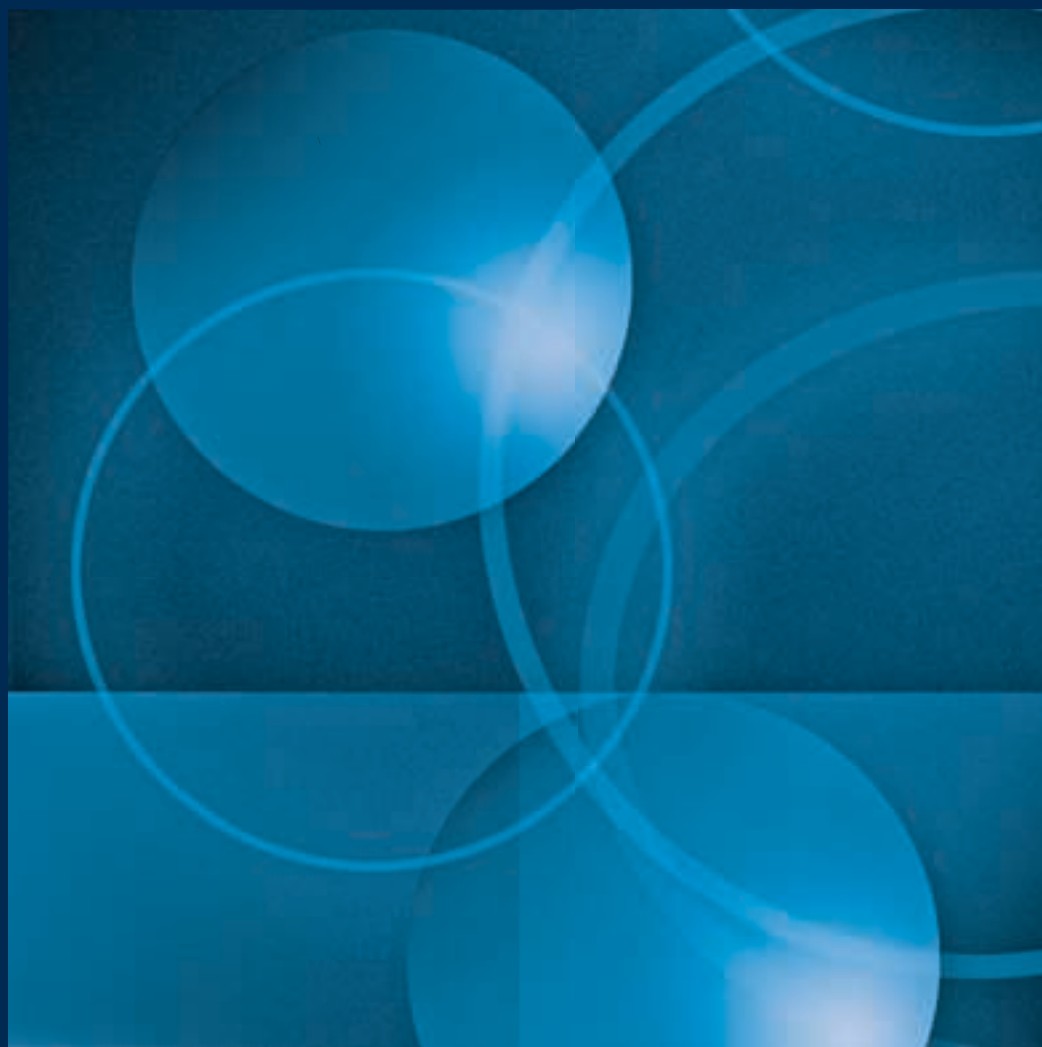


# 2008年 经销行业统计 国际建议



经济和社会事务部  
统计司

统计文件

M辑 第89号

# 2008年 经销行业统计 国际建议



联合国  
纽约，2010年

## 经济和社会事务部

联合国秘书处经济和社会事务部是全球经济、社会和环境领域的政策与国家行动之间一个至关重要的结合部。该部从事三个主要相互关联领域的工作：（一）汇编、产生和分析范围广泛的经济、社会和环境数据与资料，联合国会员国依靠它们来审查共同的问题和评估各种政策选择；（二）便利会员国在许多政府间机构中谈判各种联合行动方针以应对正面临和新出现的全球挑战；及（三）对有关政府采用何种方式方法将在联合国各次会议和首脑会议上形成的政策纲要转变为国家一级的方案提出建议并通过技术援助帮助建设国家能力。

### 说 明

联合国文件标识都用英文大写字母加数字编写。凡提及此种标识即为引证相关联合国文件。

ST/ESA/STAT/SER.M/89

联合国出版物  
出售品编号：C.08.XVII.26

ISBN: 978-92-1-730172-8

联合国2009年版权©  
版权所有

在纽约联合国总部印刷

## 序 言

《2008年经销行业统计国际建议》(以下简称《2008年经销统计建议》)是根据2006年3月7日至10日在纽约举行的联合国统计委员会第三十七届会议上通过的决定编写的。<sup>\*</sup>在该决定中,委员会赞同联合国统计司关于修订经销行业统计领域现行建议的倡议,并且建议,这次修订要充分体现各种国家集团的具体需求及其所处环境,尤其是那些非正规部门占很大比重的国家的需求。

统计司根据联合国经销行业统计专家组于2005年8月22日至25日举行的首次会议提出的结论意见,编写了《2008年经销统计建议》临时草案。该草案吸纳了2006年11月至2007年12月围绕“建议”内容举行世界范围协商期间由各国国家统计机构和国际组织提供的信息与意见。在2007年7月16日至19日举行的该专家组第二次会议上审查并通过了这份草案,并将其提交委员会第三十九届会议。

2008年2月26日至29日在纽约举行的统计委员会第三十九届会议<sup>\*\*</sup>通过《2008年经销行业统计国际建议》草案,将其定为新的国际经销行业统计建议。

《2008年经销统计建议》的编写工作是统计司在如下两方面总体努力的组成部分:一是加强各国一体化基本经济统计工作的方法论和运行基础,其中包括增强经济体各个不同部门间的协调一致性和宏观经济统计概念的连贯性;二是以成本效益最高的方式产生经销行业的官方统计数据。

《2008年经销统计建议》旨在为收集和汇编各国的经销行业统计数据提供综合方法论框架,而不论其统计系统的发展水平如何。其基本受众是参与汇编这些统计数据的各国统计机构工作人员。《2008年经销统计建议》还载有或许对有兴趣进一步了解经销行业数据性质的数据用户有价值的大量信息。

<sup>\*</sup> 《经济及社会理事会正式记录,2006年补编第4号》(E/2006/24),第一章C节,第37/102号决定。

<sup>\*\*</sup> 《经济及社会理事会正式记录,2008年补编第4号》(E/2008/24),第一章B节,第39/107号决定(b)段。

## 致 谢

《2008年经销行业统计国际建议》(《2008年经销统计建议》)系由联合国统计司与联合国经销行业统计专家组成员协作编写。该专家组成员包括(按字母顺序): Fuziah Md. Amin(马来西亚)、Anthony Amuzu(加纳)、Francisco Ardavin-Perez(墨西哥)、Batjargal Badamtsetseg(蒙古)、Odile Bovar(法国)、Natalia Cherevichenko(丹麦)、Chalermkwun Chiemprachanarakorn(泰国)、Mohammadreza Doostmohammadi(伊朗伊斯兰共和国)、Yan Du(中国)、Malgorzata Dytman(波兰)、Richard Evans(加拿大)、Anatoliy Fryzorenko(乌克兰)、Jose Alberto Garcia Zanabria(秘鲁)、Hassan Hassanin(埃及)、Eun-Pyo Hong(经济合作与发展组织)、Alexander Kevesh(俄罗斯联邦)、Prahlad Kumar(印度)、Hon-kwan Lam(中国香港特别行政区)、Clifford Lewis(特立尼达和多巴哥)、Michael Manamela(南非)、Cui Hui Min(新加坡)、Darren Morgan(大不列颠及北爱尔兰联合王国)、Leonardo Nuñez(智利)、Maria Eugenia Oliden(智利)、Bibish Oyunsuren(蒙古)、Renato Rasia(加拿大)、Anne Russell(美利坚合众国)、Alek Kumar Sahu(印度)、Roberto Saldanha(巴西)、Paul Sullivan(澳大利亚)和Romulo Virola(菲律宾)。

联合国统计司感谢该工作组成员富有成果的合作,并高度赞赏他们在起草建议的全过程及专家组的两次会议期间做出的宝贵贡献。特别要感谢Marco Lancetti(联合国统计司顾问)所做的贡献,他审查并评价了经销行业统计领域的现有国际建议。

联合国统计司还对围绕《2008年经销统计建议》内容举行全球协商期间收到的各国统计机构、区域委员会、国际组织和个体专家提出的意见深表感谢,这些意见推动了起草工作的圆满完成。

《2008年经销统计建议》的编写工作和专家组会议的准备工作是在Vladimir Markhonko的指导监督下进行的。Youlia Antonova直接负责编写正文和组织全球协商。在初期阶段支援这些工作的统计司工作人员有:Thierno Aliou Balde、Arlene Adriano和Greta Salsbury。通过与负责编写《2008年工业统计国际建议》的Gulab Singh的密切协作,保证了这两份文件中的共同原则、概念和定义协调一致。

# 目 录

	页次
序言 .....	iii
致谢 .....	iv
导言 .....	1
章	
一、经销行业的统计范围 .....	9
A. 经销行业作为一种经济活动 .....	9
B. 《一切经济活动国际标准产业分类》第4次修订本(《国际标准产业分类》第4次修订本)中经销行业的范围和结构 .....	10
C. 按照《产品总分类》第2次修订本(《产品总分类》版本2)以及《按目的划分的个人消费分类》(《个人消费分类》)中的规定,经销行业的范围与结构 .....	14
D. 其他活动分类法中的经销行业 .....	15
E. 选定的一些界限问题 .....	16
1. 外包:批发与制造之间的界限 .....	16
2. 零售贸易和金融业务的区别 .....	17
F. 经销行业的统计范围 .....	18
二、统计单位和报告单位 .....	19
A. 概述 .....	19
B. 特定统计单位的定义 .....	20
C. 关于统计单位、报告单位和收集单位的建议 .....	23
D. 被选定为统计单位的经销行业实体概述 .....	24
E. 非正规部门的统计单位 .....	26
三、统计单位的特征 .....	29
A. 标识码 .....	29
B. 地点 .....	30
C. 活动种类 .....	30
图三.1. 用于一个批发贸易单位分配的决策树 .....	33
图三.2. 用于一个零售贸易单位分配的决策树 .....	34
D. 业务类型 .....	35
框注三.1. 电子商务的定义 .....	37
E. 经济组织类型 .....	38
F. 法定组织类型和所有权组 .....	38

	页次
G. 规模 . . . . .	41
H. 人口统计特征 . . . . .	42
I. 运营期 . . . . .	42
四、数据项目及其定义 . . . . .	45
A. 了解商业会计与基本经济统计之间的联系 . . . . .	45
1. 业务术语上的差异 . . . . .	46
2. 商业会计规则的差异 . . . . .	46
B. 各种数据项目的定义 . . . . .	46
1. 人口统计 . . . . .	46
(a) 统计单位的特征 . . . . .	46
(b) 统计单位数 . . . . .	47
2. 雇工情况 . . . . .	47
(a) 雇用人数 . . . . .	47
(b) 平均雇用人数 . . . . .	53
(c) 工时数 . . . . .	53
3. 雇员的报酬 . . . . .	55
4. 其他支出 . . . . .	58
(a) 购买货物与劳务 . . . . .	58
5. 营业额、销售额、发货价值、服务收款额和其他收益 . . . . .	63
(a) 营业额、销售额、发货价值、服务收款额和其他收益 . . . . .	63
表四.1. 营业额/销售额、收益和收入概念之间的比较 . . . . .	64
(b) 电子商务 . . . . .	67
(c) 关于数量的数据项目 . . . . .	68
6. 存货 . . . . .	70
7. 税收与补贴 . . . . .	72
8. 产出 . . . . .	73
9. 中间消费与普查投入 . . . . .	74
10. 附加值 . . . . .	75
11. 资产、资本支出、报废和折旧 . . . . .	75
五、业绩指标 . . . . .	81
A. 业绩指标的必要性 . . . . .	81
B. 业绩指标的宗旨 . . . . .	81
C. 业绩指标的种类 . . . . .	82
1. 增长率 . . . . .	82
2. 比率指标 . . . . .	83
3. 份额指标 . . . . .	84

	页次
D. 附加指标 . . . . .	85
E. 如何解释业绩指标 . . . . .	85
六、资料来源和数据汇编方法 . . . . .	87
A. 资料来源 . . . . .	87
1. 统计资料来源 . . . . .	87
2. 行政资料来源 . . . . .	91
3. 用作统计调查框架的企业注册 . . . . .	92
图六.1. 企业集团、企业及其所属机构之间的等级联系 . . . . .	94
B. 数据编制方法 . . . . .	95
C. 收集数据的策略 . . . . .	99
图六.2. 不同经济部门的一般数据收集策略 . . . . .	100
D. 调查方法 . . . . .	100
E. 经销行业调查范围和覆盖面 . . . . .	103
F. 所涉期 . . . . .	103
七、短期经销行业统计 . . . . .	105
A. 背景 . . . . .	105
B. 经销行业指数 . . . . .	106
1. 概况 . . . . .	106
2. 批发和零售贸易营业额指数 . . . . .	107
C. 季节性调整 . . . . .	108
1. 季节性调整数据编制中应用的基本概念 . . . . .	109
2. 季节性调整的主要原则和模型 . . . . .	110
3. 日历影响 . . . . .	112
4. 季节性调整软件包 . . . . .	113
D. 基准检测 . . . . .	115
1. 经销行业统计进行基准检测的必要性 . . . . .	115
2. 基准检测的主要原则和方法 . . . . .	116
3. 基准检测与经销行业统计数据的编制 . . . . .	117
八、数据质量与数据诠释 . . . . .	119
A. 提高经销行业数据质量 . . . . .	119
图八.1. 国际货币基金组织的数据质量评估框架、欧洲共同体统计局的质量定义和经济合作与发展组织的质量度量框架之间的关系 . . . . .	120
B. 质量指标和质量的直接量度 . . . . .	123
表八.1. 度量经销行业统计质量用的关键指标 . . . . .	125



	页次
C. 经销行业统计数据诠释 . . . . .	125
九、数据公布 . . . . .	129
A. 国家报告 . . . . .	129
B. 国际报告 . . . . .	133
表九.1. 国际上按年度公布的经销行业统计数据项目列表 . . . . .	133
表九.2. 国际上按季度公布的经销行业统计数据项目列表 . . . . .	134
表九.3. 国际上按月公布的经销行业统计数据项目列表 . . . . .	134
附    件	
一、经销行业统计中使用的数据项目清单 . . . . .	135
二、根据《国际标准产业分类》第4次修订本被排除于相关经销行业范围、 类和组以外的活动清单 . . . . .	143
三、使用自上而下的方法鉴别统计单位在批发和零售贸易领域的主要活动 .	147
参考资料 . . . . .	149

## 导 言

1. 背景。经销行业统计(DTS)是一个关于提供以批发和零售(即不加改造地销售)任何种类货物并附带修理、安装和交货等销售服务为主要活动的经济单位数据的经济统计学科领域。随着大多数国家的经销行业在产品附加值和提供就业岗位方面对总体经济的贡献稳步增长,人们对经销行业统计的关注也日益加深。经销行业不但在作为特定经济体居民的商品生产者与购买者之间、而且日益在作为出口商和进口商在全球市场上运作的制造者和购买者之间架起了桥梁。在这一背景下,优质经销行业统计数据的适用性就成为深入分析全球化的一个前提条件。在发达国家,经销行业组织严密,可以采用标准统计手段正常捕捉信息;可是在发展中国家,经销行业大多还停留在非正规经济部门运行,这一事实增加了统计观测的复杂因素。

2. 联合国统计委员会早在1950年代初就承认,需要改进国家间经销行业数据的可比性。经过一番准备工作之后,该委员会在其1956年举行的第九届会议上通过一套最初的国际经销行业统计建议。<sup>1</sup>它所依据的是经销统计专家组的报告(E/CN.3/L.36)、各国对该报告的评论意见,以及欧洲统计会议经销统计专家组的第二次会议报告。后来这些建议经过修订,并且在1974年举行的该委员会第十八届会议<sup>2</sup>上通过了《国际经销和服务业统计建议》。<sup>3</sup>1977年,应该委员会请求,联合国统计司出版了题为《经销行业调查的组织与实施》手册。<sup>4</sup>自1974年以来,委员会一直没有把经销行业统计单独作为一个项目列入议程。不过,结合委员会的工作审议了主要与服务业统计和经济分类有关的批发和零售贸易问题。本次出版的《2008年国际经销行业统计建议》(《2008年经销统计建议》)是统计司迄今所发表的国际统计标准系列出版物中的另一项目,其目的在于为各国收集和汇编经销行业数据提供指导。

3. 《2008年经销统计建议》的目的。本出版物的主要目的是围绕适用于经销行业统计的概念、定义、分类、数据来源、数据汇编方法、数据质量评估办法、数据诠释,以及数据传播政策等方面提供建议。这些建议还涉及到一些经鉴定需要额外提供指导的专门话题,比如非正规部门单位的处理,经销行业指数的汇编,季节性调整,等等。《2008年经销统计建议》与其他经济统计领域的建议是协调一致的,诸如工业统计、建筑业统计,以及结构性和短期统计、指数和业绩指标汇编等其他相关领域,而且——最后同样重要的一点就是——这些建议和《2008年国民账户体系》(2008 SNA)是协同配合的。

4. 出版《2008年经销统计建议》是为了确保经销行业统计数据的制作达到用户界的要求,并且与政策密切相关,及时、可靠,具有国际可比性。

<sup>1</sup> 见《经济及社会理事会第二十二届会议正式记录补编第7号》(E/2876),第四章A节。

<sup>2</sup> 见《经济及社会理事会第五十八届会议正式记录补编第2号》(E/5603和Corr.1),第六章。

<sup>3</sup> 《统计文件》,第57号(联合国出版物,出售品编号:E.75.XVII.9)。

<sup>4</sup> 《方法研究》,第19辑(联合国出版物,出售品编号:E.77.XVII.3)。

它适用于所有国家，而不论其统计系统的发展水平如何。不过应强调指出，这些建议无意成为硬性规定，各国统计机构应采取适合本国国情的方式，根据鉴定的用户需求、资源能力、轻重缓急和受访者负担等诸多因素予以贯彻执行。

5. 《2008年经销统计建议》聚焦于汇编结构性统计和短期统计的数据。经销行业的结构性统计数据是与生产有关的统计数据；收集和汇编此类数据的目的在于摸清该行业中的企业在国家、区域和国际层面的结构、活动、竞争力和业绩。这些统计数据一般涵盖整个参考年份。它们可以显示出年度间的变化，用以判断往往根据较小规模的样本生产的年度内(即按月/季度)数据的准确性。最后，它们可以提供一个基准人口数字，用以分析偶然进行的、不定期的或一次性的贸易调查结果。相比之下，短期经销行业统计是与生产有关的年度内统计数据，收集此类数据的目的是为了监测经济活动，其中涉及到行业单位在生产和附加值方面的短期发展动态，行业部门的就业情况，等等。这些统计数据经常被用来制作按月或按季度的各种指标，并且往往采取指数形式。

6. 当前修订原有建议的必要性。自1974年以来从未对国际经销行业统计建议进行过总体审查。为了下述目的，这些建议必须加以修订：

- (a) 有必要考虑到经销行业部门中的各种新的经济发展动态，比如一体化的销售链、日益重要的企业集团、授予特许经营权之类联合模式的成功性、购物中心的作用日益突显、电子商务的扩展、全球化，以及欠发达国家非正规部门的持久重要性，并且向有关这些方面提供统计处理建议；
- (b) 确保对各类经济活动的基本经济统计实行一体化的处理办法，特别是为了与有关工业统计的建议保持协调一致。人们认识到，对经济调查中的共同特征使用标准化的概念和定义及方法与程序可有益于实践。这将包括关于经销行业统计的建议与最近更新的其他国际标准相协调，诸如正在与《2008年经销统计建议》同时更新的《2008年国际工业统计建议》(《2008年工业统计建议》)，以及《2008年国民账户体系》(2008 SNA)、《一切经济活动国际标准产业分类》(《国际标准产业分类》)第4次修订本(ISIC, Rev. 4)<sup>5</sup>和《产品总分类》第2次修订本(CPC, Ver. 2)；<sup>6</sup>
- (c) 确保在各种统计出版物中和在其他国际组织的管理条例中使用的概念、定义和专业术语的统一，诸如：欧洲共同体统计局(欧共体统计局)关于发展统计用企业注册和关于短期及结构性企业统计的实施规则；经济合作与发展组织(经合组织)关于地下经济体的计量、服务性产品的生产指数汇编、商业人口统计，以及数据和数据诠释的报告与表述；以及国际劳工组织(劳工组织)关于就业状况、非正规部门的就业统计、以及工时计量方面的国际分类；

<sup>5</sup> 联合国出版物，出售品编号：E.08.XVII.25。

<sup>6</sup> 联合国出版物，出售品编号：E.08.XVII.7。

- (d) 提供有关汇编工作的变量、资料来源和数据汇编方法的指导意见，并发掘数据收集和数据汇编方面的新做法，从而提高经销行业统计信息的质量，同时扩大此种信息的覆盖面；
- (e) 确保国际报告中的统一性，以便创建世界范围的经销行业数据库，并且为获取有关全球市场结构和动态以及各个国家经销部门业绩的信息提供便利；
- (f) 顾及全球大多数经济体中仍在不断出现的其他服务部门，以及经销行业与企业内部和企业间的其他服务活动之间的相互关系，这种相互关系正在不断扩大并且变得日益复杂。

7. 汇编基本经济统计数据的通用一体化框架。应将目前《2008年国际经销行业统计建议》视为联合国统计司正在制订的汇编基本经济统计数据的通用一体化框架的组成部分。这个框架要涵盖包括统计单位在内的一系列广泛议题以及涵盖整个经济体活动的的数据项目分类和定义，以便连贯地汇编具有一定可靠性、灵活性和详细程度的协调统一的统计数据，用以满足各国政府部门、企业界、以及区域和国际机构的需要，并且为编制国民核算奠定稳固的基础。它意在为考察诸多工商领域的产业及服务活动提供便利，并且提供在多种多样的活动之间以及在海关和立法方面千差万别的各国之间进行相关比较的能力。

8. 建议中的改变概要。简单说来，可将本建议和1974年建议之间的差异归纳如下：

- (a) 范围。现在的建议将经销行业统计的范围界定为能够反映属于一个经济体经销行业部门的单位特征和活动的统计数据。《国际标准产业分类》第4次修订本将经销行业部门的范围界定为被确认为统计单位且可归入门类G的所有常驻实体，即：批发和零售贸易；汽车和摩托车修理业，而不论其规模大小、经济和法定组织形式及所有权归属。由未被归入《国际标准产业分类》(第4次修订本)门类G的实体进行的经销行业活动不属于经销行业统计范围。以前的建议没有界定经销行业部门，而是泛指所有主要从事批发和零售贸易的企业、餐馆和旅馆以及一些特定的服务业。根据《国际标准产业分类》第4次修订本，主要从事旅馆和餐饮服务以及个人和家庭商品修理的单位，现在被分别归入门类I(住宿和餐饮业活动)和门类S的类95(其他服务活动)；
- (b) 统计单位。目前的建议版本围绕收集经销行业统计数据所使用的统计单位这个议题进行了较为综合详尽的讨论，其中包括非正规部门统计单位的处理和经销行业所特有的个别实体的情况研究，诸如零售网络、百货商店、特许经营、集散市场，等等；同时结合国民核算修订体系的原则和活动分类，修订了关于对行业单位进行划分和适当分类的指导方针；

- (c) 数据项目。对数据项目清单和数据项目定义都进行了审查和更新。尤其是，对收支项目进行了更详尽的陈述，单独鉴定了电子商务销售额，并且按产品大组说明营业额。对《2008年经销统计建议》和《2008年工业统计建议》中的数据项目清单及其编码进行了充分协调统一；
- (d) 业绩指标。目前的建议增加了对经销行业部门总体业绩评估的关注。除了汇编基本数据项目之外，这些建议还鉴定了一套指标，用以监测整个经销行业部门或其中一些分支部门的获利能力、生产能力和效率。此类指标是先前版本的建议中所没有的；
- (e) 资料来源和数据汇编方法。关于资料来源和数据汇编方法的描述范围明显扩大了，例如包括了关于各类统计和行政数据来源的讨论；工商企业注册及其作为统计调查框架的用途；以及统计机构为了使收集的经销行业统计数据达到期望的统计输出水平所采用的数据汇编方法。另外还运用一体化做法概述了在不同的经济部门的数据收集战略；
- (f) 短期经销行业统计。专门就此论题新增了一章，除其他外，主要围绕一些有关短期经销行业统计的最重要问题提供指导，比如经销行业指数汇编，这些指数的时间系列特性，以及必须做出季节性调整，使短期数据与全年数据加以统一(基准)；
- (g) 数据质量与数据诠释。数据质量和数据诠释的问题是先前的建议中所没有的。为了适应对改进数据质量的更高要求，现在的建议包含了关于在制订质量评估框架的时候应当考虑到的主要质量问题的指导意见。推荐了一套有限的评估经销行业统计数据质量的关键指标。另外还就如何编制和传播适当的经销行业统计数据诠释提出了建议；
- (h) 数据传播。关于数据传播的建议业经修订，并与适用于其他经济统计领域的类似建议进行了统一协调。另外还就保守机密的问题和制订稳妥的修订政策方面提出进一步的指导意见；
- (i) 《2008年经销统计建议》与《2008年国民账户体系》之间的协调。在实施相同的基本方法论概念和定义方面强化了《2008年经销统计建议》和《2008年国民账户体系》之间的协调一致。在《2008年国民账户体系》中做出的与经销行业统计有关的改变包括：
- 贸易产出估值。为贸易毛利和贸易产出的估值推荐了基本价格(见第4.164段和4.165段)。这种估值原则不但为《2008年国民账户体系》所用，而且也是企业核算惯例的基础。它为提取问卷统计调查的数据提供了依据。
  - 附属单位。如果一个附属单位有单独的生产成本账可用，或者该单位不与其所服务的企业同在一个地方，那么就应把这个附

属单位确认为一个单独的企业(见第2.23段),以便于汇编经销行业活动的区域附加值数据。

- 研究与开发。贸易单位的研发支出(如果有的话)应该资本化。鉴于研发工作大多是在自营的基础上进行的,所以引进了包括单独资产分类在内的许多数据项目,以便对研发成本进行估值。
- 大型数据库。跟研究与开发差不多,由贸易单位以自用或销售为目的而创建的大型数据库也应该资本化。
- 职工认股权。在职工认股权方面引进了对雇员的追加补偿工具(见第4.61段)。这样就可以不仅与《2008年国民账户体系》相协调,而且与国际工商企业核算标准相协调。
- 非金融资产术语和分类在《2008年经销统计建议》和《2008年国民账户体系》中是完全相同的。

9. 《2008年经销统计建议》是根据官方统计的基本原则编写的,<sup>7</sup>这些原则要求官方统计数据要务实可用,人人可以获得,并且要以讲究成本效益的方式进行汇编。这就是说,要适当选择资料来源和收集数据的方法,以确保实现及时性和其他与质量有关的目标,同时要最大限度减轻数据提供者的报告负担。管理国际统计活动的原则被用作补充指导来源。<sup>8</sup>这方面的原则要求提供高质量的国际统计数据并且对各种国际统计方案进行协调,以加强国际统计数据的质量保证、协调一致和统一管理以及防止重复工作。

<sup>7</sup> 见<http://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>。

<sup>8</sup> 见[http://unstats.un.org/unsd/methods/statorg/Principles\\_stat\\_activities/principles\\_stat\\_activities.htm](http://unstats.un.org/unsd/methods/statorg/Principles_stat_activities/principles_stat_activities.htm)。

10. 《2008年经销统计建议》尽可能利用以往的工作以及载入欧洲共同体统计局、国际劳工组织、国际货币基金组织(货币基金组织)和经合组织的各种方法论手册的资料和联合国统计司的许多国际统计标准。此外还广泛使用了推荐做法的实例。本出版物后面所附的参考资料包括了业经广泛引证的资料来源。本出版物自始至终提供详尽的来源信息和参考资料,以便于使用者获取进一步的资讯和背景资料。

11. 《2008年经销统计建议》旨在为经销行业统计提供一个综合方法论框架及对许多实际问题的政策指导。不久即将出版的《经销行业统计:编制者指南》和《经销行业指数:良好做法手册》以及其他技术报告将向数据编制者提供包括介绍好做法在内的更为详细的建议。

12. 经销行业统计数据的用户和用途。现将经销行业统计数据的主要用户和用途简要描述如下:

- (a) 国民核算编制者为多种目的广泛使用经销行业统计数据,主要包括:(一)计量这一经济部门所产生的贸易产出和附加值;(二)使用按商品和按产业分列的贸易毛利数据编制供给与使用表和输入-产出表,同时将经销行业统计数据与出自家庭支出调查的数据和生产统计数据相结合并且使之协调一致;(三)根据按商品大组分列的零售贸易销售额确定最终家庭消费支出额;(四)使用短期经销行业指标编制季度国民核算,用以估算或预报经销行业的季度产出值和附

加值以及家庭的季度最终消费支出额；（五）编制月度或季度服务产品生产指数；

- (b) 决策者使用包括批发和零售贸易指数在内的经销行业统计数据来评估经销行业部门以及整个国民经济的短期和长期发展动态，并且用这些数据来优化包括货币政策在内的各种经济政策。这些详细的数据不仅在整个经济体的背景下至关重要，而其对国内分区(地区级/省级)的分析和国际政策制订也是必不可少的；
- (c) 工商业界正在逐渐成为较为积极的经销行业详细的统计数据的用户。通过产业分析发现，这种数据不论对于评估和预报批发和零售市场动态还是对于评价国内外经销行业的各种分支部门的业绩和竞争力都是不可或缺的。按活动组和产品大组详细分列的一定时期经销行业统计数据，被用来鉴别需求正在扩张或收缩的领域，以及监测消费者偏好不断改变的广泛模式；
- (d) 研究者发现经销行业统计数据对经济分析研究很有用，其中包括监测经济趋势和指定经销行业部门预报；对特定产品组的销售额开展市场调研；研究销售和分销方法，等等；
- (e) 普通百姓可以及时获取经销行业统计数据，以评价经济状况及个人就业和收入前景，以便做出较为明智的抉择。

13. 《2008年经销统计建议》的组织。本出版物涵盖经销行业统计的所有方面。全文共分九章外加三个附件，其内容可分述如下：

- 第一章根据《一切经济活动国际标准产业分类》第4次修订本(《国际标准产业分类》第4次修订本)和其他分类法描述经销行业活动，讨论界限问题，并界定经销行业统计范围；
- 第二章描述对收集有关经济体的经销行业统计数据和经济分析有用的统计单位和报告单位；
- 第三章研究了观察统计单位的主要特征，这些特征是对统计单位进行独特鉴别和分类所必需的；
- 第四章提供经销行业统计所使用的数据项目定义，并列举了需要收集的数据项目和需要出版的统计数据；
- 第五章描述了有助于评价经销行业部门业绩的一套主要指标；
- 第六章讨论用于汇编经销行业统计数据的主要资料来源和编制方法；
- 第七章就短期经销行业统计提出建议，其中包括经销行业指数、季节调整和基准化；
- 第八章讨论与经销行业统计有关的数据质量和数据诠释；

- 第九章就经销行业统计数据的传播问题提供指导和建议，并且提出了确定为按年度和年度内的周期向国际报告的选定数据项目；
- 附件一载有一份用于经销行业统计的数据项目清单；
- 附件二提供了一份被排除于相关经销行业分支和组范围以外的活动清单；
- 附件三提供了一个使用自上而下的方法在批发零售行业鉴定报告单位的主要活动实例。





## 第一章

### 经销行业的统计范围

#### A. 经销行业作为一种经济活动

1.1. 经济活动。一般认为，“经济活动”这个词语是指一个过程，亦即由某个实体执行并产生某种特定产品(货物与劳务)的行动组合。一种经济活动一般具有如下特征：(a) 资源投入；(b) 生产过程；及(c) 产品输出。习惯上，单一的过程被认为是一个产生同类产品的过程。人们认为，一种活动可以包括某种单一的过程，亦可涵盖一系列子过程，每个子过程可以归入一个不同的活动组。为了统计目的，一个从事某种特定活动的实体可以当作个体、亦可当作复合体来对待。一个简单实体不能分割成从事多种活动的几个部分，而复合实体顾名思义系由几个子实体组成，每个子实体被视为从事特定的活动。

1.2. 转卖。考虑到上述惯例，经销行业有别于其他类经济活动的主要特征就在于其生产过程的特殊性，以下这一过程叫做“转卖”。转卖包括为使商品可供购买所可能采取的许多行动，其中包括买卖双方谈判交易或者买方在自营的基础上从制造商那里购买、运输、仓储、分拣、组装、分级、包装，以及在方便的地点展示供选择的货物。这些行动可以采用不同的方式加以组织或组合。导致货物转卖的此类行动的每一种组合都代表经销行业范围内的某种活动。经销行业所特有的一些此类行动组合，叫做“经营方式”(详见第3.24-3.37段)。

1.3. 不加改造地销售。习惯上，商品的转卖代表不加改造地销售。一般来讲，如果商品在形式、外观或性质上经过实质性的改变，以至于改变后存在的商品成为新的、不同于改变前存在的商品的话，就算是商品被改造了。人们认为，根据《一切经济活动国际标准产业分类》第4次修订本(《国际标准产业分类》第4次修订本)下述行动不算商品的实质性改造，即：商品的分拣、分级和组装；货物的混合(掺合)(比如沙子)；装瓶(不论瓶子是否经过事先清洗)；包装；拆散整批货并重新包装以便于小批量分销；货物仓储(不论是冷冻还是冷藏)；农产品的清洗和烘干；以及作为辅助活动裁切木纤维板或金属片等。

1.4. 经销行业作为一种活动包括：(a) 通过储存和展示供选择的商品并使其可供购买，向各类顾客(零售商和其他商业用户或一般公众)提供某种服务；以及(b) 提供这些商品销售附带的或从属于销售的其他服务，诸如交付、售后修理以及安装等服务。

## B. 《一切经济活动国际标准产业分类》第4次修订本 (《国际标准产业分类》第4次修订本)中经销行业 的范围和结构

1.5. 范围。可以从活动分类的角度更确切地界定经销行业的范围及其结构。继联合国统计委员会决定通过《国际标准产业分类》第4次修订本作为一项活动分类标准之后，建议将经销行业范围界定为《国际标准产业分类》第4次修订本的门类G，即：批发和零售贸易；汽车和摩托车修理业。鼓励那些不使用《国际标准产业分类》第4次修订本的国家以确保经销行业总体范围与《国际标准产业分类》相一致的方式制订本国的经济活动分类，并且在该国的所有经济统计数据汇编中贯彻此种分类法，以使其具有国际可比性。如果做不到这一点，各国起码应该确保其国家分类法中的经销行业组与《国际标准产业分类》第4次修订本中的相应分类保持明晰而确切的协调一致。

1.6. 经销行业的结构。根据《国际标准产业分类》第4次修订本的分类方案，经销行业被安排在三类中。45类包括与汽车和摩托车销售与修理有关的一切活动；而46和47类包括所有其他销售活动。46(批发)和47(零售)类之间的差别系基于消费者的组。在46和47类的范围内，分类方案考虑到另外两个层次的差别：一个基于参与此种贸易的单位的运营组，另一个基于销售产品的种类。

1.7. 批发贸易的定义是将新货和二手货转卖(不加改造地销售)给零售商、或进行企业对企业的贸易(比如转卖给工业、商业、机构或专业用户)、或转卖给其他批发商，或者是涉及到在为此类个人或公司购买商品、或向其销售商品的过程中扮演代理人或经纪人角色的贸易。批发贸易的主要企业类型是商业批发商，亦即对其所销售的商品拥有所有权的批发商，比如批发商(merchant wholesalers)或中间人(jobbers)、工业经销商、出口商、进口商，以及制造或采矿单位为了营销其产品而不仅仅接收订单并直接从其工厂或矿山发货的目的在其工厂或矿山之外拥有的联合采购协会、经销分公司和经销营业所(但不是零售商店)等。其他类型的批发贸易企业有商品和日用品经纪人、代销商和代理商，以及收购农产品的装配商、进货商、合作营销农产品的联合会等。虽然按定义批发商不改造商品，但是他们经常对大批量的商品进行装配、分类和分级，拆分整装货，以较小批量进行再包装和分销(比如在药品方面)，进行商品仓储、冷冻、发运和安装，参与客户的促销活动并进行标签设计。

1.8. 零售贸易的定义是主要面向普通百姓，为了个人或家庭消费或使用的目的，经由商店、百货公司、货摊、电子商务零售商、邮购公司、流动摊贩和沿街叫卖的小贩、消费合作社等转卖(不加改造地销售)新的商品和二手货。经由此类贸易销售的商品一般仅限于通常所指的消费品或零售品。因此，通常不进入零售贸易的商品，比如谷类粮食、矿石、工业机械等，就被排除在外了。零售贸易还包括主要从展示的商品中向普通百姓销售个人计算机和软件之类的产品、文具、油漆或木材的单位，尽管此类销售品不一定供个人或家庭使用。可能涉及到一些货物的加工，但仅限于销售活动所附带的加工，比如货品

分类和再包装，某种家用电器的安装，等等。零售贸易还包括由代销商代办的零售和零售拍卖行的活动。

1.9. 45类的结构。这一类包括与汽车和摩托车(含大卡车和运货车)有关的所有活动(但不包括汽车制造和出租)，诸如新旧机动车的批发和零售、机动车修理与维护，以及汽车和摩托车零部件和配件的批发与零售。还包括参与机动车批发或零售的代销商的活动。这一类还包括车辆清洗和上光等活动。活动分成四个大组，每大组有一个基本组(basic class)。

1.10. 46类的结构。这一类中所考虑的第一个特点与业务类型有关，就是说，批发贸易活动是如何组织的。有两组活动独具特色：(a) 一是以第461组为代表的代理贸易，即(仅)在自由或承包基础上的批发，而没有进一步详细说明；(b) 二是在自营基础上的批发贸易，依销售商品组而定，代表462-466大组和469大组的集成。第二个特点需要把自营批发贸易分成专营贸易和非专营贸易。在《国际标准产业分类》第4次修订本中采用了12个组，代表销售产品的大组(见下文)。不能被定义为专营的贸易(即不涉及这些特定产品大组的贸易)被归入469大组，即非专营批发贸易。

1.11. 47类的结构。在47类中采用的主要结构标准就看零售贸易业务是不是在商店内组织的。店内零售贸易包括第471-477大组，其中把从事零售贸易的商店进一步分成专营店和非专营店。店内零售贸易的第三项标准是销售商品的组。478大组和479大组代表非店内零售贸易，此类贸易被进一步划分为五个组，其中三个组涵盖经由货摊和市场运作的零售贸易；其余两个组分别为不由货摊和市场运作的其他零售贸易和经由邮购公司或因特网进行的零售贸易。

1.12. 《国际标准产业分类》第4次修订本中与经销行业统计有关的类、大组和组。下文展示《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的总体结构，分为“类”(两位数)、“大组”(三位数)和“组”(四位数)。

## 门类G——批发和零售贸易；汽车和摩托车修理

### 45—批发和零售贸易；汽车和摩托车修理

#### 451—汽车销售

4510—汽车销售

#### 452—汽车维护和修理

4520—汽车维护和修理

#### 453—汽车零部件和配件销售

4530—汽车零部件和配件销售

#### 454—摩托车及相关零部件和配件的销售维护与修理

4540—摩托车及相关零部件和配件的销售维护与修理

### 46—批发贸易(汽车和摩托车除外)

#### 461—在自由或承包基础上的批发

4610—在自由或承包基础上的批发

#### 462—农业原料和鲜活动物的批发

4620—农业原料和鲜活动物的批发

## 463—粮食、蔬菜和烟草的批发

4630—粮食、蔬菜和烟草的批发

## 464—家用物品的批发

4641—纺织品、服装和鞋类的批发

4649—其他家用物品的批发

## 465—机械、设备和相关用品的批发

4651—计算机、计算机外围设备和软件的批发

4652—电子和电信设备及零部件的批发

4653—农业机械、设备和相关用品的批发

4659—其他机械和设备的批发

## 466—其他专营批发

4661—固体、液体和气体燃料及相关产品的批发

4662—金属和金属矿石的批发

4663—建材、硬件、管件和供暖设备及相关供应品的批发

4669—废品、废料和未列入其他组的其他产品的批发

## 469—非专营批发贸易

4690—非专营批发贸易

## 47—零售贸易(汽车和摩托车除外)

## 471—非专营店的零售

4711—主要经销食品、饮料或烟草的非专营店的零售

4719—其他非专营店的零售

## 472—食品、饮料和烟草专营店的零售

4721—食品专营店的零售

4722—饮料专营店的零售

4723—烟草产品专营店的零售

## 473—机动车燃料专营店的零售

4730—机动车燃料专营店的零售

## 474—信息和通信设备专营店的零售

4741—计算机、外围设备、软件及电信设备专营店的零售

4742—音像设备专营店的零售

## 475—其他家用设备专营店的零售

4751—纺织品专营店的零售

4752—小五金、油漆和玻璃专营店的零售

4753—地毯、挂毯、墙纸墙布和地板材料专营店的零售

4759—家用电器、家具、照明设备和其他家用物品专营店的零售

## 476—文化娱乐用品的专营店的零售

4761—书籍、报刊和文具专营店的零售

4762—音乐录像制品专营店的零售

4763—体育用品专营店的零售

4764—游戏和玩具专营店的零售

## 477—其他物品专营店的零售

4771—服装、鞋类和皮草用品专营店的零售

4772—医药和医疗用品、化妆品及卫生盥洗用品专营店的零售

4773—其他新商品专营店的零售

4774—二手货的零售

## 478—经由货摊和市场的零售

4781—经由货摊和市场的食品、饮料和烟草制品的零售

4782—经由货摊和市场的纺织品、服装和鞋类的零售

4789—经由货摊和市场的其他商品的零售

## 479—商店、货摊或市场以外的零售贸易

4791—经由邮购公司或经由因特网的零售

4799—商店、货摊或市场以外的其他零售

1. 13. 经销行业的范围。下列活动不涉及商品改造且包括在经销行业范围内：

- 实物装配；
- 包装；
- 大批量货物分拣和分级；
- 开包装；
- 再包装以便于小批量分销(比如药品)；
- 货物混合(掺合)(比如沙)；
- 装瓶(实现洗瓶或不洗瓶)；
- 仓储(不论货物冷冻还是冷藏)；
- 冷藏；
- 发运；
- 售后安装；
- 农产品清洗和烘干；
- 作为辅助活动裁切木纤维板或金属片；
- 为客户搞促销，包括标签设计；
- 机动车清洗上光。

1. 14. 下列活动被认为要么涉及到商品改造要么不属于相关经销行业的类和组，因而被排除于经销行业之外：

- 汽车或摩托车租赁；
- 货物租赁；
- 为第三方进行固体货物包装和液体或气体货物装瓶，包括货物混合及过滤；
- 为农民销售农产品；
- 一般被归入制造类的商品制造与销售；
- 供店内消费的食品和酒水的销售以及外卖食品的销售；
- 个人和家用物品对一般公众的租赁。

### C. 按照《产品总分类》第2次修订本(《产品总分类》版本2)以及《按目的划分的个人消费分类》(《个人消费分类》)中的规定, 经销行业的范围与结构

1. 15. 《产品总分类》。《产品总分类》第2次修订本(《产品总分类》版本2)构成涵盖可作为国内外交易对象的所有货物与劳务综合产品的分类法。它是一个按产品确定经销行业统计数据的基本统计工具。根据下述两项标准经销行业劳务被划归《产品总分类》61和62类, 即: (a) 所供劳务的种类(即上文第1. 10-1. 11段中讨论的经营类型); 及(b) 贸易商品的种类。这样, 就可以对照七组贸易劳务经营类型当中的任何一组确定可销售商品清单: 两组批发贸易劳务(即代理和自理批发贸易劳务)和五组零售贸易劳务(商店和非商店零售贸易劳务, 专营和非专营零售贸易劳务, 以及代理零售贸易劳务)。

1. 16. 《产品总分类》和《国际标准产业分类》一样, 都有国际和国内两个版本(见本章D部分)。其中包括《按活动分列的产品统计分类》(CPA), 它是《产品总分类》的欧洲对应物; 还有《澳大利亚和新西兰标准商品分类》(ANZSCC)。不论就其细节和编码体系而言还是就其结构而言, 上述两种分类法都与《产品总分类》有很大不同, 而且它们也彼此迥异。<sup>9</sup>

<sup>9</sup> 关于《产品总分类》和其他产品分类——比如《国际贸易标准分类》(SITC)和《商品名称及编码协调制度》(简称《协调制度》或HS)等——的更详细信息, 见: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>。

1. 17. 《产品总分类》版本2第6部分中使用的产品大组范围。为了提高数据的国际可比性, 各国可以使用《产品总分类》的各种组和《国际标准产业分类》第4次修订本的活动组之间的对应表, 作为这些产品组范围方面的指导。现已准备编拟这样一个对应表并把它纳入即将出版的《经销行业统计数据: 编制者手册》。在对类45-47的各级统计单位进行分类的时候, 各国应参照《国际标准产业分类》第4次修订本和《产品总分类》版本2中提供的解释性说明执行。

1. 18. 《个人消费分类》。经销行业产品分类的另一个选项是《按目的划分的个人消费分类》(《个人消费分类》), 它按销售商品的使用目的(或功能)进行消费分类。在详尽的《个人消费分类》层面提供零售贸易数据, 有助于汇编国民核算中住户的个人消费支出。鼓励各国实行此种分类法并尽可能按照《个人消费分类》组提供零售贸易营业额。<sup>10</sup>

<sup>10</sup> 见《按目的划分的支出分类: 政府职能的分类》(《政府职能分类》); 《按目的划分的个人消费分类》(《个人消费分类》); 《服务住户的非营利机构目的分类》(《非营利机构目的分类》); 《按目的划分的生产者支出分类》, MNo.84, 联合国出版物, 出售品编号: E.00.XVII.6, 第一部分第三章和第三部分; 见: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>。

1. 19. 为了实现按产品分列的经销行业数据在国内外的广泛可比性, 鼓励各国按照下列7组产品组说明45类零售产品组(《产品总分类》版本2的四位数层次)。虽然《产品总分类》和《个人消费分类》之间没有一对一的映射关系, 但这7组分类是可以广泛调节的。它们是:

- 食品、饮料和烟草;
- 服装和鞋类;
- 家庭用具、物品和设备,
  - 其中: 家具;
- 机械、设备和相关供应品,

其中：信息处理设备；

其中：摩托车及相关商品；

- 个人用品和其他物品；
- 建筑材料；
- 其他。

1.20. 为了能够满足广泛用户的需要，建议各国根据各自贸易调查中使用的产品分类和遵守国际标准的需要，按产品种类拟订本国的经销行业报告清单。各国编制的零售贸易产品清单最好要比批发贸易产品清单更为详细，因为前者可用于说明向家庭提供商品的流量。为了国民核算的目的，不论使用何种产品清单或分类，均应与家用物品与服务分类相联系。

#### D. 其他活动分类法中的经销行业

1.21. 《国际标准产业分类》。在经济活动分类方面，大多数国家要么直接使用《一切经济活动国际标准产业分类》（《国际标准产业分类》），要么据此制定本国的产业分类法。在国家不使用《国际标准产业分类》或其国内分类不同于《国际标准产业分类》的情况下，建议这些国家制定的国内产业分类法要具有国际可比性并可鉴别活动种类，以确保起码符合两位数(类)层次的《国际标准产业分类》。为了使各国的产业分类法与《国际标准产业分类》第4次修订本的门类G充分保持协调一致，国家分类方案中最详细的分类组应当与《国际标准产业分类》的特定个体组相吻合，或者是《国际标准产业分类》中组的总体或部分。

1.22. 《欧共体经济活动统计分类》。《欧洲共同体经济活动统计分类》第2次修订本（《欧共体经济活动统计分类》第2次修订本）<sup>11</sup>是欧洲联盟（欧盟）成员国以及一些正在谋求加入欧洲联盟的转型期经济体和其他国家实施的经济活动分类法。它与《国际标准产业分类》第4次修订本完全协调一致，因为有些情况下它所提供的《国际标准产业分类》细分比较适合欧洲各经济体的结构。虽然在大组和级别层次上《欧共体经济活动统计分类》中的某种单一活动也许会有一个不同于《国际标准产业分类》的数字编码和拆分，但是通过把《欧共体经济活动统计分类》中较为详细的分组和组汇聚到《国际标准产业分类》的分组和组中去，这两种分类法总是可以协调一致的。这些分类法的前两个层次（门类和类）之间完全对应。《欧共体经济活动统计分类》第2次修订本与《国际标准产业分类》第4次修订本同步修订。它是2008年1月1日生效的。从这一天开始，各国就要使用《欧共体经济活动统计分类》第2次修订本来编制本国经销行业结构性年度统计数据，并且从2009年1月1日起据此编制短期统计数据。建议使用《欧共体经济活动统计分类》的国家继续使用《欧共体经济活动统计分类》第2次修订本，因为它与《国际标准产业分类》第4次修订本完全一致。

<sup>11</sup> 见[http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST\\_NOM\\_DTL&StrNom=NACE\\_REV2&StrLanguageCode=EN&IntPcKey=&StrLayoutCode=HIERARCHIC&CFID=1505220&CFTOKEN=4b5a935fefb8960a-64410213-09DA-12FE-B2107BE19A0001E6&B2107-BE19A0001E6&jsessopmod=ee3085e515312a416332](http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=EN&IntPcKey=&StrLayoutCode=HIERARCHIC&CFID=1505220&CFTOKEN=4b5a935fefb8960a-64410213-09DA-12FE-B2107BE19A0001E6&B2107-BE19A0001E6&jsessopmod=ee3085e515312a416332)。



1. 23. 《北美产业分类体系》。制定《北美洲产业分类体系》（《北美产业分类体系》）的目的是为加拿大、墨西哥和美利坚合众国规定共同的产业定义，以便于对这三个北美国家的经济进行分析。《北美产业分类体系》以基于生产或基于供给的概念框架为基础，并且重在产业分类而不在活动分类。这就是说，在《北美产业分类体系》中把使用相同或类似生产程序的生产单位归入同类。虽然该体系力争在《国际标准产业分类》的两位数层次实现协调一致，但在《北美产业分类体系》和《国际标准产业分类》的分类结构之间是有重大差异的。若想根据《北美产业分类体系》将数据转换成《国际标准产业分类》/《欧共体经济活动统计分类》是不可能的事。在《北美产业分类体系》和《国际标准产业分类》第3.1项修正之间有个详尽的对应表，<sup>12</sup>它发表在联合国统计司的网站上。<sup>13</sup>

<sup>12</sup> 《统计文件》，No.4/Rev.3.1(联合国出版物，出售品编号：E.03.XVII.4)。

<sup>13</sup> 见：<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regot.asp?Lg=1>。

1. 24. 《澳新标准产业分类》。《澳大利亚和新西兰标准产业分类》（《澳新标准产业分类》）曾在2006年经过一次修订。它规定了澳大利亚和新西兰的特有产业分类法。跟《国际标准产业分类》一样，《澳新标准产业分类》的概念框架经过重新评价更加侧重在供应方的做法方面。《澳新标准产业分类》的结构在很大程度上效法《国际标准产业分类》的结构，而且《澳新标准产业分类》尽可能在类(两位数)层次上与《国际标准产业分类》第4次修订本协调一致。《澳新标准产业分类》和《国际标准产业分类》之间的对应表，可查阅澳大利亚统计局的网站。

## E. 选定的一些界限问题

### 1. 外包：批发与制造之间的界限

1. 25. 外包。生产“外包”一词是指主要生产单位(委托人)与另一生产单位(承包人)签订合同，由后者执行构成委托人全部或部分商品生产或服务活动的特定功能。虽然承包人的活动分类是明确肯定的，不受该活动为外包活动这一事实的影响，但是委托人的活动分类则在很大程度上受到外包性质和范围的影响；因此需要由契约来确保始终如一的处理。委托人单位分类是个重要界限问题，因为有关其活动的决定会影响到制造和批发(或零售)贸易类的范围。

1. 26. 外包的种类。外包有三种形式，即：(a) 辅助功能的外包；(b) 部分生产过程的外包；以及(c) 整个生产过程的外包。在每种情况下，委托人和承包人既可以在同一经济体境内，亦可在不同经济体境内。实际执行地点对这些单位任何一方的分类都没有影响。

1. 27. 辅助功能的外包。在这种情况下，委托人(批发商或零售商)从事货物与劳务的转卖，但是把某些辅助功能——比如会计或计算业务——外包给承包人。在这种情况下，建议委托人依旧属于《国际标准产业分类》中代表核心生产过程的门类G的组(按销售种类和销售商品种类划分)。承包人被归类为

它所从事的特定辅助活动组，比如《国际标准产业分类》6920组：会计、簿记和审计活动；税务咨询或6202组：计算机咨询与计算机设备管理活动。

1.28. 部分生产过程的外包。委托人(生产商)将(某种商品或劳务)的部分生产过程而不是整个过程外包给承包人。委托人拥有指定由承包人改造的投入物资的所有权，因而对最终产出品拥有所有权。在这种情况下，建议将委托人归类为《国际标准产业分类》中的适当制造业级别，视其正在从事整个生产过程。承包人则根据其所承担的那部分生产过程分类。在涉及到商品改造的情况下，承包人被归入《国际标准产业分类》的同一组或另一组。同样，在外包某种劳务的情况下，委托人和承包人的活动也不一定划归《国际标准产业分类》的同一组。

1.29. 整个生产过程的外包。在委托人将整个生产过程外包给承包人的时候，须考虑两种特定情况，即：

- (a) 外包产生劳务的活动(含建筑工程)。在这种情况下，不论委托人还是承包人均按执行完整劳务活动分类；
- (b) 将制造活动外包给承包人。在这种情况下，委托人并不在本单位实际改造商品。这里推荐下述活动分类规则：
  - (i) 一个拥有投入物资所有权、因而拥有经济产出所有权但是由他人进行生产的委托人，应归入《国际标准产业分类》第4次修订本的门类C：制造业，具体讲就是属于对应于完全(外包的)制造业活动的那一组；
  - (ii) 一个由他人进行生产但不拥有投入物资所有权的委托人，应归入《国际标准产业分类》第4次修订本的门类G：批发和零售贸易；汽车和摩托车修理，具体讲就是属于对应于销售类型(比如批发或零售)和销售商品种类所代表的活动的那一组。在这种情况下还应确定，委托人是否进行其他活动，比如产品设计和研究与开发。如果委托人的确还进行其他活动，那就应该实行鉴别委托人的主要活动的一般规则(见关于自上而下方法的第3.12段)；
  - (iii) 在这种情况下，承包人应归入《国际标准产业分类》第4次修订本的门类C：制造业，具体讲，属于对应于承包人所从事的制造业活动的那一组。

## 2. 零售贸易和金融业务的区别

1.30. 提供消费信贷额度的单位。许多零售商店和参与经销行业的其他经济实体都向顾客提供赊购的选择。为此，它们可能发放会员卡，顾客可以用此卡在预先安排好的信贷限度内购物。消费信贷是一种提供给个人或家庭而不是给企业使用的短期贷款形式。一些积极经营消费信贷产业的公司也提供消费

信贷，通常有：(a) 小额贷款公司，它们作为消费信贷的创始者与顾客建立联系并直接向其提供贷款；(b) 有些金融公司不与顾客直接打交道，而是购买并持有与销售耐用物品有关的顾客分期付款债务。

1. 31. 参与消费信贷交易的金融机构分类相当明确(它们被归入《国际标准产业分类》第4次修订本的门类K：金融和保险活动)，但是在本建议中不涉及这个问题。然而经销行业统计数据的编制者必须注意这样一些情况，即：作为消费信贷创始者和持有者的某些零售贸易单位单独有附属企业经营顾客信贷或者有涉及顾客信贷的附带活动(见第3.10-3.11段)。鉴于《2008年国民账户体系》将金融部门和非金融部门分开来处理，<sup>14</sup> 所以这里建议，在上述情况下要尽可能分别定义两种单位：一种是参与非金融(贸易)活动的实体，另一种是参与金融活动(提供消费信贷)的实体——只要它们各自拥有必要的独立账户，即使这两种单位共有作为一个经济实体的其他一切属性并且作为一个单位为其汇编合并账目。这两种单位均可独立分类，后者是作为金融机构而不是作为一个经销行业单位。不过，如果不能对提供消费信贷的单位单独进行统计观察的话(就是说，如果它所从事的活动没有独立账户的话)，建议把它作为参与某种附带活动的相关统计单位的组成部分来处理。这种处理办法不会影响该单位在经销行业中的分类。

<sup>14</sup> 关于机构部门和机构部门分类，见《2008年国民账户体系》第4章。

## F. 经销行业的统计范围

1. 32. 一般来说，经销行业的统计数据体现了一个经济体的经销行业部门所属单位的特征和活动。考虑到《国际标准产业分类》第4次修订本作为活动分类法用在所有适用经济统计领域所发挥的作用，建议把一个经济体的经销行业部门界定为包含被确认为统计单位的所有常驻实体，并可将其归类为《国际标准产业分类》第4次修订本的门类G，而不论其规模大小、采取何种经济和法定组织形式，以及所有权属于谁(见第三章关于统计单位的建议)。经济实体的居住地应根据《2008年国民账户体系》中提出的规则来确定。经销行业统计不包括由未被划归《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的实体进行的经销行业活动。

1. 33. 按惯例，属于经销行业统计范围的数据项目能够反映：(a) 经销行业部门所属实体的特征；(b) 这些实体的损益表所记录的用以计算贸易产出值、中间消费和附加值额的收款和其他收益及购货；(c) 这些实体在非金融资产方面的投资和库存变化；以及(d) 与上述大多数项目大组密切相关的就业信息(见第五章的详细建议)。其他数据项目，比如关于实体财务状况的项目，均被明确排除在外，而被汇编为财务或其他相关统计数据。

## 第二章

### 统计单位和报告单位

#### A. 概述

2.1. 经济实体。从事经销行业的各种经济实体，从在一个地点或从一个地点经营一种或很少几种活动的小型实体，到可能在多个地点或从多个地点从事许多不同活动的大型综合实体，其总体范围极为广大。从事经销行业的经济实体就其法定结构、会计结构、组织结构和业务结构而言差别很大。在大型综合实体中，为了管理、行政和决策的目的对从事经济活动的单位按组结构进行分类。较高层级的组织单位拥有、控制或管理较低层级的生产单位，而在较低层级单位做出生产决定或进行生产。一个经济实体可按地理路线、或法定路线、或业务路线构建。它可以有一个或几个结构执行不同的功能或服务于不同的目的。

2.2. 在综合实体中，企业财务管理的组织层级要高于批发或零售业务的管理层级。通常，企业的会计制度通过映射企业经营管理责任的组制度来体现这种管理结构。支持管理和决策功能所需要的账户(不论与财务有关还是与生产有关)一般都由相对应的管理责任层级来保有，就此而言，呈报统计数据的能力也因结构层级不同而异。

2.3. 从经济实体收集数据。为了汇编对经济分析最有用的数据，一般经济统计数据、尤其是经销行业统计数据必须考虑到上述结构因素。然而，在大多数国家各种经济实体的法定结构和业务结构以及它们各自的案卷保管做法都不适合收集统计数据。因此需要在收集统计数据方面制定关于统计单位、报告单位和收集单位定义的指导原则，以便生产具有可比性的国内及国际统计数据。

2.4. 统计单位。统计单位是向其寻求相关信息并最终为其汇编统计数据的实体。它是为统计总量提供依据的单位，也是列表数据所指的单位。这些单位可以分为两类：

- (a) 观察单位：切实能够或有可能报告其相关活动数据的可识别的法定或组织实体或有形实体；
- (b) 分析单位：由统计学家创立的实体(亦称统计结构)，往往通过拆分或合并观察单位而成，目的在于使编制的统计数据比使用观察单位的数据所可能编制的统计数据更详细、更具同质性。虽然分析单位

本身并不能呈报关于其活动的数据，但是的确有间接的统计估算方法，其中包括此种数据的推算。分析单位的实例有同类生产单位和本地同类生产单位。

2.5. 收集单位。收集单位是收集数据的对象单位，也是完成填报统计表的单位。实际上，与其说它是个单位，不如说它是个联系单位的通信地址或联系人。任何持有关于统计单位的统计信息的实体都有可能充当收集单位。譬如讲，如果某实体责成其簿记办公室承担填表工作，那么该簿记办公室就是收集单位。

2.6. 报告单位。报告单位就是与报告的统计数据相关的单位。通常，当一个特定实体按要求报告其所有营业地点的相关特征及活动数据的时候，这些地点都是报告单位。在这种情况下，这些实体在统计上是可观察的，因而既是统计单位又是报告单位。

2.7. 应着重指出的是，实际上统计单位、报告单位和收集单位往往是互相重合的。但如果统计单位是个分析单位的话，那就另当别论了。区分这些单位是必要的，因为它们分别对应于数据收集/汇编过程的不同阶段。就本建议而言，统计单位是主要关注对象，因为它们是统计总量的基础，所有数据项目都与这些单位有关。收集和报告单位尤其在取样和数据收集阶段显得十分重要。

2.8. 如果一个经济实体从事好几种活动，而每个单独的统计单位分别与每项活动有关，那么该实体在统计上就是一个综合实体。只要这个(或这些)实体能够提供所有需要的数据，那就不必进一步收集整个实体的数据了。可是，如果不能采用这种方式获得全套数据的话，还需要以整个实体为目标来收集数据；而且，如果这种做法成功的话，还应当按比例给各个统计单位分派补充信息。就此而言，一定要确保所报告的数据不要包含重复计数。

## B. 特定统计单位的定义

2.9. 《国际标准产业分类》第4次修订本的导言中提供了各种统计单位的定义。<sup>15</sup> 鼓励各国使用该出版物来确保在使用统计和其他单位方面的国内做法具有较好的可比性。现将与经销行业统计有关的统计单位定义复述如下。

<sup>15</sup> 联合国出版物，出售品编号：E.08.XVII.25。

2.10. 企业集团。企业集团是一种由各种类型的联系纽带捆绑到一起的企业联合体(见第2.12段)。一个企业集团可以有不止一个决策中心，尤其在有关生产、销售和利润的决策方面，并且可以在财务管理和税收的某些方面实行集权管理。它构成一个有权做出抉择、尤其是对其下属单位做出抉择的经济实体。一个企业集团由集团首脑掌控，而集团首脑是上级法人机构，由任何其他法人机构直接或间接掌控。不过，也有一些合作或互助协会的形式，其中的母公司实际上属于集团的单位所有。

2.11. 企业集团单位往往对应于一个通过复杂关系网络结合起来的联合大企业，且往往涵盖非常广泛的活动。在一个企业集团内部时常可以辨别出不

同的分集团。在统计工作中使用这种单位有一定的困难，特别是因为存在着识别问题和跟踪不同企业间有时不太稳定的联系问题。

2.12. 企业。一个作为货物与劳务生产者的经济实体如果能够凭自身的条件拥有资产、承担债务和从事经济活动并与其他经济实体进行交易，即可被视为一个企业。企业是拥有财务和投资决策自主权以及分配货物与劳务生产所需资源的权力和责任的经济交易者。它可以在一个或多个地方从事一种或多种生产活动。

2.13. 参与经销行业的企业可能是一家公司，一个非营利机构，或者是一个非公司企业。公司企业是能够从事一系列交易的完全经济实体，而“非公司企业”这个词语是指仅能充当经销行业劳务生产者的家庭经济实体。非营利机构也是为了促进和服务于经销行业单位利益而成立的一种经济实体。

2.14. 机构。<sup>16</sup>机构的定义是：一个坐落在单一地点仅从事某种单一生产活动或其主要生产活动占了大部分附加值的企业或部分企业。虽然从机构的定义来看它有可能从事一种或多种次要活动，但相对于主要活动而言，这些活动的规模应该都很小。如果某种次要活动跟主要活动一样重要或差不多同样重要，那么该单位就更像下文描述的一个地方单位了(见第2.22段)。

<sup>16</sup> 在《1995年欧洲国民账户体系》(ESA1995)第2.106段中，机构亦称地方特定活动单位。

2.15. 在大多数中小企业，企业和机构没有什么区别。通常建议，从事许多不同产业经济活动的大型企业要拆分成一个或多个机构，但前提是：可以从中辨认较小的、更具同质性的生产单位，以便富有意义地据此汇编生产数据。

2.16. 特定活动单位。根据企业单位的构建和定义方式，它也许已经在经济活动上具有一定程度的同质性；可是包括经销行业统计在内的一些统计工作可能需要更高程度的同质性。特定活动单位这一词语正是为此目的而定义和使用的。

2.17. 特定活动单位是仅从事一种生产活动或其主要生产活动占了大部分附加值的企业或部分企业。对从事活动的地理区域没有限制性规定。为了创立这种同质单位，必须把企业分割成范围较小、同质性较高的若干部分。

2.18. 虽然目的是尽可能满足同质方面的要求，但是其他两方面的要求——即数据的可得性和在组织结构中的地位——也不应忽视。把企业分割成若干特定活动单位，需要将经济活动的同质性与数据可得性和组织结构相权衡。在大多数情况下这三方面的要求是相互关联的：单位的同质性越高，可提供的数据越少，在组织中把该单位视为独立机构的可能性就越小。要靠国家统计机构来寻求适当的平衡。不过这里还是建议上述分割应适当顾及数据可得性和组织结构这两方面的要求。应着重指出的是，按照定义每个企业都必须包含一个或多个特定活动单位。在许多情况下，特定活动单位仅作为一个分析统计单位存在。

2.19. 就某种活动单位的定义作决定的时候，应注意到，属于某个特定活动分类标题下的任何既定活动单位都有可能从事次要活动，而这些次要活动不能从现有的会计文件中辨别出来。

2.20. “地点”一词的定义。“机构”和“地方单位”（见下文）的定义中都使用了“地点”一词，就此而言有必要对它的含义加以澄清。“地点”这个词可有两种解释：

- (a) 狭义来讲，作为一个具体场所，比如一个单独的地址、或者一栋多层楼房的一个房间。这种规模的营业地点要能适合统计需要，因为有些情况下可能把两个甚至两个以上互不毗邻的场所视为构成一个地点，譬如这样一种情况：一个贸易企业的两个商店分别位于同一街角的两侧，或者两店就在街对面，但是没有各自单独保管的案卷。一般来讲，两个营业场所间的距离要相当大才需要分别说明地点，尤其在两个以上营业地点同在汇编一系列数据所需信息最密集地区的情况下，更应如此；
- (b) 作为同一地域范围内的一个企业下属的所有营业地点的集合体。通过鉴别这样一个统计单位可以区分省级、州级、县级、市级、乡级、甚至像网络街区(mesh blocks)<sup>17</sup>之类较小实体之间的差异。因此，如果在同一个市、乡或类似的有限地域范围内有两个以上地点从事营业活动的话，从地方单位的概念来讲，一个地方单位涵盖所有这些地点是可以接受的。

<sup>17</sup> 地域标准统计的基本概念就是为实际开展活动的地区提供数据合计。网络街区是据以进行个人或企业编码和进行个体或单位数据总计的一个微观层次的地域单位。

2.21. 以上两种解释究竟适用哪一种，这要取决于相关统计工作的目标。举例来讲，如果正在计量特定地区的零售店数量或正在分析生产过程，那么作为个别场所的地点就是适当的统计单位；而如果统计的主题是就业问题，那么一个企业在最小地域范围内的所有营业地点都可以被视为一个地方单位。

2.22. 地方单位。企业往往在不止一个地点从事其生产活动，而为了掌握所收集数据的地域分布情况，就需要相应地分割这些企业。因此，可以把地方单位定义为在(或从)一个地点从事生产活动的企业或某企业的一部分(比如车间、工厂、库房、办公室、矿山或者货站)。除此之外，该定义不涉及该单位所从事活动的种类。

2.23. 附属企业。如果一个纯粹从事辅助活动的企业(见第3.10段)在统计上引人注目，表现在随时可以为其生产活动取得独立账户；或者，如果该企业在地域上不和它所服务的企业同在一个地点，那么把它视为一个独立单位亦即附属企业并将其归入与其主要活动相对应的产业分类(见第3.8段)是可取的，也是有益的。不过这里建议，只有在有了适当的基本数据——诸如中间消费、雇员薪酬、固定资本积累总额和雇工情况等——之后，这种独立企业才能成立。

2.24. 附属企业的产出值应在总成本核算的基础上——就是说，根据其生产成本总和，包括生产中使用的资本成本在内——推算得出。附属单位的产出值作为它所服务的企业的中间消费来对待，并且使用某种适当的指标——比如，这些企业的产出值、附加值或雇工情况——来进行分配。控股公司不是附属单位；它们所执行的控制和指导子公司的管理职能不是辅助活动。

2.25. 附属公司。一个贸易公司可能会发现，为了税收或其他缘故成立一个可以纯粹为其自身利益从事某些辅助活动的子公司是有利的。举例来讲，它可以成立一个子公司，以便向其转让土地、建筑物或设备所有权，而这个子公司的唯一功能就是把这种土地、建筑物或设备再返租给母公司；或者，它可以成立一个子公司，以便将其账目和案卷存入独立的计算机设备，等等。这些子公司是为了逃避税收、或一旦破产时最大限度减少债务、或者根据特定国家有关税务或公司的现行立法保障其他方面技术上的优势等目的而成立的人为单位。建议不要把这种附属公司当作单独的统计单位来处理，而应将其视为母公司的一个组成部分，并将其账目并入母公司的账目。

### C. 关于统计单位、报告单位和收集单位的建议

2.26. 主要需要两类数据来描述经销行业单位的经济活动：(a) 基于贸易单位的管理及成本账目的生产数据；<sup>18</sup> 及 (b) 基于这些单位的会计记录的财务数据。<sup>19</sup> 需要用这两类统计数据来分析经销行业部门和编制国民核算。为了汇编这些统计资料，应确定并持续使用一致的统计单位、报告单位和收集单位。现就这些单位提出如下建议。

<sup>18</sup> 一般来讲，生产统计数据包括从销售生产的商品与劳务获得的经营收益方面的数据以及相关的成本、工资和薪金、折旧和营业利润。

2.27. 《2008年国民账户体系》建议把机构当作收集生产和就业数据的最适当统计单位；同时要确保同质且按地理分布的数据的汇编工作。有鉴于此，鼓励各国使用机构作为经销行业的统计单位。在大多数情况下，机构和企业是同一码事，因此可从这同一来源获取所有种类的数据。在这种情况下，机构/企业不但可以是统计单位，而且可以是报告单位和收集单位。不过，如果一个机构属于多机构企业一部分的话，它也许就不能掌握所有信息(比如财务信息)。在上述情况下，特定机构所属的企业可以作为收集单位向统计当局提供有关该机构活动的数据。

<sup>19</sup> 这种记录包括各贸易单位的合并损益报表和资产负债表。

2.28. 鼓励各国收集属于国内多机构企业的所有相关机构的数据。如果企业在好几个国家的经济领域经营分公司，应特别注意确保不要在编制统计数据的国家的经销行业统计数据中包括反映常驻其他经济体的机构活动的数据。

2.29. 如果通过别的途径也能达到足够的同质程度和期望的地域分布，或者得不到机构一级的数据，就可以使用企业作为统计单位，而国家可以将其收集数据的活动局限于以经销行业活动为主的企业。有些国家以实现最大限度同质性和详尽地域分布为目标，这些国家可能会发现，使用机构作为收集非财务数据项目的统计单位而同时使用企业收集财务数据是切实可行的。



2.30. 特定活动单位不同于机构之处，在于单一法定实体所从事的特定种类的活动不受地域限制。某些情况下，在贸易调查中基于特定活动单位的数据可得性可能适用此种单位而不适用机构。举例来讲，有些情况下可能很容易得到有关特定活动单位的固定资本形式、库存和销售额方面的数据，但是却难以得到机构的这些数据；与此同时，基于机构的面积或规模的数据分类很少令人关注。在一些国家中，由多个机构组成的较大型企业就是在此基础上来组织案卷，这种情况比较普遍；在这种情况下，从多种目的来说特定活动单位可能被视为替代机构的适当方法。可是，如果在这种情况下使用特定活动单位的话，就需要指明此类单位与其他调查中的单位之间是何种关系。

2.31. 使用地方单位作统计单位，是为了汇编无需按活动划分的特殊组的数据；因此建议不要在经销行业统计中使用此种单位。不过，如果可将特定活动单位的标准认定为亦属于地方单位，从而将其纳入《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的话，该单位就成为一个机构，因而在经销行业统计中既可将其用作统计单位又可用作报告单位。

2.32. 企业集团单位太过多样化，而且性质也不稳定，所以不适合在经销行业统计中把它用作统计单位。可是对于财务分析和研究经济策略而言，企业集团很有用。因此，如果能在企业集团的基础上提供经销行业统计数据的话，这对分析目的而言十分重要。

2.33. 凡是能够向国家统计局提供有关被采用为统计单位的可靠而及时的统计数据的所有实体，均可成为收集单位。

#### D. 被选定为统计单位的经销行业实体概述

2.34. 零售联营。最近数十年来几乎所有国家的零售贸易部门都在单位类型、规模和结构方面经历了重大变化。零售市场的最重要发展结果之一，就是零售联营店占据了主导地位。零售联营是零售贸易单位的组织形式。这种组织形式主要在零售贸易中占有一席之地，但在其他一些以服务为主的商业中也是如此。零售联营涉及到一系列零售销路，它们共享一个品牌，并且在同一所有权或中央管理下营业。这种商店可能是属于一个法定单位所有的分店，也可能是属于自然人或公司所有的、根据与母公司签订的合同经营的特许经营店。属于单一所有权的零售联营会存在一个拥有许多机构的贸易企业，它们分别对应于不同的营业地点。根据特许协议经营一个零售联营网络会有一系列企业分别对应于诸多特许经营者。

2.35. 零售联营网络的出现是在同一个零售贸易活动组中进行零售贸易业务纵向一体化(即通过销售同类商品，诸如食品、家具等途径)的结果。根据其营业方式(见第3.28段)，零售联营被归入商店零售组。许多国家引进了由零售联营网络经营的最低限度零售地点数量的规定，作为与其他商店零售相区别的一项补充标准。连锁店在许多方面有别于单一地点商店；其中一个重要不同

点就在于其规模上的差异。一般来说，它们为特定商品提供低廉的价格，并且依靠高销量而不是靠高额贸易利润来盈利。

2.36. 如果一个零售联营网络在不止一个省或一个州运营，而国内分区级的数据对于国民经济十分重要，则建议由这种联营提供一份它所经营的全部营业地点清单，并且分别就每个地点提供一些重要数据项目的总数，比如雇员总人数，总营业额，工薪总额，等等。为了减轻受访者的负担，也可以考虑一些替代方法，比如使用工商企业注册机构作为代理人提供的行政数据(比如就业数据)，以便将国民经济活动分配到分区一级。在这种情况下，每个商店都作为一个单独的机构来对待，因为将根据有关地点的现有数据成比例地推断它的产出和附加值，从而可将贸易活动分配到实际开展这种活动的地点，并且有助于估计区域贸易产出和汇编区域国内生产总值。

2.37. 百货商店/“店中店”贸易。百货商店是专门销售一系列广泛产品而没有任何商品线占主导地位的零售机构(即非专营店)。某些百货商店或许是零售联营网络的组成部分，其他则或许是个体商店。

2.38. 百货商店这种零售贸易的组织形式可能使得鉴别地方单位的规则实施变得复杂化了(见第2.24段)。原则上，几乎在所有情况下，地方零售单位都恰好相当于零售商店。这个原则的一个例外情况是以“店中店”为代表的贸易形式，即百货商店将其部分零售空间出租给其他零售商。对于漫不经心的顾客来说好像只有一个商店，但实际上，地方单位作为企业组成部分的定义就意味着，一个百货商店内可能有许多地方单位和同样数量的商店。这里建议，在店中店的贸易情况下百货商店和在同一店内经营的所有其他商店要各自作为独立的统计单位来处理。

2.39. 特许经营。特许经营网的运营需要一种在许多服务活动中、尤其在零售贸易中普遍采用的经商办法。特许经营者作为独立法定单位与另一法定单位——授予特许经营权者——签订合同，以便参与使用授予特许经营权者提供的商标、贸易方式和营销支持进行的某种活动，通常以某种付费、或营业额或利润分成的形式予以回报。特许经营合同一般包括诸多限制性条款，比如通过对相关货物与劳务生产标准、其质量及其价格等做出规定，来限制特许经营者的选择自由。可能迫使特许经营者从授予特许经营权者那里获得供应，并且为授予特许经营权者所组织的整个网络通用的某些服务缴款。反过来，授予特许经营权者在不完全剥夺特许经营者自主权的前提下提供规模经济，比如负责集体营销。

2.40. 建议把从事经销行业活动的特许经营者视为单独的企业，因为它们包含了一整套生产要素并且承担了全部企业风险。特许经营者还符合需要自主权但或多或少对这种自主权有所限制的企业定义(即需要“一定程度的自主权”)；另外，通常只有在单独的特许经营者这一层级才能获取完整的账目数据。

2.41. 场、集市，等等。有些货物和劳务交易场所设在室外。许多国家历来都有此类交易场所在运行，并且以类似的方式发挥功能，而不论其名称和

活动地点(在街上, 在交易广场, 或者在其他一些专门场所)。贸易商(或生产者)有自己的摊位, 但没有完整的商店。不过, 也可能有相关的店铺。此类市场往往是永久性的, 但也有可能是临时性的, 每周只摆一两天摊位。有些市场逐渐被购物中心所取代, 这些中心有相当可观的占地面积, 有专门组织的交易场所, 就跟在百货商店里差不多。

2. 42. 通常, 另一单位是所有者, 经营着市场所在的营业地点。所有者可以是一个市政府或一个公司, 并且能在这些地点销售, 要求贸易商须获得许可证或者付费。在这种情况下对此类单位的建议处理办法类似于对把零售空间出租给个体零售商的百货商店(见第2. 34段和2. 35段)的处理办法, 就是说, 对市场上的个体零售商和市场所有者将按单独的统计单位来处理。与此同时, 市场上有多少个摊位就有多少个地方单位。应着重指出的是, 在农贸市场出售其农产品的农民不作为贸易单位来处理(见第1. 14段)。此类销售作为一种附属于农产品生产的活动来处理, 而这种单位被归入《国际标准产业分类》第4次修订本的01类: 农作物和畜禽类生产、狩猎及相关服务活动。

## E. 非正规部门的统计单位

2. 43. 非正规部门。非正规部门构成一种在不同的国家有不同表现方式的经济现象。其规模和重要性也可能取决于特定国家的社会结构、国家和地方经济政策以及执法工作。它可能包罗以各种不同形式经营的所有组的经济活动和家庭企业。人们在没有固定地点的情况下、或者在家庭、小店铺或作坊从事着大量非正规经济活动。非正规活动范围, 譬如讲从街头叫卖、擦皮鞋和很少需要或根本不需要本钱或技能的其他活动, 到需要一定金额的投资或某种技能水平的活动, 比如裁缝和汽车修理。非正规部门有许多个体经营企业, 他们作为自营企业家有的独自工作, 有的靠家人无报酬的帮助工作, 还有一些非正规企业家则可能雇用一些有报酬的工人。

<sup>20</sup> 详见第十五届国际劳工统计学家会议(1993年1月)通过的关于信息部门就业统计工作的决议。见: <http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。

<sup>21</sup> 成立家庭非法人市场企业的目的是为了生产货物或劳务以便在市场销售或叫卖。其中包括属于家庭个别成员或同一家庭的几个成员所有和经营的非法人企业, 以及由不同家庭的成员组成的非法人合伙企业及合作社, 条件是这些企业缺乏完整的成套账目。见《2008年国民账户体系》第4章, 题为“机构和部门”。

2. 44. 国际劳工统计学家会议根据所涉及的生产单位类型给非正规部门下定义。根据该会议给出的定义, 非正规部门的特点是由主要为有关人员产生就业和收入而从事货物与劳务生产的单位以及在国民核算体系的生产范围内经营的单位组成。<sup>20</sup> 这些单位一般以低水平的组织形式进行经营, 在作为生产要素的劳动力和资本之间很少或不加以区分, 而且生产规模很小。劳资关系(如果有这种关系的话)大多基于临时就业、亲属或个人关系及社会关系, 而不是基于有正规保障的合同安排。建议各国根据活动所在生产单位的特征而不是根据所涉个人特征或其工作特征来说明非正规部门的范围和性质。

2. 45. 非正规部门的企业。这些企业构成一个家庭非法人企业子集,<sup>21</sup> 就是说, 这种企业属于个人或家庭所有, 不构成其所有者的单独法定实体; 它们至少有部分产品供出售或在市场上以货易货; 而且, 这种企业没有完备的账目可借以将企业的生产活动与其所有者的其他活动作财务分割。所使用的固定资本和其他资本不属于相关企业, 而属于家庭成员。鉴于生产费用往往

不跟家庭支出分开，而资本设备(比如建筑物和车辆等)也可能不加区分地用于家庭用途，所以不能把此类企业作为准法人团体对待并将其划归公司部门。

2.46. 非正规部门企业定义的附加标准。除了要把纯粹为最终自用而生产的家庭企业排除在外，各国还应通过制定关于包括家庭企业的标准，进一步限定非正规部门的范围。在界定非正规部门企业的时候，应使用下列附加标准：

- (a) 规模。按雇用人数确定的非正规部门企业的规模应低于国家确定的临界点；和/或
- (b) 企业和/或其雇员不注册。不应根据国家专项立法形式(比如工商法令、税务或社会保障法律、职业集团管理条例、或者由国家立法机构确立的类似法令、法律或管理条例等)要求非正规部门的企业注册。应着重指出的是，此项标准对地方当局在有关签发贸易许可证或批准经营某种商业方面颁布的条例不适用。

2.47. 非正规部门中的生产单位现在被定义为：至少有部分生产是为了销售或叫卖目的且符合下述一项或两项标准的家庭企业，即：雇用人数的规模低于国家确定的临界点，而相关企业和/或其雇员无须依照国家专项立法形式进行注册。

2.48. 非正规部门企业组。非正规部门的企业包括下述两类：

- (a) 非正规自营企业。各国因国情不同，要么把所有自营企业视为非正规，要么只把那些无须按照专项国家立法注册的自营企业视为非正规。鉴于大多数自营企业都很小，所以在定义上不对其规模标准提任何建议。非正规自营企业可以使用没有报酬的家庭工人和雇一些临时工，但是不持续雇用工人；
- (b) 非正规雇主企业。这些企业属于雇主所有并经营，要么独自一人、要么与自家或其他家庭的成员合伙拥有和经营；这种企业持续雇用一个或多个雇员。

2.49. 从事经销行业的非正规部门企业。这些企业是在市场上从事新旧货物与劳务转卖的任何生产单位，它们具有上文第2.44段和2.45段所描述的特征。可在企业主的家里或家外进行商业活动，并且在可识别的、不可识别的经营场所或者无固定地点地从事这些活动。对于经销行业部门中的移动单位(无固定营业地点的单位，比如摊商和小贩)，如果他们是自营职业者就将其视为单独的企业；如果他们为符合企业标准的非正规雇主企业工作，就将其视为受雇者。建议：从事贸易活动的非正规部门企业包括城乡两种地区的企业。



## 第三章

### 统计单位的特征

3.1. 统计单位的特征是使用数据项目对其进行独特识别，在经销行业的特定活动领域内对其进行分类，并且描述有关其结构、业务和与其他单位的关系的方方面面。获取有关统计单位特征的信息，是有效组织统计抽样调查、在不同资料来源之间进行比较并建立联系、从而大幅减少数据收集工作重复并减轻受访者负担的前提条件。

3.2. 统计单位的主要特征包括其标识码、地点、活动种类、经营组、经济组织组、法定组织组、所有权组、规模以及人口统计特征。该清单并不是详尽无遗的，但是就国际可比性而言，这些是最重要的特征，同时也是各国的重要关切之所在。据此可以进行四种不同类型的分析：

- 地域分析，或结合与国家总计的比较，对特定经济体境内的各地区和次区域的业绩进行详细分析；
- 活动分析，其中涉及到特定活动的生产结构或商业周期，或者对所涉期或所涉期之间多种活动的相对业绩进行比较；
- 法律和所有权分析，借此可以对各种不同类型的所有权和管理制度下所表现的业绩进行比较，比如公有制企业、私有制企业和外资企业，以及经济活动和各种经济活动之间所表现的业绩；
- 规模组分析，通过指明集中和竞争程度，展示各种企业规模组及其活动和业绩，以及各种活动的不同规模结构。此类分析对于商业人口统计学研究特别重要。

#### A. 标识码

3.3. 标识码是指定给一个统计单位的一个独一无二的号码，根据其中的数码可以识别：地理位置；经济活动种类；有关单位是主要生产单位还是附属单位；它与其附属/主体机构有何联系(如果有的话)，等等。为了下述目的，给统计单位指定独特标识码是必要的：(a) 便于该单位在企业统计注册机构进行注册或将其纳入一个抽样框架；(b) 便于通过行政来源收集统计单位的信息；(c) 为统计调查提供抽样依据；以及(d) 便于对各单位人口进行人口统计分析。在有关统计单位存续期间尽管它的其他一些特征可能有所变更，但其标识码永远不得改变。与行政当局和其他政府部门共享的通用标识码非常有利于统计工作，其中包括企业统计注册机构(如果有的话)与其他注册机构之间的联系。

## B. 地点

3.4. 企业的实际营业地点、邮政地址和联系人。地点的定义是有关单位实际进行业务活动的地方，而不是与其邮政地址相对应的地方。这一特征有两个重要功能，即：一是单位的识别及其按地域的分类，愈详尽愈好；二是可将单位的经济活动分配到它实际进行这种活动的地点——如果该单位在不止一个地点营业的话。后面这个功能对于计量区域产出值(区域国内生产总值和其他经济指标)和进行区域经济分析十分重要。鉴于按地点的单位分类是国家特别关注之所在，所以任何地域分类都应当区分主要经济地区或国家行政分区——从大区域(州或省)穿越各种中间区域直至地方区域(乡镇)。

3.5. 关于邮政地址、电话和传真号码、电邮地址和联系人等细节也是重要识别变项，因为这些细节是为邮寄统计调查表、与统计单位进行书面沟通和传递有关单位活动的临时问题所必需的。有关这些变项任何变更的最新信息对于统计当局的高效率工作都至关重要。

3.6. 多机构企业的地点问题。如果一个企业只有一个机构，那么企业和机构可能会、也可能不会有一个营业地点和地址。通常企业地址用于行政目的，而机构地址则用于统计目的。建议在处理大型综合企业的时候要谨慎从事。依某项特定统计调查中报告单位的个性而定，可能要求多机构企业提供其每个机构的地点细节，也可能要求机构提供其所属企业的名称和地点。有些情况下可能有必要既与机构联系又与企业联系，因为一般来说，譬如讲，提供雇工细节的单位与提供财务细节的单位是不同的。

<sup>22</sup> 本节正文系基于《国际标准产业分类》第4次修订本。

## C. 活动种类<sup>22</sup>

3.7. 活动种类。活动种类的定义是一个单位从事的生产类型。活动种类特征是用以确定是否应把一个特定统计单位纳入经销行业统计范围的主要变项；若要纳入，它属于经销行业的哪一类活动。统计委员会第三十七届会议决定建议将《国际标准产业分类》第4次修订本重新组织成为经济活动分类的国际标准。<sup>23</sup> 根据该决定，建议通过应用《国际标准产业分类》第4次修订本<sup>24</sup>的引言中提出的分类规则来确定统计单位的活动种类。如果有些国家执行不同的国家活动分类方案，那么至少应力求在《国际标准产业分类》第4次修订本的两位数水平上(亦即在类层级)实现充分对应。

<sup>23</sup> 见《经济及社会理事会正式记录，2006年补编第4号》(E/2006/24)，第一章C节，第37/105号决定；另见<http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2006.htm>。

<sup>24</sup> <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27&Lg=1>。

3.8. 主要活动。一个单位的主要活动是对该单位附加值贡献最多的活动，或其附加值超过该单位任何其他活动附加值的活动。主要活动不一定占到一个单位附加值总额的50%以上。

3.9. 次要活动。次要活动是一个单位在主要活动之外进行的另一种活动，其产出跟主要活动一样必须适合于在单位以外交割。次要活动的附加值必定少于主要活动的附加值。大多数单位都多少从事一些次要活动。

3.10. 辅助活动。辅助活动的定义是一种生产活动，其唯一目的是生产一种或多种通用服务，以供本企业内部的中间消费。辅助活动的实例有簿记、运输、仓储、采购、促销、清洁、维护修理、保安，等等。每个单位都至少进行上述部分活动。可见，辅助活动是一个单位为了支持其主、次要活动而进行的完全或主要服务于本单位的活动。

3.11. 如果一个进行辅助活动的机构在统计上可观察，就是说，随时可以提供有关其生产的单独账户，或者，如果这个机构与其所服务的机构地理上不在同一地点的话(见第2.27段)，那么将其视为一个单独的单位并归入与其主要活动相对应的活动分类是可取的和有益的。

3.12. 按照《国际标准产业分类》第4次修订本确定统计单位活动种类的一般原则。这里建议如下原则：

- (a) 一个统计单位的活动种类取决于其主要活动的性质；在进行单位归类的时候，可以不理睬它的次要和辅助活动；
- (b) 如果该单位从事好几种独立的活动，但是单位本身不能分割成若干单独的统计单位，那么在这种情况下就应该使用“自上而下”的方法，根据《国际标准产业分类》第4次修订本的组来确定其最大附加值份额的活动种类。自上而下的方法需要首先确定适当的最高分类层级(一位数)，然后确定较低层级(两位数 and 三位数)，最后确定组(四位数)层次；
- (c) 如果不能确定相关活动的附加值，就需使用替代标准来进行分类，条件是：这些替代标准要始终一致地应用于所有相关活动。这些标准需要：
  - (i) 基于产出的替代：与每一种活动有关的该单位货物或劳务产出总值；以及属于每一种活动的产品组销售额；
  - (ii) 基于投入的替代：不同活动的工资和薪酬；不同活动的工时；以及根据有关单位从事不同活动的人员比例的各种活动中的雇工情况。

3.13. 为了确保分类决定更加统一，下文来考虑一个单位的很大一部分活动被纳入《国际标准产业分类》第4次修订本中不只一个组的两种情况。

3.14. 纵向一体化情况下的分类。一般建议应把有纵向一体化活动链的单位——亦即由同一单位连续执行不同生产阶段，并且一个生产过程的产出成为下一过程的投入，而只有最后阶段的产出或其产出大部分实际卖到市场上——同参与多种活动的人和其他形式的单位一样对待。这就意味着，应把一个有纵向一体化活动链的单位归入与该链中的主要活动(也就是采用自上而下的方法确定的附加值份额最大的活动)相对应的级别。如果不能直接根据单位本身保管的账户确定纵向一体化过程中个别步骤的附加值或替代值，那就通过与其他单位的比较(比如根据中间产品和最终产品的市价)来确定。如果仍然不



能确定不同阶段生产活动链的附加值(或其替代值)的话,即可应用纵向一体化典型形式的缺省赋值。

3.15. 横向一体化情况下的分类。如果一个单位从事横向一体化活动,也就是说,该单位使用相同的生产要素同时进行多种活动,但是又不能从统计上把这些活动分成不同的过程,或将其归属于不同的单位,或者一般性地为其提供单独的数据,而有赖于附加值或类似量度分配的规则又不适用,那么,一般情况下就应通过应用替代指标(比如产出总值)来对该单位进行分类。不过一般承认,没有一个适当的一般规则来确定最能代表这种横向一体化混合体的单一活动。鼓励各国为这种鉴别工作制定本国的规则并将其纳入数据诠释,以便在国内和国际推广应用。

3.16. 专项原则。旨在确定统计单位活动种类的一般原则还应辅以专门适用于经销行业的下述分类标准:

(a) 理想上,应根据出售的货物和提供的劳务所创造的附加值来确定统计单位的主要活动。可是实际上,往往不能获得有关个别产品或劳务附加值的信息,因而需要使用替代标准来确定主要活动(见第3.12(c)段)。为了经销行业统计的目的,建议在确定贸易单位主要活动的时候使用基于产出值的替代标准。销售毛利(即营业额与经过库存变化调整的转卖商品采购额之间的差额)是概念上贸易活动的最佳产出指标。可是由于在贸易调查中不一定能获得关于毛利的数据,所以营业额就成了居第二位的替代产出指标。应当着重指出的是,在使用营业额作为一项产出替代标准方面是有问题的,因为有些情况下,在同一类批发和零售贸易中以及在各种贸易活动之间营业额与附加值的比例可能会有所不同。例如,通常自营批发和零售贸易的附加值份额要比代理贸易的附加值份额低得多。在没有其他产出替代标准可用的情况下,应当考虑在确定各单位主要活动的时候使用像工资和薪酬之类的投入指标和单位中参与不同活动的人员比例的雇工情况;

(b) 在46类:批发贸易(汽车和摩托车除外)和47类:零售贸易(汽车和摩托车除外)中的单位分类方面何时应用自上而下的方法这个问题上,《国际标准产业分类》第4次修订本有比较明确的规定。由于类的具体子结构的缘故,还需要考虑描述不同业务类型的另外两个分类层次(见第3.24-3.37段)。在批发贸易的情况下,首先将类细分为代理贸易和自营批发贸易,而后者又进一步细分为专营和非专营批发贸易。零售贸易也以类似的方式进行分类。首先将此类细分为一套店内零售组和一套非店内零售组。店内零售又细分为专营店零售大组和非专营店零售大组。专营店大组又根据销售产品的范围进一步细分组,而非店内零售贸易又细分为经由货摊和市场的贸易及其他贸易。

3.17. 自上而下方法的应用。建议在确定一个以批发或零售贸易为主要活动的统计单位的适当分类编码方面,要遵循上文说明的业务种类标准。根据

列出的有关单位从事的活动和附加值或与其对应的其他量度，建议采取《国际标准产业分类》第4次修订本在标识码方面规定的下列步骤：

- 步骤1. 确定附加值份额最高的门类。
- 步骤2. 在门类中确定附加值最高的类。
- 步骤3. 在类中确定附加值最高的大组。

批发贸易

步骤3(a) 区分代理贸易和自营贸易。

步骤3(b) 区分专营贸易和非专营贸易。

零售贸易

步骤3(a) 区分店内和非店内零售贸易。

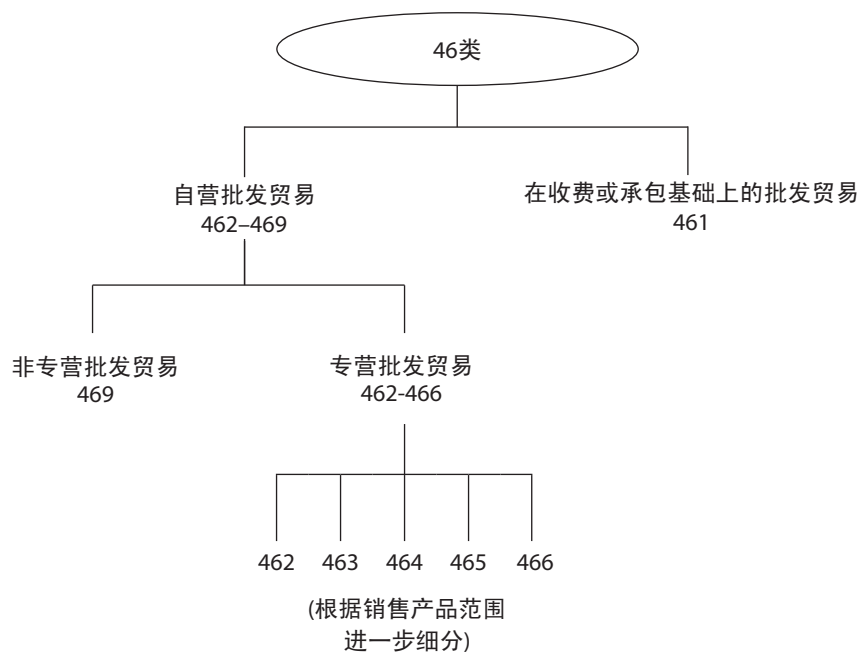
步骤3(b) 区分专营和非专营贸易(指店内零售贸易活动)。

步骤3(c) 区分经由货摊和市场的贸易与其他贸易(指零售贸易活动)。

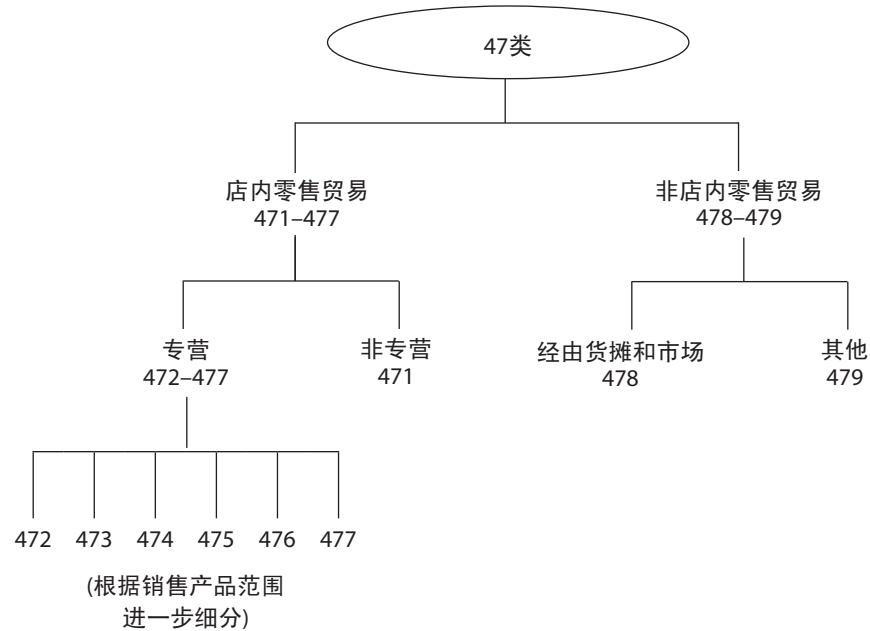
步骤4. 在这一大组内确定附加值份额最高的组。

3.18. 下文的图三.1和图三.2代表了用于一个属于《国际标准产业分类》第4次修订本46类：批发贸易(汽车和摩托车除外)和47类：零售贸易(汽车和摩托车除外)的单位分配的决策树：

图三.1  
用于一个批发贸易单位分配的决策树



图三.2  
用于一个零售贸易单位分配的决策树



3.19. 当我们在《国际标准产业分类》第4次修订本中的专营零售贸易472-477大组和《国际标准产业分类》第4次修订本中的非专营零售贸易471大组之间进行选择的时候，其结果取决于《国际标准产业分类》第4次修订本中所涉及的组数，而不在于大组层次的重要性如何。建议应用下述规则来确定这种选择(类似的考虑也适用于专营和非专营批发贸易活动)：

- (a) 如果销售的产品最多涉及到《国际标准产业分类》第4次修订本中的四个组，即472-477大组，而其中没有一个(组)占到50%以上的附加值份额、但各自代表5%以上附加值的话，就依然涉及到一种专营贸易。那就有必要仅根据附加值来确定各类活动的聚焦点。通过选择主要大组、然后选择该大组中的组，可以确定主要活动的分配；
- (b) 如果销售的产品涉及到472-477大组中的五个或以上组，而其中每个大组代表5%或以上的附加值、但是没有一类能够占到50%或以上附加值份额的话，应将该单位归类为非专营店，并予以分配471大组。如果食品、饮料和烟草至少占到35%的附加值，将按照《国际标准产业分类》第4次修订本予以分配4711组。在所有其他情况下应予以分配4712组。

- (c) 以上分配规则永远基于单位的零售活动。如果除了它的零售贸易之外，一个单位还有次要活动也提供劳务或生产商品，那就仅根据零售活动的成分来确定将47类中的适当组分配给该单位，也就是说，上文讲的5%规则仅适用于该单位所有零售活动的5%附加值，而不是该单位所有活动的5%附加值。

3.20. 附件三提供了一份关于如何调整自上而下的方法，以使之适合于《国际标准产业分类》第4次修订本中46和47类的特定子结构。

3.21. 单位分类中的变化。单位可以立即或在一定阶段内逐渐改变其主要活动。主要活动可在一年之内从一个统计阶段变为下一阶段，既可因为季节因素，又可因为旨在改变产出方式的管理决定。在每一种情况下都会相当突然地改变活动的平衡。产出或销售的方式也有可能数年之内逐渐发生改变。虽然所有这些情况都需要改变有关单位的分类，但是变化太频繁就会扭曲统计数据，以至于非常难以做出解释。

3.22. 建议各国要避免频繁改变单位分类，并鼓励制订稳定规则。若没有这方面的规则，仅仅作为统计对象的商业人口就会在经济人口统计上发生明显变化。建议的操作规程是：次要活动必须在超过单位分类所属的活动两年以后方可改变分类。同样，如果一个单位兼营多种近乎均衡的活动，而冒险对主要活动做出改变，那就应该在确定主要活动时考虑到最近两三年来各项活动的比例。

3.23. 为了统计调查的目的，建议各国要求单位分类的变更每年不得超过一次，要么按固定日期，要么以可提供的信息为准。更频繁的变更会导致短期(月度和季度)统计数据与长期统计数据有出入。

#### D. 业务类型

3.24. 业务类型，按惯例系指批发零售贸易的不同组织方法(方式)，用以界定《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的活动大组和组。该项目无论从国家观点还是从国际观点来讲都十分重要，可用于监测批发和零售贸易的业务结构动态。

3.25. 批发贸易的业务类型。批发贸易单位可以按照《国际标准产业分类》第4次修订本46类中不同大组间的单位分类原则划分为如下几类：

- (a) 自营批发贸易：购买货物(因而对其拥有法定所有权)并自行销售这些货物的批发商(《国际标准产业分类》第4次修订本462-466和469大组)。自营批发贸易又进一步细分为两组：
- (i) 专营批发贸易(462-466大组)；
  - (ii) 非专营批发贸易(469大组)；
- (b) 代理贸易：主要受人委托购买并向他人出售货物的代理人和经纪人(461大组)。

3.26. 对于自行购买和销售货物、同时又作为他人的代理人或经纪人行事的批发单位，只要其批发贸易的毛利大于代理业务收益(代理人的收益)，就建议将其归类为自营批发商(见上文第3.25(a)段)。同样的方法(即以毛利份额较大为准)也适用于从事批发和零售的单位按业务类型进行的分类，因为大型零售商的发展使得批发和零售业务的现行定义相当宽泛，因而操作难度较大。

3.27. 专营和非专营批发贸易。就性质而言，既有特定商品/产品的批发，也有一般性的批发。在后一种情况下，它们通常叫做非专营批发贸易。

3.28. 零售贸易的业务类型。按照《国际标准产业分类》第4次修订本47类中给出的定义，零售贸易包括从事不加改造地主要向终端消费者销售新旧货物的单位。从组织上可以区分两类零售贸易：店内零售和非店内零售。这两类零售基本上是国际可比的，并且说明了各国零售部门的单位是如何经营的。建议确定下列零售贸易业务组：

- (a) 店内零售贸易(471-477大组)：
  - (i) 专营店(472-477大组)；
  - (ii) 非专营店(471大组)；
    - 大多为食品店；
    - 其他；
- (b) 非店内零售贸易：
  - (i) 经由货摊或市场的零售贸易(478大组)；
  - (ii) 其他。

3.29. 店内零售商在固定的销售地点如店铺、百货商店、超市等经营其业务，力图从选址和设计上吸引较多的顾客进店购物。他们有广泛的商品展示，并且经常利用传媒广告招揽顾客。

3.30. 非店内零售商也是为大众服务，但其零售方法不同。这些方法包括沿街移动货摊或在固定市场上摆摊销售，顾客不用进到卖货的店铺。这一组活动还包括通过自动售货机销售以及通过纸质和电子商品目录、挨门逐户兜售、进门演示、直销(即燃料、报纸等直接交付给顾客住家)等方法零售任何产品。

3.31. 从事电子商务的单位。完全通过因特网销售商品和提供服务的商业单位正在创造一种新型交付产品的模式。许多国家把这种交易叫做电子商务，其定义是主要通过电子途径达成的交易。不过，纯粹通过因特网销售货物和提供劳务的独立单位正在愈来愈多地涌现。虽然电子商务同样适用于所有主要经济活动，但是随着计算机和因特网的广泛应用，这种商务活动尤其在批发和零售贸易中大规模扩展。

3.32. 电子商务的定义。目前电子商务有两个定义在使用：<sup>25</sup> 即广义的和狭义的(见下文框注三.1)。二者之间的唯一差异，基于所包含的信息流的方式。广义的定义除了因特网的转让途径之外，还接受通过其他计算机媒体网络——比如电话系统、电子数据互换业务(EDI)和小型电传(Minitel)——的转让。就《2008年经销统计建议》而言，这两种定义均可接受。按照广义的电子商务定义，此类业务范围比较接近4791组的整体范围：即经由邮购公司和经由因特网的零售，其中不仅包括主要通过因特网销售的单位，而且包括邮购公司(见第3.34-3.35段)。

<sup>25</sup> 这两种定义均获得经济合作与发展组织(经合组织)成员国的通过。详见：[http://www.oecd.org/document/22/0,3343,en\\_2649\\_34449\\_34508886\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/22/0,3343,en_2649_34449_34508886_1_1_1_1,00.html)。

#### 框注三.1

##### 电子商务的定义

**广义定义：**电子交易是不论企业、住户、个人、政府还是其他公共或私人组织之间通过计算机媒体网络进行的货物或劳务销售或购买。货物与劳务通过这种网络订购，但是货物或劳务的付款及最终交付可以在线进行亦可离线进行。电子商务包括通过用于自动交易的任何联机应用软件——诸如因特网应用软件、电子数据互换(EDI)、小型电传，<sup>a</sup>以及交互式电话系统等——接收或提出订单。

**狭义定义：**电子交易是不论企业、住户、个人、政府或其他公共还是私人组织之间通过计算机媒体网络进行的货物或劳务销售或购买。货物与劳务通过这种网络订购，但是货物或劳务的付款及最终交付可以在线进行亦可离线进行。电子商务包括通过用于自动交易的任何因特网应用软件——比如网页、外联网(Extranets)以及通过因特网运行的其他元件，比如因特网电子数据互换或因特网小型电传——或通过任何其他基于网络的应用接受或提出订单，而不论如何访问网络(比如通过移动式装置或V装置等)。但不包括通过电话、传真或常规电子邮件接收或提出的订单。

<sup>a</sup> 小型电传是1982年在法国开通的一种可通过电话线路使用的可视图文业务。

3.33. 对于许多单位来说，电子商务只是多种多样的销售交易手段之一。建议按活动进行此种单位分类的规则不变：采用自上而下的方法将其归入主要活动所属的产业组。完全通过因特网提供劳务的单位也应归入其主要活动所属的产业组。因此会发现，从事电子商务的单位可能在《国际标准产业分类》的任何产业中都有。应着重指出的是，这一规则的唯一例外是完全或主要通过因特网进行销售活动的零售贸易单位。它们被归入产业479大组：商店、货摊和市场以外的零售贸易，属于4791组。在《国际标准产业分类》第4次修订本的现行结构中没有反映批发贸易中的电子商务(主要是商业对商业的电子商务)，因为该结构是按产品分类的。

3.34. 其他远程销售单位：邮购。邮购是一种远程销售形式，其中，买方通过某种远程方法(比如打电话)就所要购买的产品向商家提出订货单。可以通过邮购商品目录、无线电或电视广播进行产品广告宣传。通过邮寄向顾客发货。通常都是把货物直接发送到顾客提供的地址(比如家庭住址)，但偶尔订商也可能要求把货送至附近的零售地点，待顾客提取。有些商家还允许把货物直接发送给第三方客户，它们构成一种有效的手段，可将礼品送达城镇以外的接收方。

3.35. 可是近来，大多数传统邮购公司也在网上销售了。公司的网站现已成为借以收集邮购订单的较有用手段，在这种情况下就很难区分电子商务销售和邮购销售了。因此，《国际标准产业分类》第4次修订本把这两种销售活动归入一个组，即4791组：经由邮购公司或经由因特网的零售。建议各国应用自上而下的方法，对邮购交易和相关单位进行适当分类与记录。

3.36. 店内零售的进一步细分。自上而下方法的实施需要补充收集有关零售活动的另外两部分详细数据。建议进一步细分店内零售和非店内零售方法。在店内零售类，建议区分专营店和非专营店。要对照销售货物根据组号进行区分(见附件三中的实例)。此外，对于非专营零售商还要区分主要销售食品和主要销售其他项目商品的零售商。如有必要或者有用户要求，可以谋求收集有关店内零售商组的更详细统计数据。可以进一步区分零售商组：零售联营、百货商店和其他。

3.37. 非店内零售的进一步细分。非店内零售商的业务种类也因商品交易和发货方法不同而异。鉴于几乎每个国家的电子商务和其他形式的邮购贸易都在扩展，因此建议只要适当应尽可能对其加以区分，单独处理。

## E. 经济组织类型

3.38. 企业和机构是各国进行商业调查的主要统计单位。鉴别“经济组织类型”特征的目的在于指明有关机构究竟是拥有直接所有权的企业的唯一机构，还是一个多机构企业的组成部分。如果需要有关经济结构的进一步细节，那么可以根据最适合每个国家的构成机构数来划分多机构企业的组。

3.39. 一个经济组织内各种实体间的联系。为了准确计量一个经济体内的生产和所有其他货物、劳务及资本流量，建议应明确界定个别实体与任何母公司实体之间的联系。更重要的是，这些联系对于有效的抽样设计具有根本意义，因为一次调查可能致力于收集通常可在机构获取的有关附加值、雇工和生产方面的统计数据；另一次调查则可能集中收集出自合并财务报表的数据，而这些报表是在企业层级汇编的。

## F. 法定组织类型和所有权组

3.40. 法定组织。法定组织类型是另一重要特征，也是在统计调查中进行单位分层的一项可能的标准。法定组织类型是拥有单位(企业或机构)所有权的经济实体的法定形式。建议按法定组织类型进行的单位分类起码要区分两种主要类型，即：公司单位和非公司单位。下述进一步细分也可能令人关注，就是把公司单位分为：除有限合伙企业和合作社以外的法人企业(公司)、有限合伙企业和合作社以及非营利机构；同时把非公司单位分为独资企业和不被确认为独立法定实体的合伙企业。就此而言：

(a) 法人企业包括：

- (i) 公司：为了生产供市场所需货物与劳务而组建的法定实体；公司可能是其所有者的利润或其他财务收益的来源，属于股东们集体所有，股东有权任命负责公司总体管理的董事；
- (ii) 其他法人实体：以营利为目的为生产市场所需货物与劳务而创立但以下述其他形式组成的法定实体：
  - 合作社：为生产和营销集体产出品而由生产者成立的企业，每个所有者对其享有同等股份的所有权；
  - 有限责任合伙企业：这些企业的合伙人既是所有者又是管理者，且负有法律限定的责任；
  - 非营利机构：为生产货物与劳务的目的而成立的法定实体，但是其利润不能成为其所有者单位的收入来源；

(b) 非法人企业是为生产货物或劳务而成立的单位，但它们不构成独立于其所有者之外的法定实体。它们可能包括作为一般政府组成部分的公共机构或独资企业和属于住户所有的合伙企业。有些非法人企业也许在很大程度上像公司一样运作，如果它们保管有包括资产负债表在内的完整成套账目，即可将此种实体作为准法人团体对待。

3.41. 非营利机构(NPIs)。建议只把那些作为市场生产者(即以具有经济意义的价格出售其大部分产出品生产者)并且促进和服务于经销行业单位利益的非营利机构纳入《2008年经销统计建议》的范围。这些单位主要包括贸易协会或商业雇主组织。为经销行业的企业服务的非营利机构从事彼此有利或者对管理和资助它们的单位集团有利的活动。这些非营利机构通常由来自相关单位集团的缴款或认捐来提供经费。这种缴款不作为资金转让处理，而是作为对提供服务的付款处理。

3.42. 准法人团体。有些国家可能希望把具有准法人团体特征的非公司单位区别开来(见第3.40(b)段)。发明准法人团体这一概念背后的动机是把那些从事商业活动，有足够自制力，独立于其所有者，并且运作方式跟公司一样的非公司单位同它们的所有者分开来。为了使准法人团体能够被确认为独立单位，它们必须保有包括资产负债表在内的完备的成套账目，或者有资格建立此种账目。不过经验表明，在某些情况下区分属于住户所拥有的准法人团体可能非常困难。

3.43. 按照法定形式进行单位分类的国家意义可能会大于国际意义；因此建议，要根据每个国家所采纳的法定形式或组来制定分类法。

3.44. 所有制类型。建议除了法定组织类型之外，要考虑到把主要所有制类型——即单位私有制和各种形式的单位公有制——作为有益的选择特征。私有制单位和公有制单位的区分标准，取决于机构所属的企业所有权是由公共当局掌握还是由私方掌握。公有单位是由政府单位所有或控制的单位。对比之



下，私有单位就是由私方所有或控制的单位。公共当局或私方如果拥有一个特定单位股份或其他参与投资形式的全部或大部，就被认为是该单位的所有者。对一个单位的控制权包括能够通过(在必要时)选定适当的董事会成员来决定该单位的政策。

3.45. 公有制和私有制的分类。公有制单位可以进一步细分为每个国家现有的公有权组，通常分为中央政府所有权、州或省政府所有权，以及地方当局所有权。在私有制单位的团体范畴内，所有制亦可进一步细分为属于国民所有的单位和属于外国控制的单位。

3.46. 按照法定组织类型和所有制类型的交叉分类。下文分别列出按照法定组织类型和所有制类型进行交叉分类的简化形式：

除有限责任合伙企业和合作社以外的法人企业

公有制企业

属于中央政府所有

属于州政府所有

属于地方政府所有

国民私有企业

外国控制的企业

合作社和有限责任合伙企业

公有制企业

属于中央政府所有

属于州政府所有

属于地方政府所有

国民私有企业

外国控制的企业

非营利机构

公有制单位

属于中央政府所有

属于州政府所有

属于地方政府所有

国民私有单位

外国控制的单位

非法人企业

## G. 规模

3.47. 统计单位的规模量度是一个重要分层特征，是实施样本设计和计算交税前收入所不可或缺的，它提供了特定活动结构的一项指标。一般来讲，统计单位的规模组可以按实体单位(比如雇工人数)、或货币单位(比如营业额)、或净资产额来界定。货币标准可以单独使用，也可以结合雇工标准使用。营业面积可以作为按规模进行零售贸易单位分类的一项具体标准来使用。

3.48. 基于雇工人数的规模量度。建议根据雇工人数来界定单位规模，因为这种方法简单、通用、有用、且具有国际可比性。在大多数国家，雇工数据都比较容易获取(包括小单位的雇工数据)，而无需额外统计计算和调整。

3.49. 雇工组应按照平均雇用人数来计量。如果算不出平均雇用人数，可以把一个特定时期的总雇用人数当作规模标准。建议采用基于雇工人数的下述经销行业单位规模分类：1人、2-9人、10-19人、20-49人、50-249人，以及250人及以上。

3.50. 为了保持数据的国际可比性，鼓励各国尽可能遵循前段概述的分类方法。如果有必要的话，可以根据不同国情组合大的规模组或者反过来在此分类中使大的规模组变得更详细些。不过应该承认，在国家一级还是可能存在行政、组织、或法律因素造成的差异。另外，各种各样的雇工类型——尤其是小零售单位雇用非专职、无报酬的家庭工人，也有可能使得基于规模的分类复杂化。

3.51. 也可以把专职当量(FTE)的雇工方式当作按规模对统计单位进行分类的一个标准。使用这种量度可以较为准确地进行雇工计量，避免兼职人群带来的问题。然而，专职当量这一概念的应用未必能够使得数据真的具有可比性，因为此种量度可能在不同的国家差异很大。况且，在一些国家也许不可能用专职当量这个量度来计算雇工情况，因为需要有关于工时的相当详细的数据才行。

3.52. 基于营业额的规模。对某些组的调查或分析来说，计量特定单位规模的其他手段可能是国家关切事项。统计单位的营业额就是这样一种其他手段。营业额作为一项重要的会计指标可以通过统计(调查)来源，亦可通过行政(财政或税收记录)来源获得。可是和涉及货币价值的任何其他规模的标准一样，营业额这个标准在适用国际比较方面有其局限性，因为存在着有关转换成通用货币的问题。营业额的确切定义和覆盖面也成问题，尤其对从事贸易活动的单位来说更是如此。譬如讲，在合同基础上工作的批发代理人的营业额完全由佣金构成，而零售商的营业额要包括终端消费者支付的全部价值，其中包括为转卖目的而购进货物的价值。

3.53. 基于销售空间的规模。还有可能根据销售空间或/和展销来推断空间零售贸易单位的规模特征。销售空间可以用作零售贸易单位分类的一个分层变量，其中大多可以叫做“商店”或“直销店”。不过，由于销售空间组不统

一，且各国做法也不尽相同，所以应结合各国情况来界定本章和第五章“业绩指标”（见第5.26段）中所指销售空间的具体组。

## H. 人口统计特征

3.54. 人口统计特征可以提供关于特定单位经济活动期的信息，包括开业和停止活动的日期。从近来贸易部门经济单位的创建(出生)/停业(死亡)的动态情况来看，人口统计特征在鉴别各单位作为统计调查目标人口方面发挥了重要作用。另外，在能够定期获得有关贸易单位人口统计数据的情况下，这些数据可以提供关于新增单位的创造率、单位的存续概率，以及《国际标准产业分类》中各种组之间在单位动态方面差异的有用信息。可以借助这些指标来分析人口趋势。

3.55. 暂时歇业(休眠)单位。原则上，在工商企业注册机构的案卷或区域抽样框架中应该保存有各单位获得正式承认的日期(即单位出生或其他创建日期)。可是由于对撤销或停止活动的单位或者想要在无限期歇业后恢复经营活动的单位进行登记的行政程序十分迟缓，可能在获得有关单位实际停止活动日期(或期间)的信息方面存在较大的困难。因此，在一个单位的开业日期和停业日期之间也许存在一个不活动阶段，其间该单位被认为暂时歇业(或休眠)。也可以从行政来源(比如财政或司法当局、社会治安管理或类似来源、或通过人口普查间的调查更新区域抽样框架)获取有关单位出生与死亡的信息，而各种统计调查可以探知单位状况，亦即有关单位是否仍在运营，是否暂时歇业(休眠)，抑或已经停止了活动。

3.56. 商业人口统计数据。广大用户对生成具有国际可比性的关于统计单位商业人口学统计数据的需求日益增长。这些统计数据的关键事件是单位的出生与死亡；不过，在确定一个统计单位是否跨阶段幸存的时候，诸如单位拆散、分拆、兼并、接收之类的其他事件也事关重大。工商人口统计数据一般把企业当作统计单位，而把工商注册机构当作有关人口统计事件的首选信息来源。但是应该承认，许多国家由于缺少最新的工商企业注册数据而使得工商人口统计数据的国际可比性受到制约。各国可以参考欧洲共同体统计局-经合组织2007年出版的《工商人口统计手册》，<sup>26</sup> 以便在这一统计领域寻求理论和实践指导。

<sup>26</sup> 《欧共体统计局方法论和工作文件》(欧洲共同体官方出版局，卢森堡，2007年)，见：[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1073,46587259&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&p\\_product\\_code=KS-RA-07-010](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=KS-RA-07-010)。

## I. 运营期

3.57. 这一特征表明一个贸易单位在所涉期间一直在运营。寻求下列备选项下的信息是有用的，即：(a) 自(日期)以来在运营；(b) 暂时或季节性歇业；(c) 从(日期)起停止运营；以及(d) 出卖或出租给另一个经营者(新经营者姓名)。该特征除了提供关于该单位活动状况(在营业或暂时歇业)的信息

之外，还有助于对受到季节因素影响的统计单位提交的退货以及在所涉期间开始或停止营业的统计单位提交的退货做出解释。



## 第四章

### 数据项目及其定义

4.1. 本章提出关于建议汇编和传播的经销行业统计数据项目的简要定义，以及从基本体系派生出的各种附加数据项目的定义。对某些经济体来说，有些数据项目也许不存在或者不太重要。鼓励统计数据编制者使用数据项目清单作为参考，以便根据他们自己的统计工作情况、受访者负担和可用的资源拟定一份项目清单，并且在确定了清单所列的数据项目之后，始终一致地使用这里提出的各项定义。

4.2. 附件一提出了供经销行业统计使用的数据项目清单。它是由联合国统计司编制的，目的在于为各国提供一个用于构建其经销行业统计方案的工具，其中包括编拟统计调查表和其他数据收集工具。该清单可用于编制针对任何产业的清单，从而确保各种活动、组规模、地理区域和不同所有制安排在概念和定义上的协调一致。

#### A. 了解商业会计与基本经济统计之间的联系

4.3. 工商企业保管的交易记录是通过统计调查收集的基本经济统计数据的主要来源。因此就需要在使用适当术语设计调查问卷的时候，了解在商业会计和基本经济统计中使用的概念之间有何联系。主要有两方面的原因：<sup>27</sup>

- 调查表中使用的术语必须为商业会计人员所熟悉；
- 为了把从商业记录中收集的数据转换成可用于基本经济统计的经济数据，就必须了解商业会计工作。

4.4. 在基本经济统计中，生产成本记录必须涵盖特定会计期内生产所使用的一切货物和劳务费用。在商业会计中，这些费用可能涉及到各种不同的会计科目，这要取决于各国的商业会计传统。在一些国家，收益和费用是记录在一起的，而在另外一些国家，它们被分别记入三个不同的科目：(a) 生产(在经销行业就是分销和销售)；(b) 一般管理(企业管理费、广告费、收入分配，等等)；以及(c) 其他收益和其他支出。另外还有必要知道，大多数情况下其他经营收益(包括各种次要收入，比如建筑物租金收入，以及在商业统计中记为产出和中间消费的杂项劳务收费)在商业会计中记录为净收益(亦即应计收入扣除发生的费用)。

<sup>27</sup> 《商业会计与国民会计之间的联系：国民会计手册》，方法研究，第76辑(联合国出版物，出售品编号：E.00.XVII.13)。

## 1. 业务术语上的差异

4.5. 各国之间可能在商业会计中使用的业务术语方面大不相同。举例来讲，在大不列颠及北爱尔兰联合王国和其他许多欧洲国家，“营业额” (turnover) 一词是指总销售额；而对经济合作与发展组织(经合组织)来说，<sup>28</sup> “营业额”是指总销售额和其他一些收入的总和，但不包括来自房地产租金、赠款和礼品之类的收入。然而在美利坚合众国的《普遍接受的会计准则》(GAAP)中，“turnover”这个词则是指一笔资产在一个财务期间被重置的次数，并且往往是在存货周转率或应收账款周转率的背景下使用的。在证券领域，不论对有价值证券还是对证券交易而言，“turnover”都是指特定期间作为总股份百分比的交易股票数量。

<sup>28</sup> 见《服务产品指数汇编手册》(经济合作与发展组织, 巴黎, 2007年), 见: [http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en\\_2649\\_34257\\_1\\_119669\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html)。

4.6. “营业费用”(Operating expense)是另一个术语实例，其含义取决于使用它的国家。在联合王国，“营业费用”仅限于随产品数量而变的成本——比如原材料和购买部件的成本。而在美国和加拿大，营业费用则是指非制造、非盘存成本，比如销售、广告和管理费用。这就是说，制造成本不属于营业费用。

## 2. 商业会计规则的差异

4.7. 许多国家的商业会计原则可能是一样的，但是会计规则却不尽相同。这些规则影响到为了使企业往来账户数据适用于基本经济统计所需要的调整。举例来讲：

- (a) 有些国家的规则要求会计师把各项支出记入费用账软件(内部开发或购买)，而别的国家则允许把同样的支出资本化。在不允许支出资本化的国家，需要把各项费用归为产出，然后按资本形成总值处理；
- (b) 在大多数国家的商业会计中，把净资产估值为扣除折旧的历史资本形成总值(基于历史价值)。因此不能通过扣除两个相邻阶段的资产价值来推导出资本形成总值，因为商业统计中的资产须按照经济会计标准在重置成本基础上进行估值。

## B. 各种数据项目的定义

### 1. 人口统计

- (a) 统计单位的特征

4.8. 可以使用不同的标准和变量对从事经销行业活动的统计单位进行鉴别和分类(详见第三章)。除了财务和生产数据之外，每次统计调查的目标还在于收集与统计单位本身有关的详尽信息，并为此询问其地点、营运期、所有制和经济组织类型、活动组、业务组、规模，等等。

4.9. 一般来讲，本标题下所包含的大部分数据项目都是为制定数据交叉列表。应着重指出的是，在多机构企业的情况下，这些项目当中有些更适合于这样一些贸易企业，其相关单位(机构、地方单位等)是企业的一个组成部分，

并且根据统计调查运作设计中如何处理有关问题而定，可以在企业层次收集这些数据项目，以便日后分配给支持它的统计单位。

(b) 统计单位数

企业数(项目1.10)

4. 10. 这个指标是指在经销行业部门运营中企业数量。暂时歇业(休眠)的单位应排除在外。这方面的统计应包括至少在部分所涉期间运营中的所有单位。**在本建议中，单位人口的定义是：主要从事贸易活动的所有单位，亦即属于《国际标准产业分类》第4次修订本门类G：批发和零售；汽车和摩托车修理的那些单位。**

4. 11. 由于贸易企业规模和组织结构差异的缘故，此项目又进一步细分为如下两类企业：

(a) 综合企业(项目1.10.1)。综合企业(亦称“多机构企业”)是由不止一个机构构成的企业。一个综合企业的个体机构一般从事各种不同的经济活动，属于《国际标准产业分类》的不同组，但是它们也有可能从事同样的活动；

(b) 单一机构企业(项目1.10.2)。反之，单一机构企业就是只有一个机构的企业。

机构数量(项目1.10.1.1)

4. 12. 此项目是指在所涉期间营运的经销行业部门机构数量。即使没有雇用有偿雇员的机构也必须算在内。这个统计项目应包括在工商企业统计注册或区域抽样框架中登记为相关人口(见第4. 10段)的至少在部分所涉期间处于运营状态的所有机构。

4. 13. 在大多数中小型工商企业的情况下，企业数和机构数可能是一样的。因此，机构总数相当于多机构企业中的机构数(项目1. 10. 1. 1)和单一机构企业数(项目1. 10. 2)的总和。

4. 14. 在抽样基础上清点小型和微型机构的情况下，关于这种有经济活动力的机构总人口的数据应按照(抽样部分的)样本中所包含的机构数的总和来报告。

## 2. 雇工情况<sup>29</sup>

(a) 雇用人数

4. 15. 建议收集关于下列多种组雇用人员的雇工数据，在资源允许的情况下每类人员按性别分列。还鼓励各国收集国家所关注的其他特征，比如根据法律和本国惯例，兼职、专职和季节工之间的差别。建议一些国家，具体讲就是那些调查频率最高为年度调查的国家，要通过要求按季度、甚至按月提供雇工数据，来捕捉贸易中的季节要素。

<sup>29</sup> 关于就业状况，见第十五届国际劳工统计学家会议通过的《国际就业状况分类》(《就业状况分类》)(1993年1月)，见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。



## 雇工总数(项目2.1)

4.16. 雇用人数的定义是在统计单位或者为统计单位工作的个人总数，而不论专职还是兼职，其中包括：

- 自营业主；
- 在业的企业合伙人；
- 无报酬家庭工人；
- 在其所属单位以外工作的个人(比如销售代表、发货人员、维修团队等)，条件是它们定期从该单位领工资；
- 法人企业中有工资的经理和有工资的董事；
- 短期告假的个人(病假、年假或假期)；
- 特别带薪告假的个人(脱产教育或培训，孕产假或育儿假)；
- 参加罢工者；
- 工资单上的兼职人员；
- 工资单上的季节工；
- 工资单上的学徒工；
- 工资单上的外包工，按其实际工作付酬。

4.17. 雇工总数中不包括：

- 只在参加会议时有报酬的法人企业的董事和股东委员会成员；
- 由其他单位提供和付酬的劳工(通过承包商付酬的合同工人；代表其他单位驻在有关单位执行维修工作的个人)；
- 无限期告假的个人；
- 休假的军人；
- 享受养老金的人；
- 由分包商付酬的外包工。

## 自营业主(项目2.1.1)

4.18. 其中包括积极参与机构工作的业主个人及合伙人，但不包括不表示意见或未参与机构活动、在机构以外从事其主要活动的合伙人。这一组对以持有股本代表所有权的任何法人或类似企业不适用。

## 无报酬家庭工人(项目2.1.2)

4.19. 无报酬家庭工人的定义是居住在拥有企业的业主的同一住户中并且在没有定期报酬(亦即没有议定的工作报酬)的情况下在相关机构中工作或者为该单位工作的所有人，而不管他们在特定所涉期间的工时数多少。如果尤其对年轻人来说按惯例无报酬地为一个由一位不住在同一住户的亲戚经营的经济企业工作，那么“居住在同一住户”这项要求可以免除。领取工作报

酬的家庭工人应归为雇员。如果国家因特定缘由倾向于确定受雇者归入无报酬家庭工人组的最低时限标准，应确定工作时间少于规定时限的工人并将其单独归类。

#### 雇员(项目2.1.3)

4.20. 这一组包括在机构工作或为其工作的所有人，他们与该单位签订了雇用合同并定期领取现金或实物报酬。通常根据工作时间或工作量等其他客观指标来计算报酬。支付报酬的形式一般有：工资、薪金、酬金、退职金、计件付酬、或实物报酬(项目3.1)。

4.21. 如果在机构和个人之间正式或非正式达成书面或口头协议，就存在着雇主与雇员的关系；此种协议通常是双方自愿达成的，个人据此为企业工作，以获取现金或实物回报。

4.22. “雇员”这一组意在包括除自营业主和无报酬家庭工人之外参与机构经济活动的所有人。它还包括由相关单位付酬并在其管理下工作的外包工。在单位主要活动之外参与附属活动的雇员也包括在内。

4.23. 凡参与机构销售货物和相关活动的一切有报酬工人均应被视为雇员。在单位主要活动之外参与附属活动的雇员和从事货车驾驶、维护和修理等工作的个人也应包括在内。应属于雇员之列的还有正式承诺为单位生产过程做贡献以回报其所得报酬和/或其所受教育的学生。

#### 雇员人数的细分

4.24. 经销行业单位一般在工时方面实行非标准时间(24小时，7/11或整个周末)，这可能迫使这些单位雇用专职合同工或兼职合同工。这种现象或许对该部门相当重要，并且对按季调整的数据计算有影响。

4.25. 鼓励各国确定其经济体内各类雇员的进一步细分。为此单独编制统计数据是必要的也是可能的。可以参考现行工时安排<sup>30</sup>中规定的工时长度确定一种雇员细分。工时安排涉及到已在法律法规、集体劳资协议、仲裁裁决或雇用合同中规定的安排；或者由机构或社区规则或惯例来确定的安排；或者由个体自营职业者根据合同义务、工作要求、或个人和家庭偏好确定的安排。

4.26. 在特定国家，工时长度可能因不同的有偿雇工大组而异，这取决于不同的工时安排。工时数是从事有偿就业工作的个人在所涉期间为促进贸易业务生产工作活动花费的时间。个人在有偿就业工作中的个别工时安排可能在每日或每周工作时间长短、每周工作天数多少、非全年工(part-year work)等方面表现出一系列差异。

4.27. 分开提供有关不同工时安排的雇员——比如专职雇员和兼职雇员——的统计数据对于某些类型的就业分析来说很有用。由于各国在专职和兼职的工作时间方面沿袭不同的惯例，所以不可能摸清专职和兼职雇员之间存在

<sup>30</sup> 见第十届国际劳工统计学家会议通过的关于工时统计的决议(1962年10月11日)，见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。

的确切国际差异。不过这里建议，如果资源条件允许而且国家十分关注的话，可以把项目2.1.3(雇员)这部分统计数据分成三个组来提供，即：专职雇员；兼职雇员；及专职当量的雇员。所有这三类数字均应参照实际工作时数进行计算(项目2.5)。

#### 专职雇员人数(部分项目2.1.3)

4.28. 这是参照支付报酬所依据的每日/周/月工作时数计算的雇员人数的一个分类。专职雇员是工作时间相当于按周、按月或按年的标准工时的个人。标准工时是从事有偿就业工作的个人按照法律法规、集体劳资协议或仲裁书的具体规定在所涉期间花在工作活动上的时间。

#### 兼职雇员人数(部分项目2.1.3)

4.29. 兼职雇员是工时数少于专职雇员标准工时的个人。这一组涵盖所有形式的兼职(半日工，每周工作一天、两天、或三天，等等)。兼职雇员和间歇/季节性雇员(他们也许做专职，但只是固定的短期工作，比如临时工、电影摄制组成员，等等)不应混淆。

#### 专职当量的雇员数(部分项目2.1.3)

4.30. 可在所有兼职雇员的总工作时数基础上将其转换成专职当量的雇员数。这种转换应参照有关单位专职雇员的标准工时执行，同时要考虑到工作的时数、天数、周数或月数。“专职当量的雇员数”的定义是一个单位的总工时数除以一个专职雇员的(每年、每季、每月或每周)平均工作时数所得的商数。这种转换便于只能按照专职当量的雇员数估计雇工情况的国家之间进行国际比较。鉴于按活动种类、雇员组等专职雇用的时间长度不等，所以建议尽可能详细的计算这种转换。

#### 工资单上的外包工(部分项目2.1.3)

4.31. 各国也许会发现提供有关经销行业部门其他就业安排方面的统计数据(比如关于工作或就业地点的统计数据)是有益的。外包工的定义，是指同意按照与某一特定贸易企业事先安排或签订的合同为企业工作或者为它提供一定数量的货物或劳务的个人，但其工作地点并不在构成该企业的任何机构。只有根据完成的工作量，亦即按照投入某种生产过程的劳动量，直接或间接得到报酬的外包工才属于这一类，而不管这种产出的价值高低或相关生产过程的获利能力大小。人们认为此类雇工对贸易单位的重要性较小，但外包工可能从事一些对商品进行小批量再包装、组装等方面的工作。

4.32. 不包括由分包商付酬的外包工；在外包工方面支付给分包商的款额按“除租金以外的劳务采购”处理(项目4.4.1.2.1)。

4.33. 工资单上的外包工应按单一所涉期付酬。如果外包工人数很多且经常波动，收集为雇员统计规定的各个调查期的平均数也是有益的。

#### 从事研发的雇员(项目2.1.3.1.1)

4.34. 在《2008年国民账户体系》中把研究和实验开发确认为一种资产。本建议采纳了《弗拉斯卡蒂手册：拟议的研究和实验开发调查标准做法》<sup>31</sup>中给出的研发定义。根据该《手册》(第63段)：“研究和实验开发(研发)系由旨在增加包括人类、文化和社会知识在内的知识存量而在系统化基础上进行的创造性工作以及运用这种知识存量发明的新的应用所构成。”如果研发工作是自营生产的，那么它代表了生产成本，应将其估计为包括劳动力投入在内的各项投入成本的总和。

<sup>31</sup> 经济合作与发展组织，巴黎，2002年。

4.35. 此项目包括直接从事研发的所有雇员，以及提供直接服务的雇员，比如主管研发的经理、管理人员和事务人员。提供非直接服务的人员，比如小卖部和安保人员，应排除在外，即使他们的工薪作为一项管理费包含在支出计量之中。研发人员必须和从事一系列有关活动的人员区别开来。因此下列人员被排除在研发人员之外：

- 教育和培训方面的雇用人员；
- 其他科技活动(比如信息服务、检测和标准化、可行性研究，等等)中的雇用人员；
- 其他产业活动(比如未列入其他组的工业发明活动)中的雇用人员；
- 行政管理和其他间接支援活动中的雇用人员。

#### 从事软件和数据库开发的雇员(项目2.1.3.1.3)

4.36. 此项目包括从事软件和数据库开发且有预期一年以上工作时间的雇员以及提供相关直接服务的雇员(比如经理、管理人员和事务人员)的总人数。提供非直接服务的人员，比如小卖部和安保人员，应排除在外，即使他们的工薪作为一项管理费包含在支出计量之中。在《2008年国民账户体系》中软件和数据库开发工作被确认为一种资产。如果这种开发工作是自营生产的，那么它代表了生产成本，应通过计算包括劳动力投入在内的各项投入成本的总和予以估算。

#### 从事自营固定资产形成和大修的雇员(项目 2.1.3.1.5)

4.37. 此项目包括从事自营固定资产形成和大修工作的雇员总数。自营固定资产形成和大修工作被认为是其生产者作为投资留存的资本化生产。资本化生产是未售出的生产，因此按生产成本估值，亦即相当于包括劳动力投入在内的各项投入成本的总和。

#### 租用的雇员人数(项目2.2)

4.38. 租用的雇工需要提供贸易单位人力资源费。此项目包括由职业介绍所或类似组织为贸易企业提供人员的总数。此类职业介绍所不负责监督受雇者，他们由职业介绍所的客户来控制(指挥和监督)。租用的雇员不在职业介绍

所的工资单上，而在支付人力租金的企业工资单上。人力资源一般有短期提供的(在这种情况下职业介绍所被归入《国际标准产业分类》第4次修订本中的7820组：临时性职业介绍所活动)，也有长期和永久(在这种情况下，职业介绍所被归入《国际标准产业分类》第4次修订本中的7830组：其他人力资源供给)提供的。关于租用雇工的信息对于富有意义的劳动生产力分析十分重要；可是租用雇员人数被排除于贸易单位雇用人数的(项目2.1)之外。

4.39. 租用雇工的机构应根据各自的主要活动来分类。下述组不属于租用雇工之列：

- 由人员配备服务机构提供的临时工作人员；
- 承包商、分包商或独立经营承包商；
- 购买的或经营的服务项目，比如房屋管理员、门卫或景区服务人员；
- 从另一公司购买的专业或技术人员，比如软件咨询、计算机编程、工程或会计业务人员。

#### 非正规部门雇工总数(项目2.3)

4.40. 对于在其统计体系中使用非正规部门概念的国家来说，受雇于非正规部门的总人数包括在一个特定所涉期间在归类为《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的非正规部门的至少一个生产单位受雇的所有人(项目1.5.4.1)，而不论其就业状况如何，但只要此种就业构成其主要工作。非正规部门雇工总人数必须涵盖有关国家的全部领土。此项目可以进一步分解为雇员(项目2.3.1)和在非正规部门受雇的其他人(项目2.3.2)。

4.41. 受雇于非正规部门的人数不包括：

- 完全为自己最终消费或自有固定资本形成而从事货物或劳务生产的个人；
- 从事因为实际原因不属于非正规部门范围的农业活动的个人；
- 从事专业技术服务工作的自营职业者——比如医生、律师、会计、建筑师、工程师，等等——如果他们不符合非正规企业要求的话；
- 有报酬家庭工人。

4.42. 为了本建议的目的，根据第十五届国际劳工统计学家会议决议，<sup>32</sup> 非正规部门经销行业(生产)单位(项目1.5.4.1)的定义是属于家庭所有的非法人企业的一个子集；这就是说，该生产单位子集不构成属于家庭或家庭成员所有的一个单独法定实体，也不能提供完备的成套账目(含资产负债表)，用以明确区分所有者的企业生产活动和其他活动，并鉴别企业与所有者之间的任何收益和资本流量。

<sup>32</sup> 见第十五届国际劳工统计学家会议(1993年1月)通过的关于非正规部门就业统计的决议，见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。

4.43. 非正式雇工情况可以通过进行非正规部门调查直接估计，亦可通过替代方法进行间接估计。一种替代方法就是“剩余法”，即把非正式雇工人数估计为总雇工人数(根据人口普查或劳动力调查数据)和正式雇工人数(根据经济普查、企业调查或行政数据来源)之差。

(b) 平均雇用人

平均雇用人(项目2.4)

4.44. 这个数据项目作为单位的规模标准，定义是单一所涉期间的平均雇员人数(项目2.4.1)加上自营业主人数(项目2.1.1)及无报酬家庭工人数(项目2.1.2)之总和。如果没有平均雇用人可用，可以使用单一所涉期间的总雇用人(项目2.1)作为单位规模标准。

平均雇员数(项目2.4.1)

4.45. 平均雇员数是所涉期间(包括节假日和周末)的雇员人数除以所涉期的天数所得的每个日历日的算术平均数。年平均雇员数被界定为按月(或按季度)平均雇员数的算术平均数。

(c) 工时数

雇员的工时数<sup>33</sup>(项目2.5)

4.46. 工时数，亦称工作量或劳动力投入，是一个重要数据项目，用于进行劳动力分析、兼职转换为专职当量、生产率研究，以及关于每工时总量的诸多计算。雇员的工时数被界定为所涉期间雇员实际花在为经销行业业务生产做贡献的活动上的工时总数。这一指标可以按每周、每月或每年来计量。建议按照类似于雇工分类的方法对其进行分解。

4.47. 有些小单位，尤其是记录不太正规的单位，可能无法报告工作时数。在这种情况下建议根据对替代问题——比如职工人数、平均工作天数、通常一个工作日的生产时数等——的回答来估算工作时数。

4.48. 实际工作时数应包括：

- (a) 工作时数：在与个人就业有关的旨在生产贸易业务的活动上花费的时数。这些活动可在常规期间或合同期内执行，亦可超时完成；可以有报酬亦可无报酬，而不论在何处完成，无论是在机构、在家里、在野外、在街上，等等；并且包括从工作场所带回家做的工作；
- (b) 辅助活动时数：在不是意在直接生产贸易业务、但是为促成此种生产所必要的活动上花费的时数。其中包括在以下几方面活动上花费的时数：
  - (i) 工作场所或劳动工具的设计、准备或保洁，工作流程的维修；

<sup>33</sup> 见国际劳工统计学家会议关于工时计量的决议草案。(http://www.insee.fr/en/nom\_def\_met/colloques/citygroup/2006\_meeting.htm)。

- (ii) 直接或间接由雇主核准并提供的(对有偿就业者的)职业培训;为雇工所需要或付酬的以及为雇工所固有的差旅或行商活动,比如逐户推销员、海员、汽车驾驶员,以及离开通常雇用地点到外地参加会议人员的活动;
  - (iii) 由雇主付款在雇用场所内部或外面进行的与工作有关的其他员工培训或教育活动;
- (c) 工作期间花费的非生产时数:花在工作阶段之间的时数,这种花费是不可避免的,也是单位工作流程所固有的,在此期间受雇者仍可工作。其中包括花在以下几方面的时数:
- (i) 在办公室、店铺或街上等候顾客;
  - (ii) 由于技术或经济原因而停工,比如因供应问题停工待料,机器出故障,发生事故,等等;
  - (iii) 生产间歇阶段,在此期间不工作,但是根据有保障的雇用合同工资照付;
  - (iv) 作为特定工作职能安排或者根据特定顾客的决定,在雇用场所可变的情况下的差旅时间;
- (d) 短暂休息时段:在生产时段之间安排的不超过30分钟的个人活动时间,在此时段受雇者不归雇主使用或不可做其他工作。这种时段是为了适应自然需要所作的安排,可以经过合同认可或按惯例行事,可以包括工间休息时间(饮茶、喝咖啡、做祈祷等)。

#### 4.49. 实际工作时数应包括:

- (a) 付酬但不工作的时数,比如带薪年假、带薪公共假日、带薪病假、带薪教育假、带薪育儿假(孕产假或陪产假)、带薪家庭事假、非军事文职人员假期;
- (b) 超过30分钟的用餐时间;
- (c) 花在上下班公交车上的时间不算实际工作时间,即使雇主给报酬。

4.50. 对于不能收集工作时数信息的国家,建议用工作天数来计量劳动力投入量。这种信息比工作时数更容易从工资单上获得。工作天数要参照花在工作上的总天数,而不是支付报酬的天数。年假、临时请假或病假天数应排除在外。此外,可以确定贸易单位中专职雇员的每日标准工时数,并可以单独收集兼职雇员的工作天数。对就业状况分类做出了规定。

#### 按性别和职业分列的雇工情况

4.51. 一般来说,应尽可能按男女分列雇工数字。每一种雇工组和相应的劳动力投入数据都应在资源允许的情况下区分男女。在构建经销行业部门劳

动报酬价格指数的时候，这些雇工组要提供按职业进行的明细，最好参照《国际标准职业分类》(ISCO)<sup>34</sup>进行分类。

<sup>34</sup> 见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/index.htm>。

### 3. 雇员的报酬

#### 雇员的报酬(项目3)

4.52. 雇员的报酬定义是一个贸易机构作为对雇员在所涉期间所做工作的回报应付给该雇员的现金或实物报酬总额。该报酬应按应计额记录；也就是说，按照一个雇员有权从雇主得到的对其在相关阶段所做工作的现金或实物报酬的价值计量，而不论是预付、当即结付、还是滞后支付。雇员的报酬不包括雇主应对工薪总额缴纳的任何税款，比如工资税。雇员的报酬有两个主要组成部分：(a) 应付的现金或实务工薪(项目3.1)和(b) 雇主应付的社会保险缴款(项目3.3)。雇员定义请参见数据项目2.1.3。

4.53. 对于自愿承担的无偿劳动，包括无报酬家庭工人所做的工作，不应支付雇员报酬。给不领定期工资的自营业主的付款应排除在外。

#### 以现金和实物支付的雇员工薪(项目3.1)

4.54. 工薪<sup>35</sup>的定义是雇主对雇员计数中包含的所有人在所涉期间所做工作的全部现金或实物付款，而不论这些付款是按工时、产出品支付还是计件支付的，也不论这些付款是否定期支付。其中包括了应由受雇者支付的任何社会缴款值、所得税，等等，尽管为了行政方便或其他缘故这些付款实际上是由雇主代扣并代表雇员直接付给社会保障计划、税务当局等机构。就会计期内所做工作产生的应有的权利而言，这些付款按权责发生制应计额记录，而不论是预付、当即结付、还是滞后支付。

<sup>35</sup> 关于受雇者的工薪构成，详见《2008年国民账户体系》第7章：收益账户的分配。

#### 以现金支付的工薪

4.55. 现金工薪包括下述报酬种类：

- (a) 按周、月或其他间隔定期支付的工薪，其中包括按工作成果付酬和计件付酬；超时工作、值夜班、周末工作或在其他非社会工作时间的加班费或特别津贴；在外地或在不适宜或有危险的环境工作的津贴；在国外工作的出国津贴，等等；
- (b) 定期支付的补贴，比如住房补贴、上下班交通补贴等，但是不包括社会津贴(见下文)；
- (c) 给短期离职(比如休假)的雇员支付的工薪或因暂时停产支付的工薪，但不包括因病、因伤等缺勤的员工；
- (d) 与激励政策下企业总体绩效挂钩的特设奖金或其他额外付款；
- (e) 雇员收到的佣金、赏金和小费：这些付款应被当作雇用相关工人的企业提供服务所得，因此，如果第三方把这种酬金直接付给了相关雇员，也应将其纳入雇主企业的产出和附加值。



4. 56. 现金工薪不包括雇主偿还雇员为任职或完成工作而支付的款项，比如：

- (a) 雇员在接受一项新工作或按雇主要求把家搬迁到国内另一地区或另一国家所支出的旅行费、迁居费或其他相关开支的报销；
- (b) 雇员在完全或主要为完成工作所需的工具、设备、专用服装或其他项目方面支出费用的报销。

4. 57. 现金工薪也不包括雇主以如下形式支付的社会保障津贴：(a) 儿童和配偶的家庭、教育、或与受赡养人有关的其他补贴；(b) 按全额或减低工薪率付给因病、意外伤害、孕产假等缘故缺勤工人的款项；以及(c) 因为企业裁员、职工丧失工作能力、或意外死亡等原因发给失去工作的职工或其家属的解雇金。实际上也许很难把对因病、意外事故等缘故短期缺勤期间支付的工资或薪金付款与其他工薪付款区分开来，因为在这种情况下前者不得和后者归为同类。

#### 以实物支付的工薪

4. 58. 实物支付的定义是向雇员提供货物与劳务；这些货物与劳务不是工作所需要的，而是可以由雇员在属于自己的时间里自行决定使用，以满足自身需求或其家庭其他成员的需求。几乎任何种类的货物与劳务都可以充当实物报酬提供。与经销行业单位有关的最重要的实物支付有：食品和饮品；服装(如果业余时间可以穿戴的话)；免费或以大幅优惠价格提供的住房服务或食宿招待；为雇员或其家属提供运动、休闲或度假设施，等等。然而，雇主的一些既有利于他们自己又有利于其员工的支出项目(比如雇主花在改善工作场所、医疗体检、运动和其他休闲设施、旅游、娱乐，以及与企业有关的其他类似支出)不属于对员工的补偿部分，而应纳入雇主的中间消费。

4. 59. 实物支付的货币价值应表现为相当于有关商品或服务对雇主的净成本。如果雇主不能报告发生的实际成本，那么方便的做法就是使用生产者的销售价格或批发价格。

4. 60. 实物报酬还可以包括雇主在以减让利率甚至零利率向员工提供购房、买家具或其他商品或服务的贷款时所放弃的利息价值。其价值可以估计为假如有关雇员不得不付抵押贷款或消费贷款的平均利率扣除其实付利息的金额。

#### 股票认购权

4. 61. 一些雇主按惯例向雇员提供在未来预定日期按特定条件特价购买本公司股票(股份)的认购权。这些股票认购权是一种实物收益形式。它们赋予雇员以股票认购权利但不对其施加购股义务。通常授予股票认购权的目的在于鼓励雇员留在公司，并帮助公司发展。雇员也许不行使股票认购权，要么因为现时股价低于其选择价，要么因为该雇员已经不再为提供股票认购权的雇主工

作，从而放弃了此项权利。下文说明股票认购权如何估值，同时考虑到不是所有股票认购权都被行使的概率。

4. 62. 一般情况下，雇主预先告知雇员关于公司拟按既定价格(订约价或预购价)在某个期间以后按照某些条件(比如雇员必须依然受雇于该企业，或者企业必须达到一定水平的业绩)提供股票认购权的决定。“授予日期”是向雇员提供股票认购权的日期；“归属日期”是可以行使该权力的最早日期；“行使日期”是实际行使(或废止)该权利的日期。在一些国家，在从授权日期到行使日期之间允许的时间跨度相当长；而在有些国家该时间跨度则非常短。

4. 63. 股票认购权可以通过使用一种股票认购权定价模型来估值，亦可将其估计为授权当日市价和订约价之间的差价。如果市价低于订约价，认购权价值即为零，因为它不会被行使。如可能的话，记录认购权价值的时间应延续到从授予日期到授权日期的整个阶段；如果不可能，则应在授权日期记录认购权的价值。在授权日期到行使日期之间发生的任何价值变化都不作为对雇员的补偿，而作为持有资产损益。

#### 雇员工薪分类

4. 64. 为了确保恰当估计研发产出值、软件和数据库开发产出值，以及自营固定资产形成和大修产出值，建议这三个组的雇员工薪数据分开报告。

4. 65. 为了提供较为准确的工薪水平量度，建议在不频繁的调查中要按职业收集专职和兼职以及外包工的工薪数据，详细数据要按性别分列。

#### 对法人企业董事出席会议的付款(项目3.2)

4. 66. 此项目包括法人企业董事和股东委员会成员出席会议的所有付款。

#### 雇主应付的社会保障缴款(项目3.3)

4. 67. 雇主的社会缴款是雇主应付给社会保障基金或与就业有关的社会保险计划以保障其雇员社会福利的社会缴款。按社会保险缴款处理的这些缴款必须满足下述三个条件之一：(a) 受益人(或投保人)必须有义务、或按法律要求或按雇用条件参加社会保险；(b) 社会保险计划必须代表团体经营并且仅限于团体成员；及(c) 雇主代表雇员缴款。这些保险计划可由雇主执行，亦可由第三方执行。社会保险缴款可分为以下几类项目：

- 社会保障；
- 养老金；
- 医疗保险；
- 定期(人寿)保险；
- 其他付款。

4.68. 雇主可以自行决定给雇员支付病假、孕产假和工伤薪酬，以及家庭补贴、解雇金和其他雇员津贴；这些付款按雇员工薪组成部分处理。

#### 4. 其他支出

##### (a) 购买货物与劳务

4.69. 购买货物与劳务包括为了转卖的目的或者为了在贸易企业所拥有的生产过程中消耗的目的在会计期内购买的所有货物与劳务的价值，但不包括固定资产，因为固定资产的消耗登记为固定资本的消耗(即折旧(项目11.4))。有关的货物与劳务可以(a) 经过或不经进一步改造而重新出售；(b) 在生产过程中被完全耗尽；或者(c) 储备起来。

4.70. 在这些购买项目中有直接进入生产商品的材料(实际包含在有关企业产品中的原材料，预制部件(中间产品)，组件，等等)，以及非资本化的小型工具和设备。直接进入产品的燃料应包括在内，还有用于发电和生产煤气及蒸汽的燃料，而不论是为了自用还是为了销售。还包括生产过程中消耗的辅助材料(润滑剂、水、磨料、包装材料、维修材料、办公用品等)。这一变项还包括购买用于自营固定资产形成和本单位大修的材料。

4.71. 如果机构将某些工作外包给其他机构，其中包括同一企业的其他机构，并为此向有关单位提供原材料、供给品之类，那么这些原料和供给品的价值应纳入此项目。

4.72. 在所涉期间购买劳务应支付的成本也包括在内，而不论这些劳务是产业的还是非产业的。这里还包括对第三方代表贸易单位完成的所有工作的付款，其中包括日常维护修理工作、安装工作和技术研究工作。为资本货物安装支付的费用和资本化物资的价值应排除在外。

4.73. 在贸易单位账目中，购买货物与劳务的总成本排除了财务费用和临时支出。

4.74. 购买货物与劳务应按买方价格估值，亦即把它们交付有关企业的价格，其中包括由生产商或其他单位开发票的货物运输费、保险费、包装材料费和所有税费，但不包括在适用情况下可减除的增值税(VAT)。应扣除给买方的折扣(包括扣除进货账面的购买价的现金折扣)或回扣以及返回供应商的包装材料价值。如果由统计单位自行运输的话，则不估算任何收费。

4.75. 机构从同一企业的其他机构接收的用于生产商品的货物应按购买品估值。实际上，一般有必要接受发货单位的账面价值；但是如果是外面的单位把货运至接收单位的话，就应包括运输费用。如果货物在记入存货以后返还，项目应按照与接收同样的条件(项目4.5)记账。机构从同一企业的其他机构接收的用于提供改造劳务的货物不按购买品处理。

原材料和供给品成本(煤气、燃料和电力除外)(项目4.1)

4.76. 此项目包括在所涉期间发运到有关机构由它控制并属于这个机构

所有(或属于该单位所属的法定实体所有)的一切货物的成本(固定资产除外)。接货时间应与盘存定义(项目6)有关,就是说,应把有关货物视为在该货物记入相关机构存货账目之时收到。或者,可以把货物视为在有关机构获得对该货物的经济所有权之时收到。一般来说,本定义中给出的时刻与获得所有权的时刻或者开发票的时刻是吻合的,但是应包括接收来自国外的货物,即使其法定所有权也许尚未变化。

#### 购买或接收其他企业的原材料和供给品(项目4.1.1)

4.77. 此项目包括项目4.1项下列举的从其他企业购买或接收的原材料和供给品及类似物或预制部件(中间产品)的价值。

#### 同一企业的其他机构发运的原材料和供给品的价值(项目4.1.2)

4.78. 此项目涵盖由某企业的一个机构购买或制造并转移到同一企业的另一机构的原材料和供给品及类似物或预制部件(中间产品)的价值;后一个机构进一步利用这些原材料和供给品之类或预制部件(中间产品)进行制造,做成其他产品,或者在自己的生产流程中利用它们。这些均应当作从另一企业购买的商品来估值。

#### 自营固定资产形成和大修的材料成本(项目4.1.3)

4.79. 此项目包括机构购买或收到的用于本单位生产自己用的(或供出租或租借的)资本货物的原材料和其他材料的成本,以及用于自己动手对其建筑物、结构、机械和其他固定资产进行大修的材料和部件的成本。其中包括用以建造员工宿舍和其他职工设施以及对本单位所有或租用的建筑物进行大修的材料及类似物品,但不包括提供住房。

4.80. 在知识产权产品方面自营固定资产形成所需的材料成本要单独记账,这些方面的数据项目有:研发(项目4.1.3.1);软件和数据库开发(项目4.1.3.3);以及自营固定资产形成和大修(项目4.1.3.5)。

#### 购买煤气、燃料和电力的成本(项目4.2)

4.81. 此项目包括机构购买的所有煤气、燃料和电力的成本,只要它们是用作燃料购买的。应包括作为一种原料或者为了不加改造地转卖的目的购买的能源产品,并且分别记入项目4.1或4.5的账目。

#### 个别燃料和煤气的购买成本(项目4.2.1)

4.82. 材料项下应包括进入产品生产或用于其他能源生产的燃料。为了方便起见,包括汽油和其他车用燃料。另外还包括用于供暖和照明的燃料及电力,但不包括用在由机构拥有或经营的员工宿舍方面的燃料和电力。在同一机构生产和消耗的燃料不包括在内。

#### 购买电力的成本(项目4.2.2)

4.83. 此项目包括机构在所涉期间购买电力的全部成本。

#### 供水和污水服务成本(项目4.3)

4.84. 此项目包括机构在所涉期间购买供水和污水服务的成本。

#### 购买水的成本(项目4.3.1)

4.85. 此项目被界定为机构为了商业目的在所涉期间购买全部水的总成本。

#### 购买污水服务的成本(项目4.3.3)

4.86. 此项目包括机构在所涉期间购买污水服务的成本。

#### 购买服务的成本(租金除外)(项目4.4)

4.87. 此项目包括机构在所涉期间应付的所有服务费用，而不论产业服务还是非产业服务。

4.88. 此项目涵盖有关机构应付的同一企业的其他机构以及其他企业在所涉期间进行的承包、代理和维护修理工作的费用总额。如果是其他企业做的工作，应使用实际发票价格，但是在适用的情况下应将可扣缴的增值税排除在外。运费应包括在内。如果是由同一企业的其他机构提供的劳务，应使用基本价格的等量商业价值(不包括产品税和运输费用)，或者使用对工作的估算值，其中包括营业成本和利润的估算毛利，以及消耗材料和使用的劳动力成本。

4.89. 机构在所涉期间应付的各项非产业服务费用，比如通信费用、运输费用、广告和促销费用、财务费用(不包括利息支付)以及其他非产业服务费也应包括在此项目中。应报告实际应付额，但不包括可扣缴的增值税和其他可扣缴的税款。

4.90. 下列项目应排除在外：支付的股息和利息；支付的罚款等；购买专利和许可证的单笔交易费；购买土地和其他资本货物的费用；捐款；坏账；以及折旧费。

#### 购买和由同一企业的其他机构提供的产业服务的成本(项目4.4.1)

#### 维护、修理和安装服务(建造除外)(项目4.4.1.1)

4.91. 此项目包括《产品总分类》版本2，871大组项下所包含的产业性维护和修理工作，比如金属制品(机器设备除外)的维护和修理；办公和会计机器的维修服务；计算机和外围设备的维修服务；运输机械设备的维护和修理；以及其他机械设备的维修服务。应包括机构售出商品在安装基础上的安装费和商品服务费，但是资本货物的安装费和大修费要排除在外。

#### 承包和代理工作(项目4.4.1.2)

4.92. 此项目涵盖由机构把工作外包给另一单位的付款额。当委托单位(委托人)通过签订合同委托另一生产单位(承包商)执行委托人生产某种商品或劳务的全部或部分活动的特定功能的时候，就发生了生产的外包(另见关

于外包的第1.25-1.29段)。可以采取三种外包形式,即:(a) 辅助功能的外包;(b) 部分生产流程的外包;以及(c) 整个生产过程的外包。对于经销行业单位来说,此项目主要包括机构对外包给分包商的功能的付款。这些功能可能包括清洁、会计或计算机服务。还包括通过分包商支付给不在工资单上的外包工的付款(见关于租用雇工的项目4.4.1.2.1)。

购买和由同一企业的其他机构提供的非产业服务的成本(项目4.4.2)

建筑物和结构的维护修理(项目4.4.2.1)

4.93. 此项目涵盖机构建筑物和其他结构以及除住房供应以外的租赁建筑物方面的日常维修工作。员工宿舍的维修费用不包括在内而应单独报告,以便计算作为对雇员实物报酬由雇主承担的职工住房费用总额。

通信服务(项目4.4.2.2)

4.94. 此项目包括机构购买的包括移动电话、传真、因特网等在内的邮政和电信服务应付的费用。

运输服务(项目4.4.2.3)

4.95. 此项目只包括机构在租赁运输工具方面应付的费用。这里不包括由单位自己进行的运输,因为这方面的成本纳入了其他项目。

广告和促销服务(项目4.4.2.4)

4.96. 此项目包括机构通过电视、报纸和其他传媒做广告支付的所有开销、促销付款,以及由第三方进行的市场调研活动和公关活动付款。由本单位进行的市场调研开支应排除在外。

金融服务(项目4.4.2.5)

4.97. 此项目包括在金融媒介服务方面直接付出的手续费和各种费用以及为了购置固定资产的融资目的而间接支出的费用:比如承销人佣金和注册费之类发行证券方面的成本,以及贷款方面的服务费。利息方面的支付不包括在内。

其他非产业服务(项目4.4.2.9)

4.98. 此项目包括购买服务方面的费用,比如法律服务、会计和簿记服务、管理和咨询服务、娱乐旅游和生活津贴、对商业和专业协会的捐款、报刊订阅、管理机构和股东会议费用,以及未列入其他组的其他服务费用。专利和许可证费(但不是购买专利和许可证的单笔交易价值)也应包括在内。

按照跟接收一样的条件为转卖目的购买货物与劳务(项目4.5)

4.99. 此项目包括为了不加改造地转卖给第三方的目的而从其他企业购买的、或者由同一企业的其他机构生产或购买而后转让给该企业所拥有的该贸易机构的所有货物与劳务的价值。不加改造地转卖被认为包括商品的分拣、分级和组装、混合、装瓶、包装、开包装以及再包装,等等。

4. 100. 购买货物应记录扣除回佣(returns)、折扣、回扣和所得其他折让后的净值。在代理基础上出售给第三方的货物与劳务的价值不包括在内,因为这些货物既不是接受佣金的代理人买的也不是他们卖的。这里的转卖服务是指服务活动的产出,使用预定服务(比如传真或复印服务),或者对服务的实际支持(比如给第三方付款发运你的货,然后把成本转移给买货的消费者)。

4. 101. 购买商品应按买方价格估值,即交付给贸易单位的价值,其中包括购买所涉及到的发货及类似费用(比如运输费、保险费、包装费,等等)以及加到产品上的所有税费,但是不包括可扣缴的增值税和直接联系到营业额的其他可扣缴的税款。该单位的购买价格还应包括所交易的货物或者为此目的易货的价值。来自同一贸易企业的其他机构的转让品应按购买物估值。如果这样做不切实际,转让品或可按该企业向该机构发货的成本来估值,也就是说,原购买价、运费或类似费用、劳动力、直接使用的材料和可能的间接管理费。

4. 102. 建议单位为原封不动转卖而购买的货物与劳务要分别按下列项目入账:(a) 燃料(项目4. 5. 1);(b) 仅用于修理和服务目的的汽车与摩托车零部件(项目4. 5. 2);所有其他货物(项目4. 5. 3);以及不经进一步处理就转卖的购买的服务(项目4. 5. 4)。

4. 103. 要依照各国关于进货入账的惯例,根据转卖品的存货变动情况来随时调整购买品的价值。有些国家是在购买的转卖品进入生产流程的时候对其进行记账;其他国家则是在获得或者托运购买品的时候入账。希望后一类国家根据转卖品的存货变动情况随时调整购买品的价值,并且根据购买货物价格产生的任何持有资产损益的价值纠正购买品的价值,以便按转卖时的现行价格进行估值。

4. 104. 作为根据个别商品进行营业额(销售额)分类的一种替代方法,现建议一种购买商品分类法。尽管有不同的加价和周转率,但有关商品购入的数据收集起来要容易些,尤其对零售机构来讲更是如此,因为购货发票要比销货发票少,并且可以从会计账目上而不是从个别发票获取数据。

4. 105. 下文列出的数据项目包括在总的货物与劳务购入范围内。这份清单对所有购入项目进行了相当全面而详尽的分解。有些国家可能只有几种组合数据项目可用,或者可能把某个次要项目和一个较重要项目组合到一起。建议各国单独鉴别清单中对本国经济有重要意义的数据项目,同时尽可能完整而准确地收集和汇编有关购买货物与劳务的数据。建议在不经常的调查中以此种详尽程度收集有关购买的数据。

#### 租金付款(项目4.6)

4. 106. 此项目包括有关单位租用、租赁或承租资本货物和非居住建筑物的一切费用。不包括金融租赁付款。租金付款应细分为:

- (a) 机械设备租金付款(项目4. 6. 1);
- (b) 住所和结构租金付款(项目4. 6. 2)。

机构财产应付的非人寿保险费(项目4.7)

4.107. 此项目包括所涉期间在单位财产方面单位应付的非人寿保险费(比如防备火灾、自然灾害、各种损失等)。

## 5. 营业额、销售额、发货价值、服务收款额和其他收益

### (a) 营业额、销售额、发货价值、服务收款额和其他收益

4.108. 此项目包括机构在所涉期间开发票的总额，且对应于一个贸易单位供给其他企业或转让给本企业其他机构的货物或劳务的市场销售额(发货价值，<sup>36</sup>服务收款额和其他收益)。营业额<sup>37</sup>中不包括增值税和与销售额有直接联系的其他可扣缴的类似税款以及由该单位开发票的所有产品税费，这种估值后的营业额相当于按基本价格估值。开发票的、转移到消费者方面的运输费、包装费等所有其他收费均应包括在内，即使这些收费单独列入发票。给予退货的价格回扣、折扣和类似折让，以及返回包装的价值均应扣除。

<sup>36</sup> 如果机构把货物运送到本企业的其他机构，就用发货价值取代销售额。

<sup>37</sup> 此项目以下简称“营业额”。

4.109. 应包括由机构或者为了机构使用其所拥有的材料生产的所有项目，而不论这些项目是否出售、转让给本企业的其他机构、或者发运寄售。一个机构在自由或承包基础上用属于另一机构的材料制造产品的净价值应由提供材料的机构来报告。

4.110. 原则上，出售给同一企业内其他机构的产品应按销售品估值。然而实际上，也许有必要采纳这种转让的账面价值。账面价值或生产成本等于材料和服务成本、雇员报酬、其他生产税款、用于生产的固定资产折旧，以及(如果可能的话)间接成本和利润的估算差额的总和。如果这两方面的机构都被纳入了收集数据的方案，那么接收方的机构应按照同发货方的销售品一样的价值来报告作为购买品的相同项目。

4.111. 此项目还包括为了转卖目的而购买的货物与劳务的销售额，为他人出售货物所得的佣金和手续费，以及提供产业服务所产生的全部收入，比如为他人实施的承包工作，安装和修理工作，以及某种产业性质的研发工作。

4.112. 除商品销售或提供产业服务以外各种活动的收益，比如建筑物和机械设备的出租或租赁带来的收益，所有其他杂项收益，以及机构为了自用而制造或建造的固定资产的价值，也都应包括在内。

4.113. “营业额”、“销售额”、“收入”、“发货价值”等词语在代表统计单位收益的意义上可以互换使用。人们认为“营业额”一词比较适合本建议的目的。但是承认，在各种不同种类的收益范围问题上各国之间存在很大差别。下文表四.1结合相应的构成项目概括了“营业额”、“销售额”、“收益”和“收入”等概念间的关系：



表四.1  
营业额/销售额、收益和收入概念之间的比较

构成项目	营业额/ 销售额	营业收益	总收益	总收入
销货总额	是	是	是	是
提供服务	是	是	是	是
货运和装卸	是	是	是	是
安装	是	是	是	是
维护和修理	是	是	是	是
商品改变	是	是	是	是
仓储	是	是	是	是
车辆、设备、仪表、工具和其他商品出租收入	是	是	是	是
融资安排所得佣金	是	是	是	是
在制品的付款	是	是	是	是
以物代金报酬的市价	是	是	是	是
出自各部门、特许权经营，以及他人经营的娱乐和自动售货机的销货总额	是	否	否	是
出自各部门、特许权经营，以及他人经营的娱乐和自动售货机的销货总额的单位份额	否	是	是	否
外包给他人的工作收益金额	是	否	否	是
消费税、销售税和增值税	否	否	否	是
房地产销售、投资和为转卖持有的其他资产所产生的收入	否	否	否	是
利息和股息收入	否	否	是	是
房地产租金	否	否	是	是
捐赠、礼品、贷款和赠款	否	否	是	是
价格减让、回扣、折扣和退回包装	否	否	否	否
由实体开发票的所有货物或劳务的税负	否	否	否	否
从公共当局获得的营业补贴	否	否	否	否

资料来源：《劳务生产指数汇编手册》（巴黎，经济合作与发展组织，2007年）。见：[http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en\\_2649\\_34257\\_1\\_119669\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html)。

包括向本企业其他机构的转让在内的销售额、营业额和发货价值（项目5.1）

4.114. 此项目包括销售额、营业额和发货价值，其中包括在所涉期间向本企业其他机构转让的有关机构生产的所有商品，而不论这些商品是在所涉期间生产的还是在以往阶段生产的（就是说，机构在该阶段放弃了控制权的所有商品；发到国外销售或加工的所有货物均应包括在内，即使尚未移交法定所有权）。作为有关机构生产的商品包括在内的还有其他单位使用该机构供给的材料生产的商品。

4.115. 应按照有关机构向顾客收取的价格——不论是出厂价还是交货价——对发运的商品进行估值，其中包括给客户开发票的与运输有关开支的所有费用，即使这些费用是单列的（而不论运输是有关机构用自己的运输设备实施的还是由外单位实施的），损失的包装费，等等。在退货方面给顾客的价格回扣、折扣和折让，以及退回包装的价值等均应扣除。其中包括在净销售进账情况下的现金折扣。估值应排除在产品出厂时加的所有税费，其中包括在适用增值税制度的情况下生产商给客户开发票中的增值税。

#### 销售额/营业额/机构生产的商品发货价值(项目5.1.1)

4.116. 此项目包括机构生产商品卖给其他企业以及本企业的其他机构的发货价值，其中包括转让给该企业中保有独立账户的批发和零售贸易机构。从生产单位向同一企业的另一单位转让的供进一步加工的货物也应包括在内。这些货物应视同销售给独立企业一样地估值。如果这样做不可能，那就报告实际生产成本。由该单位生产的已销往海外客户并且转让给海外子公司的货物的销售额或发货价值也应包括在内。

#### 为接收后原封不动转卖而购买的所有货物与劳务的销售额/营业额/发货价值(项目5.1.2)

4.117. 此项目包括一个贸易单位自营出售货物与劳务或以此进行易货交易的销售额/营业额。这种销售额/营业额不包括增值税以及应从顾客方面征收而直接支付给政府税务当局的与销售额和营业额有直接联系的其他可扣缴的类似税款，以及加在该单位开发票的货物与劳务上的其他税负。所有转移给顾客的开发票的运输费、包装费等其他费用都要包括在内，即使这些费用在发票上是单列的。对于退货以及返回包装给予的价格回扣、折扣和类似折让应从销售额/营业额中扣除。

4.118. 此项目还包括由贸易单位的所有者撤回自用的商品。这些商品应按适当的市场价格估值（换言之，如同卖给顾客一样）。如果这样做不可能，业主撤回的商品就按获取成本来估值。

4.119. 为转卖目的购买的货物与劳务既可销售给终端消费者亦可销售给其他企业或者本企业的其他机构。

#### 礼品卡销售(项目5.1.2.1)

4.120. 这个数据项目包括出自礼品卡的销售额/营业额。礼品卡是一种预付卡，其功能类似于赠予证明，可用于在固定商店购物。依照普遍公认的会计原则，出自礼品卡的销售额包含在收回礼品卡时有关单位的零售额/营业额中。

#### 为他人销售货物与劳务所得的佣金和手续费(项目5.1.3)

4.121. 此项目包括贸易代理人为他人销售货物或服务所获得的佣金/手续费（亦即在该单位对所销售的货物不拥有所有权的情况下，代理批发和零售

贸易)。佣金/手续费要包括在内,但不是整个交易价格。所有发生的且已转移到顾客方面的费用也应包括在内。

通过做产业工作或向他人提供产业服务所得的收入(项目5.1.4)

承包和代理(项目5.1.4.1)

4.122. 此项目包括通过承包和代理工作所得的收入。承包和代理工作包括这样的情况:生产单位(承包商)依照另一生产单位(委托人)的订购执行构成生产一种货物或一项劳务所需全部或部分活动的功能(另见关于外包的第1.25-1.29段)。

维护、修理和安装服务(建造除外)(项目5.1.4.2)

4.123. 此项目包括维护、修理、改变、仓储和其他此类服务所产生的收入。

其他收益(项目5.2)

4.124. 此项目包括可以从销售商品和提供服务以外的活动获得的各种收益,这些收益不一定能在机构这一层级查明。报告的数值应该是实际收到的数额,不包括增值税和直接与销售有联系的其他可扣缴的类似税款以及对该单位开发票的货物与劳务征收的所有税负。关于从机械设备出租或租赁所得收益(项目5.2.1)和从建筑物出租或租赁所得收益(项目5.2.2)的信息应分开鉴别。机械设备包括车辆、机械、仪表和工具。

4.125. 为包含在上述组的其余收益应纳入项目5.2.3:不另外分类的其他收益。这些收益包括:

- (a) 从经营自助餐食堂、招待所、职工宿舍和其他员工设施获得的收益,但不包括住所(从员工住所获得的租金不包括在内,而应在实物报酬制度下扣除职工住房费用);
- (b) 为他人提供运输服务的收入,而不是发运自己的产品(后者应纳入项目5.1:销售额/营业额/发货价值);
- (c) 出售废料的收入;
- (d) 储存货物、提供包括冷藏在内的仓储之类的收入;
- (e) 融资安排所得佣金;
- (f) 专利、商标、版权之类,制造权和采石权,技术“专门技能”等使用权的所得收入;
- (g) 在涉及二手货和废料、地产、无形资产(金融债权、租借权、采矿权、专利权)等交易方面经销商的毛利和其他转让费用;这些费用涵盖经销商的佣金、法定手续费之类,代表此类交易中仅有的产出;这种产出可由买卖双方共享,而有些情况下可能向卖方收取费用;

(h) 从生产货物或提供劳务所产生的任何其他收益。

4.126. 不能从统计单位生产的商品和提供的服务中产生的下列项目不应包括在内：

- 股息收入；
- 利息和折扣收入；
- 专利和特许权使用费收入；
- 从地产和二手资本货物出售获得的收入。

自有账户固定资产的价值(项目5.3)

4.127. 此项目包括诸如建筑物和结构、机械设备等由机构自建供所涉期间自用且使用寿命在一年以上的所有固定资产的成本，以及由机构用本单位的劳动力进行的旨在延长现有固定资产使用寿命或提高其生产能力的扩建、改建、改进和大修的各项成本。所生产的供出租或租借用的固定资产不包括在内。

4.128. 自有账户固定资产应在设施投入使用、资产成为机构固定资本形成的组成部分之时入账。原则上，应按照市场上销售的同样资产的基本价格进行估值。可是往往有必要通过使用有关项目3.1.1.5：从事自有账户固定资产形成和大修的雇员的工薪和项目4.1.3：自有账户固定资产形成和大修的材料成本的信息，按生产成本来估算价值。

(b) 电子商务

电子商务的销售额/营业额/发货价值/服务款额或其他收益(项目5.4)

4.129. 电子商务销售是买方在因特网、外联网、电子数据交换网(EDI)或其他联机系统提出订单或经由这些联机系统谈判价格和销售条件的货物与劳务销售方式。可以采取联机方式支付，亦可不采取此种方式支付(见第3.32段)。有些国家在电子商务销售零售和批发贸易调查表中单独设有“其中”项目。对于那些尚未单独承认电子商务的国家，建议它们发动一次全国电子商务调查，或提升现有经济调查级别，补充有关电子商务销售的提问。

4.130. 此项目包括通过以计算机为媒介的网络(即电子商务)销售的所有货物与劳务的销售额。其中既有商业对商业的交易，又有商业对消费者的交易。电子商务销售收益是项目5(a)：营业额、销售额、发货价值、服务款额和其他收益的组成部分。

4.131. 电子商务交易涉及到买卖双方，但是一般来讲，建议从卖方的角度计量交易额。经销行业中的电子商务计量是很困难的事情，而且往往不能直截了当地进行，这是因为存在多方面的因素，其中包括与电子商务定义有关的问题，此外还因为如下事实：有可能涉及到不少多重网上交易和当事方；在许多情况下有关单位在进行电子商务的同时也进行传统商务。

4.132. 下文是与经销行业有关的电子商务交易实例：在因特网上购买/销售一本书/光盘；一个人或一家公司打免费电话订购一台使用卖方交互式电话系统的计算机；一个电子市场向另一企业出售零部件，就是说，一个企业在网上或通过电子拍卖购买办公用品；一个零售商使用电子数据交换网络或使用供应商的外联网订购商品。建议把无定价的交易(比如从因特网上下载免费软件)排除在电子商务之外。

(c) 关于数量的数据项目

按产品组分列的营业额(项目Q5.1)

4.133. 一个经销行业单位的销售额/营业额可以根据该单位自己开出发票的各种产品或产品大组在自有账户上分项列出。贸易销售额/营业额可以参照《产品总分类》(《产品总分类》版本2)<sup>38</sup>或其他国际/国内产品分类法，按货物或劳务产品分项列出。

<sup>38</sup> <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>。

营业额的分项数字

4.134. 《国际标准产业分类》第4次修订本门类G包括参与经营非常广泛的经销行业活动的各种统计单位。此种分项数字意在详细提供该部分的结构。在细分层次上可以假定相关统计单位从事较为同质的活动；因此，从国家和国际来看，分项数字越详细，越可以指望有关营业额的数据会更有用。同时，鉴别出的活动数量越多，越能较好地估计每一个体组或大组对总体营业额、销售额、发货价值、服务收入和其他收益(项目5(a))的贡献大小。

4.135. 然而实际上，可以可靠地分项列出营业额/销售额的范围是有限的。每一种分类都对调查对象提出相当高的要求，需要提供详细记录。因此，要求提供详细分项数字的营业额仅限于统计单位可能保有记录的营业额。为了对整个经销行业部门和三大(商品)组进行较深入的分析，并实现数据汇编的协调统一和数据编制的国际可比性，建议按下列方式提供营业额的分项数字：

- 按活动种类；
- 按产品大组；
- 按企业规模组。

按活动种类分列的营业额

4.136. 应采取两种办法来按活动种类编制营业额的分项数字——一种办法是按《国际标准产业分类》法分列；另一种办法就是根据前述任何分类变项(见第4.8段和第4.9段)对营业额进行分解。凡是在国家一级需要特定营业额变量的时候，建议各国确定就满足本国要求而言哪些分项数字是最适当的。建议的分项数字提供了将营业额交叉分类的可能性(就是说，譬如批发贸易(46)营业额就可以既按《国际标准产业分类》的大组又按企业规模组编制)，从而进一步提高了数据分析潜力。

4.137. 就以上这些建议而言，活动分项数字的年度数据应该至少在《国际标准产业分类》第4次修订本的三位数(大组)一级。鼓励各国收集此类信息的频率要高于每年一次——如每月一次或每季度一次，因为此类数据的建议活动明细在《国际标准产业分类》第4次修订本中是两位数(类)一级的(见第九章：传播)。

4.138. 营业额可以进一步分解为：

- (a) 主要活动(《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的组之一)的营业额；
- (b) 次要活动的营业额(如果有的话)：
  - (i) 农业、林业和渔业活动；
  - (ii) 工业活动；
  - (iii) 其他劳务活动。

4.139. 除了主要活动之外，大多数生产单位还至少从事一些次要活动。如果次要活动的产出量很大而且记录可以对这些活动进行识别，应把它视为另一个机构的活动(见第3.9段)。否则，也许有必要计量贸易单位的次要活动。此明细属于二级(次要)优先项目；因此，次要活动数据分成三大组来编制。这些数据的收集间隔可以长一些(比如每五年一次)。

4.140. 46类(批发贸易)的单位和47类(零售贸易)的单位之间的区别在于主要顾客组的不同。如果统计单位没有保管详细记录的话，批发营业额可能很难再按顾客组进一步细分。假如没有确切的数字可用，应鼓励批发贸易单位提供其最佳估计数。

#### 按产品大组分列的营业额

4.141. 一个经销行业单位的营业额可以根据该单位自己开出发票的各种产品或产品大组分项列出，而不论是在自有账户上还是在他人账户上。建议根据《产品总分类》(《产品总分类》版本2)，按产品(数据项目Q5.1)分项列出货物和劳务的营业额。

4.142. 另外还建议按照《按目的划分的个人消费分类》(《个人消费分类》)详细提供营业额，因为这有利于编制国民核算中的住户个人消费支出数据。

4.143. 推荐以下按产品分列的营业额细分(另见第1.19段)：

- 食品饮料和烟草；
- 服装和鞋类；
- 家用器具、物品和设备，
  - 其中：家具；
- 机械设备和供应品；

其中：信息处理设备；

其中：汽车和相关商品；

- 个人和其他商品；
- 建筑材料；
- 其他。

按企业规模组分列的营业额

4.144. 企业规模组是按照在所涉期间平均雇用人数而不是按照年营业额界定的，因为后面这个指标可能各国之间差别悬殊(见第3.47-3.53段)。建议的规模组分项数字如下：1人、2-9人、10-19人、20-49人、50-249人和250人及以上。

## 6. 存货

存货总量(项目6.1)

4.145. 此项目包括母企业拥有的和机构所持有的或在其控制下的所有存货的总值，而不论这些存货是在机构所在地还是在别的地方。附属单位持有的存货、保税仓库或库房中的存货、寄售的或在途中的存货，以及受他人委托正在制造、加工或组装的材料等均应包括在内。属于他人所有但正在被有关单位持有待加工的材料应排除在外。对于海外持有或在国外途中的存货，如果其经济所有权属于持有存货单位的话，亦应包括在内。

4.146. 为了计量存货价值的变化(项目6.1.3)，就需要掌握存货信息。存货的变化系由所涉期初的存货价值(项目6.1.1)和所涉期末的存货价值(项目6.1.2)之间的差异所构成。还可以通过存货入账价值减去提取存货的价值以及库存中发生的任何货物损失来计量存货价值的变化。

4.147. 存货价值应按买方价格估值，其中包括购买者的任何税费，但不包括可扣缴的增值税，也不包括卖方给予的任何回扣或折扣(如果这些存货是从另一单位购进的)；或按等值基本价格(不包含产品税、运输费和贸易利润的市价)估值；或者按生产成本估值(如果它们是本单位生产的)。生产成本等于材料费和劳务费、雇员报酬、其他生产税负、生产中使用的固定资产折旧，以及估算的间接管理费和利润的毛利(如果可能的话)的总和。

4.148. 原则上，各单位会计记录中保有存货的账面价值被用来估计存货的实际变化(及其价格变化带来的任何持有资产收益)。当按照账面价值对存货进行估值的时候，有必要了解或假定提取存货的次序，因为提取的存货应按买方价格估值，而在提取存货时可用以替换存货的买方价格可能与进货时的买方价格是有区别的。各单位在企业核算中报告库存提货方面有如下习惯做法：

- (a) 先进先出法(FIFO)：所涉期间的销售或消耗项目成本计算是假定按其进货次序来销售或消耗的；
- (b) 后进先出法(LIFO)：所涉期间的销售或消耗项目成本被假定为最近的进货成本或生产成本。这就意味着所提取的存货大体上是按时价估值的；
- (c) 平均成本：通过应用在一定时期内的现有一切类似项目的加权平均值来确定特定项目成本；
- (d) 特定项目成本：这是在可以单独鉴定每个项目实际成本的情况下跟踪存货的一种方法。这种方法通常用于容易跟踪的大项目上，比如机动车和家具。

4. 149. 存货估值方法可能依每个单位的会计做法而不尽相同。但是对许多公司来说，存货占很大的资产比例，因而成为资产负债表的一个重要部分。因此建议正在编制经销行业数据的统计工作者要考察各单位在报告期开始和结束时以及在存货周转期(见第5. 25段)报告存货价值的会计做法。

4. 150. 如果不存在通货膨胀的话，上述所有四种存货估值方法都会产生同样的结果。遗憾的是，从长远来讲物价要上涨，这就意味着会计方法的选择可能对估值结果产生很大影响。为了恰当估计参与贸易利润计算和其他综合指标及余额计算的库存变化，建议在调查表中要求指明估值方法。

#### 材料、燃料和供给品存货(项目6.2)

4. 151. 此项目包括一个机构库存的准备用作生产和维修中间投入物的所有材料、燃料、组件和其他供给品的价值。要把准备用于自有账户资本形成的任何材料和供给品存货的价值包括在内。原则上，要根据买方价格(见项目6. 1)按照重置成本对存货进行估值。或者，可以要求提供账面价值。

#### 在制品(项目6.3)

4. 152. 此项目系指一个机构所生产的尚未充分加工到可以正常供给其他企业或本企业其他机构的产产品的价值。其中应包括为他人生产的所有在制品，而不论为此项工作供资的安排如何。可是在长期合同上的、已经收到按交货进度分期付款的在制品部分应按发货价值或销售额处理，因此不应算作在制品之列。若有可能，应采用按当量基本价格估算价值的方法。或者，可以要求提供账面价值。

#### 制成品存货(项目6.4)

4. 153. 此项目包括由机构生产的、作为机构不打算进一步加工而直接提供给其他企业或终端消费者的产产品的所有商品。由另一机构使用属于被调查机构所有的材料加工而成并持有的制成品也应包括在内。由被调查机构使用属于其他单位所有的材料加工而成并持有的制成品则应排除在外。



为接收后原封不动转卖而购入的存货价值(项目6.5)

4.154. 此项目包括为了向顾客转卖的目的由一个机构按照跟接收时一样的条件购买的所有货物的价值。为转卖目的购入商品的存货不包括在佣金基础上提供给第三方的货物库存。

4.155. 存货项目6.4和6.5对贸易单位有重要影响,其中最重要的影响出自这样一个事实,即:按照跟接收一样的条件为转卖目的购买的所有货物的存货都参与贸易利润和其他综合指标及余额的计算。材料、燃料和供给品的存货是指有关单位准备将其用于中间消费的货物。

## 7. 税收与补贴

税收(项目7.1)

4.156. 税收是贸易单位以现金和实物形式对政府的强制性无偿支付。可以鉴别两类税收:产品税和其他生产税。本节建议只收集有关其他生产税的数据,因为这些支付在各单位的企业往来账户中有记录。建议各国在统计调查表中指明其国家财政制度中设定的相关税种名称或说明。

其他生产税(项目7.1.1)

4.157. 其他生产税是各单位从事生产活动所必需缴纳的税负。因此,它们代表一部分生产成本,应该包含在产值当中。各单位缴纳的此类税负与生产的盈利性无关。这些税负主要包括生产中使用的土地、建筑物或其他资产所有权或使用税,或者雇用的劳动力或支付的雇员报酬方面的税收。这方面的实例有机动车养路费和注册费、工资所得税、非人寿保险的资产税,以及固定资产的使用税等。此外还包括各种官方收费,以及某些特定公共服务收费,比如度量衡器标准测试费,提供官方刑事犯罪登记册节选收费,等等。

4.158. 也许不可能在机构一级征收所有这些税负;因此,在这种情况下统计调查表的设计和日后的数据汇编应清楚地指明所报告的税种。

得到的补贴(项目7.2)

4.159. 此项目包括政府部门根据常驻生产单位的生产活动或其生产、销售或进口货物或劳务的数量或价值向其支付的补贴额。补贴款的分类非常近似于税款分类。

产品补贴(项目7.2.1)

4.160. 产品补贴相当于生产的某种货物或劳务所应得的单位补贴,可按每单位数量的货物或劳务的特定金额来计算,亦可按特定单价的百分比来计算;还可以按特定目标价格与买方实际支付的市场价格之间的差额来计算。

## 其他生产补贴(项目7.2.2)

4.161. 其他生产补贴包括常驻企业由于从事生产活动而可能得到的除产品补贴以外的各种补贴, 比如工资或劳动力补贴, 以及减少污染的补贴等。

## 8. 产出

## 按基本价格计算的总产值(项目8.1)

4.162. 此项目说明贸易机构的总体生产活动。不能从这些单位的会计记录直接查看产出(生产)情况。它是根据下列大组中的数据项目计算出来的: 营业额、销售额、发货价值、服务款额和其他收益(项目5(a)); 购买货物与劳务(项目4(a)); 以及存货(项目6)。贸易单位的产出是用特定方式计算的。毛利(项目8.1.1)在贸易总产值中占的比例最大。应把贸易产值的计算摆在头等优先的地位, 因为它直接关系到国民核算的编制。

4.163. 产值相当于一个贸易机构实际生产并可供本单位以外使用的所有货物或劳务再加上生产的供本单位最终使用的任何货物与劳务的总价值。按基本价格估算产值的计算公式如下:

总产值=

- + 该单位生产的销售额/营业额/发货价值(项目5.1.1)
- + 为接收后原封不动转卖而购买的所有货物与劳务的销售额/营业额/发货价值(项目5.1.2)
- 为接收后原封不动转卖而购买的所有货物与劳务的价值(项目4.5)
- + 为他人出售货物与劳务所获得的佣金和手续费(项目5.1.3)
- + 通过所做产业工作或向他人提供产业服务获取的收入(项目5.1.4)
- + 其他收益(项目5.2)
- + 自有账户固定资产价值(项目5.3)
- + 在制品的变化(项目6.3.3)
- + 制成品存货的变化(项目6.4.3)
- + 按照跟接收一样的条件为转卖目的购入货物的存货变化(项目6.5.3)

4.164. 为了与有关商业统计和国民核算的其他国际建议中的产出(生产)估值概念保持一致, 建议各国按基本价格估算贸易产值。然而对于无论被调查者还是调查统计工作者都感到难以区分“产品税收与补贴”和“其他生产税收”的国家来说, 按要素成本进行产出估值可能是次优替代方案。依其他生产税收和补贴所应用的处理方法而定, 下列三种恒等式——按要素成本、按基本价格或按生产商价格——中的任何一种均可导出产值:

按要素成本的总产值

- + 其他生产税收(项目7.1.1)

- 其他生产补贴(项目7.2.2)
- = 按基本价格的总产值
  - + 产品税收(不包括给买方开发票的进口品和任何增值税或可扣缴的类似税款)
  - 生产补贴(项目7.2.1)
- = 按生产商价格的总产值
- 毛利(项目8.1.1)

4.165. 毛利的定义是为转卖(批发或零售)目的购入的某种货物的实际价格或估算价格与该商品出售时或被处置时经销商须支付的重置该商品的价格之间的差异。原则上,毛利应按基本价格估值;不过,也可以应用类似于按基本价格估算总产值的原则的替代估值原则(项目8.1)。毛利值可通过下列恒等式来推导:

- 毛利=
- + 为接收后原封不动转卖而购买的所有货物与劳务的销售额/营业额/发货价值(项目5.1.2)
  - 为接收后原封不动转卖而购买的货物与劳务的价值(项目4.5)
  - + 为接收后原封不动转卖而购买的购入货物的存货变化(项目6.5.3)
  - 正常浪费率造成的日常损失值

4.166. 总的建议,待转卖货物库存的变化估值不包括持有资产损益。通过按照进出货时的时价对所有库存的进出货物进行估值,将毛利或总产值中的持有资产损益排除在外。

## 9. 中间消费与普查投入

按买方价格的中间消费(项目9.1)

4.167. 中间消费系由作为生产流程投入消耗的货物与劳务价值构成;其中不包括固定资产,这方面的消耗作为固定资本消耗入账(折旧(项目11.4))。在生产过程中货物或劳务可能被改造,也可能被用完。通常,中间消费按货物与劳务进入生产过程时的买方价格估值,就是说,按照使用这些货物和劳务的时候生产商对其重置所需支付的价格进行估值。

4.168. 中间消费构成国民核算的一个组,在货物或劳务进入生产过程之时而不是在其购买/获得之时入账。这两个时刻对劳务来说是吻合的,但不是对货物。实际上,各单位保有购买准备作为投入物使用的货物与劳务的账目以及这些货物的库存变化的账目。这就需要根据库存变化调整进货。

4.169. 中间消费不能直接从贸易机构的会计记录中查看。它是根据下列大组的数据项目计算的,即:货物与劳务的购买(项目4(a))和存货(项目6)。

中间消费=

- + 除煤气、燃料和电力以外的原材料成本(项目4.1)
- + 购买煤气、燃料和电力的成本(项目4.2)
- + 供水和污水服务费用(项目4.3)
- + 购买服务的费用(租金除外)(项目4.4)
- + 租金支付(项目4.6)
- + 材料、燃料和供给品的存货变化(项目6.2.3)

## 10. 附加值

按基本价格估算的附加值总额(项目10.1)

4.170. 按基本价格的附加值被计算为按基本价格的总产值(项目8.1)和按买方价格的中间消费(项目9.1)之间的差额。附加值的估值非常接近于相应的总产出估值(项目8.1)。如果产出按基本价格估值,那么附加值也按基本价格估值(中间消费总是按买方价格估值)。

按基本价格估算的附加值总额=

- + 按基本价格的总产值(项目8.1)
- 按买方价格的中间消费(项目9.1)

4.171. 也可以应用类似于总产值估值(项目8.1)的替代估值原则。有些情况下不可能把产品和生产税收与补贴分开。因此,本建议考虑到特定国家的观点,允许按要素成本计量附加值。按要素成本的附加值被计量为:

按要素成本的附加值总额=

- + 按要素成本的总产值
- 按买方价格的中间消费(项目9.1)

4.172. 附加值使用总额表示还使用净值表示,取决于包括还是不包括固定资本消耗(折旧)。

## 11. 资产、资本支出、报废和折旧

4.173. 固定资本积累总额是用贸易单位在所涉期间买进的固定资产总值减去出售的固定资产总值,再加上追加到非生产性资产价值上的某些特定劳务支出额计量得出的。

固定资产总值(项目11.1)

4.174. 这个数据项目包括有关机构打算使用的、预期生产寿命在一年以上的所有耐用货物的价值(包括土地、矿藏、林区之类、建筑物、机械设备和车辆等)。包括旨在延长现有固定资产的正常经济寿命或提高其生产能力的重大补充、改变和改善。此外还包括新增固定资产的价值和该单位使用自己的劳

动力为本单位的用途对现有固定资产所作的补充与改进。虽然包括固定资产大修，但是不包括日常维修支出。金融债权和无形资产(比如矿产权、版权之类)方面的交易也不包括在内。

4.175. 新的固定资产与现有固定资产之间的区别可能属于国家的重要关切事项:

- 新的固定资产包括所有那些以往从未在国内使用的资产。进口的固定资产无论在进口以前是否使用过都被认为是新的固定资产。新的固定资产不仅涵盖完整资产的购进，而且涵盖能够大幅提高现有资产的生产能力或延长其使用寿命的任何创新、改建或扩建;
- 现有固定资产是由至少一个使用者购进或为了自身利益生产的固定资产，其价值已经纳入固定资本积累总额。

#### 估 值

4.176. 现有固定资产按下述方式估值:

- (a) 从他人手中购进的固定资产按买方价格估值，其中包括运费和安装费以及在所有权转让过程中以手续费和任何转让税的形式发生的所有费用;
- (b) 通过易货贸易获得的固定资产按其估算的基本价格外加任何所有权转让税费估值;
- (c) 为自身利益生产的固定资产按其估算的基本价格估值;或者，在不能令人满意地估算基本价格的情况下，按其生产成本估值。生产成本等于材料和服务成本、雇员报酬、其他生产成本、用于生产的固定资产折旧，以及(如可能的话)间接成本加利润的估算毛利之总和;
- (d) 由多机构企业中的一个单位生产而由同一企业的另一机构使用的固定资产按照视同接收的机构从本企业以外的单位购进的价格估值;
- (e) 固定资产的出售价值按实际成交价格而不是按账面价值估算。

#### 入账时间

4.177. 有关固定资产购进与售出的入账时间的一般原则决定了在相关固定资产转让给有意将其用于生产的单位之时，即为入账时间。为自身利益生产的固定资产在完成生产之时入账。

4.178. 此项规则有如下例外情况，即：如果相关货物的开发票、发运、支付和首次使用是在不同所涉期发生的，比如在建的建筑物、结构、道路和其他项目以及未成熟的动植物，那么此种资产就按如下方式入账：它们先按在制

品处理，然后在其竣工或成熟并交付给有意使用它们的单位之时，再从存货重新归类为固定资产。

4. 179. 在依照事先达成的销售合同进行建造的时候，有关结构的所有权就随着工作进展分阶段地有效转让了。如果没有事先签订销售合同，那么(建造)单位所生产的建筑工程必须作为其在制品或制成品存货变化的组成部分入账，这要取决于此项建设是否已经完成。

4. 180. 以上概述的定义区别对待按建筑工程交货进度的分期付款和其他固定资产的付款。对建筑工程而言，按交货进度分期付款应纳入固定资产支出；而对于其他固定资产，按交货进度分期付款则应排除在固定资产支出之外，而作为一笔金融债权入账。在一些国家，这种处理办法可能行不通，也许所有按进度分期付款都不得不按固定资产支出入账。

#### 固定资产分类

4. 181. 固定资产交易分为下述组：

##### 住所(项目11.1.1)

4. 182. 住所是完全或主要用作住处的建筑物，其中包括任何相关的结构(比如车库)以及通常安装在住处的所有永久性固定装置。用作家庭主要住处的居住船、水上住宅船、拖车住房和大篷车等也包括在内。

##### 其他建筑物和结构(项目11.1.2)

4. 183. 其他建筑物和结构包括非居住建筑物、其他结构和土壤改良：

- (a) 非居住建筑物。非居住建筑物系由除住所以外的各种建筑物构成，其中包括作为结构组成部分的固定装置、设施和设备。对于新建筑物，包括场地清理和准备费用。非居住建筑物的实例包括仓库和工业建筑以及商业建筑；
- (b) 其他结构。其他结构包括除建筑物以外的各种构造物，其中包括建筑物的街道、下水道等方面的费用，另外还包括场地清理和准备的费用。结构的实例有公路、街道、桥梁、竖井、隧道，以及与采矿和能源储备有关的其他结构，还有旨在改进附近土地质量和数量的海堤、水坝、防洪堰等方面的建设；
- (c) 土壤改良。土壤改良是采取行动争取大幅改进土地数量、质量或产量或防止土壤恶化所取得的结果。这方面的估值也按固定资本形成处理。这方面的活动，比如土地清理、土地平整，以及打井和建造蓄水窖等，是构成相关土地整体所不可缺少的，全都按导致土壤改良的结果处理。

4. 184. 关于土壤改良，改良前的天然土地价值不包括在内。可是土壤改良的所有权转让费用要包括在内。

4. 185. 旨在延长建筑物和结构使用寿命并会提高其生产能力的重大补充、改变和改善(亦即它们的创新、改造或扩建)要跟新购进的类似固定资产划为一类。

#### 机械设备(项目11.1.3)

4. 186. 此类资产包括在所涉期间购进的新资产或二手资产。机械设备包括运输设备、信息设备、通信和电信(ICT)设备,以及其他机械设备。价格相对低廉、采购频率比较稳定的手用工具可以排除在外。属于住所和非居住建筑物整体组成部分的机械设备也不包括在内。

#### 运输设备(项目11.1.3.1)

4. 187. 运输设备包括客运和货运两种设备。其中包括机动车、拖车和半拖车;船舶;铁路机车和有轨电车以及运输业的全部车辆;飞机和宇宙航天器;以及摩托车、自行车,等等。

#### 通信和电信设备(项目11.1.3.2)

4. 188. 通信和电信设备包括使用电子控制的装置和构成这些装置组成部分的电子组件。这方面的实例有《产品总分类》版本2, 452和472<sup>39</sup>大组产品(硬件(计算机、笔记本电脑)和外围设备,各种演示装置,等等)。

<sup>39</sup> <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/cpc-2.wp>。

#### 其他机械设备(项目11.1.3.3)

4. 189. 其他机械设备包括没有被划归其他组的机械设备。这方面的实例有通用机械;专用机械;办公、会计和计算设备,电动机和器具,收音机、电视机和通信设备及器具;以及医疗器具、精密和光学仪器、手表和钟表,等等。

#### 知识产权产品(项目11.1.4)

4. 190. 知识产权产品是研究、开发、调查或创新的成果,开发者可将由此产生的知识出卖或者用于生产为自己谋利益,因为此种知识的使用受到法律和其他保护手段的限制。知识产权产品的具体形式有研发、矿物勘探与评估、计算机软件和数据库,以及娱乐或文学艺术原创作品等。知识产权产品的每个组都应分成两种成分:一种是从其他企业购得的投资商品;另一种是自行开发或为自用目的而开发的产品。

#### 研发(项目11.1.4.1)

4. 191. 研究和(实验)开发(研发)包括为了增加知识存量和使用这种知识发明新的应用的目的,有系统进行的创造性劳动支出的价值。研发的价值应根据其预期将在未来提供的经济利益来确定。除非能够直接查明研发的市场价值,否则可以按惯例根据包括失败的研发成本在内的各项成本的总和来估值。

4. 192. 对于企业自行开展的研发活动来讲, 可用如下恒等式来说明这种成本总和的方法:

自己进行的研发产值=  
+ 材料和劳务费用  
+ 参与研发的雇员薪酬  
+ 其他税负减去生产补贴  
+ 用于研发的固定资产的折旧

#### 矿物勘探与评估(项目11.1.4.2)

4. 193. 矿物勘探与评估包括石油和天然气勘探以及非石油矿藏勘探和随后对探矿发现的评估等方面的支出。这些支出包括授予勘探许可证之前的费用、执照和购置成本、评估费用和实际试验钻井、钻孔费用, 以及为进行这些试验所必要的航空测量和其他调查费用、运输费用, 等等。固定资本积累总额中还包括对矿物储量的商业开发之后进行的再评估。

#### 计算机软件和数据库(项目11.1.4.3)

4. 194. 计算机软件包括计算机程序、程序描述和系统及应用软件的支援资料。计算机软件方面的固定资本积累总额包括初期开发和日后的软件扩充以及作为资产分类的复制件的获得。用于计算电脑软件产值的公式类似于用于研发(项目11. 1. 4. 1)的公式。

4. 195. 数据库由各种数据文件构成。这些数据文件的组织有利于采取有效利用资源的方式存取和使用数据。数据库可以完全为自己使用而开发, 也可以作为一种实体供销售, 或者通过其中信息的存取许可证提供销售。这里要求报告作为固定资产购买的数据库, 也报告供自己使用的数据库的开发成本。自用数据库的开发一般应采取成本总和的方法进行估算。

#### 娱乐、文学和艺术原创作品(项目11.1.4.4)

4. 196. 娱乐和文学艺术原创作品包括原创影片、录音、手稿、音像磁带、模型等, 用以记录或体现戏剧表演、广播电视节目、音乐演出、体育赛事、文艺作品, 等等。这些作品往往是自发创作的, 可以采用成本总和的方法估值。

#### 折旧(项目11.4)

4. 197. 商业会计中计算的折旧是在后来的会计期内对以往的固定资产支出进行成本分配的一种方法。折旧代表一项固定资产由于老化和用于生产而损失的价值, 大多根据固定资产的历史成本来进行折旧计算。折旧适用于一切固定资产; 因此折旧的分类应与项目11. 1中提出的固定资产分类相对应。

4. 198. 商业会计中的折旧不同于经济会计准则中使用的固定资本消耗概念。固定资本消耗的一般定义是重置在所涉期间的生产过程中耗费的固定资



产所需要的那部分总产值。该定义基于个别资产的预期经济寿命概念，意在涵盖由于可预见的陈旧和不可挽回的正常事故损失以及正常磨损等原因造成的价值损失。意外废弃按实际发生时的资本损失而不作为固定资本消耗来处理。原则上，固定资本形成的定义给出了资本设备消耗的报告范围。固定资本消耗将由国民核算会计师为了日后分析的目的来计算，而不是在收集数据阶段进行计算。

## 第五章

### 业绩指标

#### A. 业绩指标的必要性

5.1. 随着对用于评估经销行业部门在盈利能力、生产能力和效率方面企业状况的信息需求量日益增长，人们加强了对批发和零售贸易业绩指标的关注。借助业绩指标可以评价个体零售商和批发商的业绩，或者判断相对于其他产业而言经销行业在国民经济中或在国际上的表现。

5.2. 使用第四章描述的各种数据项目收集的信息可用来分析批发和零售贸易单位的结构和生产活动。不过，在需要做出政策或管理抉择的时候直接使用这些数据项目未必足以奏效。显然需要另有一套变量来满足这种需要。此类变量就叫做业绩指标。

5.3. 现在已认识到，由于用户的需求多种多样并且可能因时而变，所以不可能创造一个适用于所有国家和所有环境的限定性的业绩指标清单。本章提出一套数量有限且有针对性和国内外可比性的指标，用以监测和计量经销行业部门的总体业绩或其中某些分支部门的业绩。同时描述了这些业绩指标的宗旨，并且考察了关于如何在经销行业制订、使用和解释这些指标的各项原则。

#### B. 业绩指标的宗旨

5.4. 一般而言，一项业绩指标就是与政策有关的一个变量，体现了包括经销行业部门在内的任何部门或其单位状况与功能的一个数字或定量描述。实际上，一项业绩指标可能是概括了两个以上重要量度的任何比率，而这一比率直接关系到特定单位或特定部门的业绩而不是它的活动。

5.5. 业绩指标也是综合提供复杂信息的一个有力工具，并且充当总结并向决策者和公众传递信息的手段。作为估量经销行业部门总体绩效的一个工具，业绩指标可以帮助决策者和经济计划人员评价贸易活动的组织效果，确定有待改进的潜在领域，并且围绕其未来发展战略做出更为知情的战略抉择。

5.6. 编制并广泛公布业绩指标的目的在于帮助活跃在经销行业的各单位评估其商业经营环境。零售商和批发商可借助业绩指标制定自己的业绩度量方案，鉴定并确立其长远绩效目标，并且经常衡量这些目标的进展情况。绩效

管理和报告可以带来重要商业利益，比如通过降低和管理资源消耗提高效率，增加销售额，改善本企业在顾客中的声誉。

5.7. 对于学术界和科研人员来说，业绩指标也是一个适用的工具。他们使用这些指标进行国与国之间、产业之间和不同时期的比较，并且鉴定能够导致提高绩效的各种因素。

### C. 业绩指标的种类

5.8. 业绩指标大致可分为三类，即：(a) 增长率；(b) 比率指标；及(c) 份额指标。有些业绩指标适用于任何组的经济活动，而其他一些则只对经销行业部门及其三个分支部门有意义。计算业绩指标所需的信息大多产生于各企业的会计和工资单记录，并包含在关于经销行业的统计调查中。不过，为了利用某些特定量度，也许有必要产生新的信息。

5.9. 各国应把业绩指标的汇编视为经销行业统计方案的组成部分。建议按年编制《国际标准产业分类》第4次修订本中的三位数(大组)层次的业绩指标，按季度编制其中两位数(类)层次的业绩指标。

5.10. 大多数业绩指标都有可借以进行时间数列评估的一个比较范围或者一个参照点。依数据重要性和可得性而定，企业可以按日编制和跟踪一些指标(比如营业额)，而其他一些用户可以按月、按季或按年来研究相关指标(比如存货对销售额的比率)。

5.11. 历史上，在包括经销行业在内的整个经济体中，任何经济活动都用两种指标来计量，即：产生的附加值和就业人数，以及它们各自在经济体中所占的比例或增长率。建议编制下述及其他附加业绩指标。

#### 1. 增长率

##### 附加值的增长率

5.12. 经销行业活动附加值(或任何其他经济活动附加值)的年度(季度)百分比变化构成附加值的增长率。可按算术增长率来表示为： $(Y_t/Y_{t-1})-1$ ，式中， $Y$ 和 $t$ 分别代表价值和时期。

##### 经销行业的就业增长率

5.13. 经销行业活动中的就业增长率是经销行业部门雇用人数的年度(月度或季度)百分比变化。该指标可按活动种类、就业组、性别和企业规模级别编制。

##### 零售贸易/批发贸易营业额指数<sup>40</sup>

5.14. 这个指数是经销行业部门按月正常实际活动的一个指标。因此，它被纳入短期经销行业统计清单，但是由于它在评价和分析批发零售贸易营业

<sup>40</sup> 关于营业额指数的更多信息，详见第七章：短期经销行业统计。

额发展状况方面的重要性，这里也把它列为一项业绩指标。该指标完全用于显示营业额的发展状况，而不是营业额的发展水平(项目5(a))。

5.15. 就实际而言，该指数是通过用适当的物价指数减缩营业额现值来计算的。零售贸易营业额的减缩指数可以是相应的消费物价指数(CPI)，而批发贸易则应采取类似于生产者价格指数(PPI)的方法，此种方法适应批发贸易的特殊性，且能体现贸易货物的价格变化，而不是所提供的贸易服务的价格变化。如果没有编制批发价格指数，那就把生产者价格指数认定为批发价格的合理替代物。一般而言，减缩是获得实际营业额的可取方法，可是在价格指数缺失的情况下，直接数量指标就会成为替代物。

5.16. 最好通过应用适当的季节性调整方法，根据日历和季节变化对营业额数据加以调整。<sup>41</sup> 变化率(或增长率)被定为上一年(如果连环的话)或基准年相应月份营业额的百分比变化。或者，可以使用营业额替代零售贸易/批发贸易营业额指数。

<sup>41</sup> 关于季节性调整方法的更多信息，详见第七章：短期经销行业统计。

5.17. 名义月营业额指数(成交金额指数)用类似方法计算，即作为相较于上一年或基准年营业额的月营业额百分比变化来计算。基准年(上一年也是一个基准年)营业额是基准年12个月营业额结果的算术平均值。

5.18. 按照计算月度指数的方法，可以用这些指数编制季度和年度指数。

## 2. 比率指标

### 雇员人均产值

5.19. 雇员人均产值是通过用雇员总人数(项目2.1)平分项目8.1中界定的总产值而获得的。揭示个体单位或活动层级的总产值与劳动力人数量度(以及资本和中间投入)之间的关系，是计量生产能力各个方面的基础。此项指标体现了按活动投入劳动力系数的变化，借此可以帮助分析不同活动的劳动力需求。

5.20. 凡是把雇用总人数作为分母的任何指标都有缺陷，因为它要受到劳动力投入来源和劳动力中兼职雇用比例变换的影响。譬如讲，由于外包的结果会增加兼职就业比例，而且它也不能反映劳动力个体特征的变化。纠正兼职就业的一个办法，就是要考虑到工作时数。

### 雇员人均附加值

5.21. 此项业绩指标是总附加值(项目10.1)对雇用总人数(项目2.1)的比率。确定雇员人均附加值是估计整个经济体和按活动分列劳动生产率趋势的通用方法。

### 每工时附加值

5.22. 简单的雇用人数计量会掩盖由于兼职工作演变或标准工时加班或轮班制度改变的影响带来的平均工时变化。按总工时计量投入生产流程的劳动

力是最恰当的方法。利用总工时信息，即可通过用产生特定附加值的总工时(项目2.5)除以总附加值(项目10.1)来获取每工时的附加值。这跟估算雇员人均附加值的方法差不多，不过为了取得准确结果，需要在工时方面提供可用的良好质量数据。依可用数据而定，该指标可按季度或按年度计算。它显示出每小时货物与劳务产量的阶段性变化。

#### 雇员人均营业额

5.23. 此项业绩指标是用总营业额(项目5(a))除以雇用总人数(项目2.1)得出的。这方面的趋势也可以按实际情况计量，就是说，用实际营业额(见第5.15段)除以雇用总人数。此项指标对于解释个体经销行业分支部门的发展动态很有用，因为在一些经销活动中(比如自营批发商和零售商的活动)可能营业额相对高于其他活动(比如在代理基础上的批发活动)。可按活动种类、就业组、企业规模级别等编制该指标数据。

#### 毛利对营业额的比率

5.24. 此项业绩指标是用转卖货物的毛利(项目8.1.1)除以仅出自购买和转卖贸易活动的营业额(项目5.1.2)得出的。这个比率可以很好地显示贸易单位的业绩并且为不同贸易类型之间的比较提供依据。

#### 存货对营业额的比率

5.25. 存货对营业额的比率体现了月末存货价值对月营业额的关系。存货一般要占贸易商总资产的很大份额，因此改进库存管理可以对提高盈利能力起到重要作用。这个比率尤其对短期贸易统计更加重要。譬如讲，2.5的比率表明零售商或批发商手中有足够的商品覆盖两个半月的销售额。

#### 每个零售空间的销售额

5.26. 每个零售空间的销售额比率是通过用营业额(项目5(a))除以销售空间——即用于销售和展示的那部分营业场所的占地面积——得出的。销售空间包括顾客可以进入的总空间，其中包括试衣室；柜台空间和橱窗空间；以及柜台后面供货员使用的空间。销售空间不包括办公室、库房和理货间、楼梯、衣帽间和其他便利空间。应根据具体国情界定特定销售空间组。由于销售空间组不统一，加之各国在这方面做法各异，所以不可能确立国际统一的销售空间分类。

### 3. 份额指标

#### 经销贸易附加值在总附加值中所占的份额

5.27. 此项业绩指标系指经销行业(或任何其他经济活动)中产生的附加值在经济体总附加值中所占的比例。如果计算了所有经济活动的这项指标，即可说明经济体的结构成分，并显示个体经济活动对国内生产总值(GDP)的贡献率。

经销行业活动中的就业人数在经济体就业总人数中所占的份额

5.28. 此项业绩指标是评估劳动力市场细分和趋势的一个有用工具。它是作为经销行业就业总人数对整个经济体就业总人数的比率计算的。

电子商务销售额在总营业额中所占的份额

5.29. 此项业绩指标是计算得出的(项目5(a))电子商务销售额(项目5.4)在总销售额中所占的份额。近年来,随着计算机网上交易大幅扩展,此项指标变得日益重要。

#### D. 附加指标

5.30. 这个标题项下的各项指标不一定用于评价业绩;但是人们认为,这些方面的数据汇编有助于工商业界和其他用户监测贸易活动组织的某些特定方面。不过,这里应着重指出的是,这些指标的编制需要额外收集数据,因而大大增加了受访者的负担。建议各国只有在本国国情需要的情况下才收集此类信息。

应收账款(年末未结清的分期付款和赊账余额)

5.31. 零售应收账款的定义是零售商店向顾客提供的赊购便利到所涉期末尚未结清的余额。应收账款包括消费者应付未付的金额,比如(a) 客车和其他车辆乘车费的赊账;(b) 在信贷额度基础上提供的零售赊账以及除了客车和其他乘车费以外的消费商品的赊账;(c) 其他消费应收账款,亦即不是在周转信贷额度项下提供的以及出自非汽车消费商品零售的所有信贷款额。该项目不包括银行或其他信用卡发放单位发放的信用卡。

零售商店数

5.32. 这是指一个企业经营的零售商店总数,而不论是属于本企业所有的还是租赁的。商店的定义是顾客进来买东西的固定销售场所。

固定市场售货台和/或摊位数

5.33. 这是指一个企业经营的固定市场售货台和/或常设摊位总数,而不论是属于本企业所有还是租赁的。虽然顾客进入商店买东西,但是通常他们不进入售货台/摊位购买。

#### E. 如何解释业绩指标

5.34. 业绩指标并非绝对数字:其含义需结合比较和分析而定。通过与其他度量指标作比较,可以仔细地全盘衡量一个单位或一个部门;通过分析研究有助于了解形成特定业绩水平的相关因素。

5.35. 在使用业绩指标进行比较的时候，要注意确保进行比较的单位或现象要有足够的相似度，或者起码要搞清楚差别在哪里。譬如讲，拿一个小的专营店去跟一个大百货商店作比较就没有什么意义。另外，在用业绩指标表示从第四章列举的清单中提取的两个以上数据项目之间的比率的情况下，要确保它们在定义和覆盖面上协调一致。

5.36. 最好把业绩指标用来计量经销行业部门(或经济体的任何其他部门)的总体业绩、它的结构或当前进展；因此建议不要以牺牲这一大目标为代价，去追求详尽分析或计算一些不太重要但是编制起来却需要额外收集数据的业绩指标。业绩指标的目的在于了解经销行业部门业务活动的主要业绩和发展趋势，并且以协调统一且具有国际可比性的方式来应用这种知识。

## 第六章

### 资料来源和数据汇编方法

6.1. 本章载有关于经销行业统计中使用的资料来源和数据汇编方法的建议。作为本建议的后续行动，准备推出题为《经销行业统计数据：编制者手册》出版物，其中将就相关良好做法提供更详尽的指导意见。

#### A. 资料来源

6.2. 编制经销行业统计数据所需的资料来源。经销行业统计的产生基于从无计其数的来源收集数据的工作，以便按照《国际标准产业分类》第4次修订本门类G中的分类，描述经销行业各单位的生产活动和部分资产负债表项目。可以根据资料目的和统计信息的提供者将数据来源区分为两个基本组。可是在这两类资料来源中，原始数据来源是相同的：即均为贸易单位保有的记录。这两类资料来源分别是：

- (a) 统计资料来源，提供专为统计目的收集的数据，比如人口普查和调查数据；
- (b) 行政资料来源，提供原本不是为统计数据生产而创造的数据。

#### 1. 统计资料来源

6.3. 统计调查。有关单位的统计调查向来是编制经销行业统计数据的主要资料来源。进行这种调查的办法，要么依靠查点人口中的所有单位(即普查)，要么仅由从人口中科学选取的有代表性的少数企业对调查做出答复(即抽样调查)。

6.4. 相较于行政资料来源而言，统计调查资料来源的主要好处是，调查工作、数据收集和数据处理程序的计划与实施都是由统计机构自己来控制的。原则上，受访者没有什么理由刻意误报数据，因为统计机构保证它所收集的数据严格保密，绝不用于统计之外的其他目的。不过，此种调查办法也有某些不利之处，比如它是资源密集型的(不论财力上还是人力上都如此)，它会加重调查受访者的负担，它的不答复率和抽样误差率都较高，等等。

6.5. 经济普查。一般来讲，经济普查是一种时间间隔不太频繁的统计调查(通常每5年或每10年进行一次)，<sup>42</sup>其目的在于收集有关所有(或某些)经济活动领域中各单位经营特征和结构的综合而详尽的统计数据。经济普查的主

<sup>42</sup> 目前还没有国际公认的“经济普查”定义。各国也许对同一种类型的统计调查有不同的名称和认识。现有关于这一词语的不同叫法有“经济单位普查”、“机构普查”和“机构与企业普查”。



要目标是建立并保有工商企业注册，同时为较频繁的统计调查提供一个抽样框架。

6.6. 贸易单位普查。贸易单位普查既可以作为包括所有经济活动在内的整个经济体普查的一部分，也可以作为经销行业部门或只针对其活动的独立普查。应强调指出的是，这种普查的计划和组织工作以及接下来将基本数据转化为经销行业统计数据项目的过程需要花费大量时间和资源。这种做法代价高昂，会对被受访单位构成很大负担，并可能降低答复率，从而影响到收集信息的质量。对于缺乏最新工商企业注册数据的特定国家而言，或者对于非常需要按地域分列的详尽统计数据的用户而言，进行一次完整的贸易单位普查可能是有益的。如果有收集和生成较高质量经销行业统计数据的其他途径的话，就不要进行贸易单位普查了。

6.7. 贸易单位普查一般可以提供有关从事贸易活动单位(包括非正规部门的小单位)在特定时间点的完整调查，因而是生成较长时间间隔所需贸易统计数据的一种适当做法。不过，就其所提供的数据内容而言，普查是有局限性的。对于那些把实施经销行业单位普查当做数据收集战略组成部分的国家，建议紧跟在普查之后尽快进行阶段性(年度、季度或月度)抽样调查，以确保提供贸易活动的持续计量数据和收集针对特定部门的更详细数据。

6.8. 在一些国家，根据经济普查中创造的清单或专门保管的区域框架产生出企业调查框架。此种做法不可取。建议各国最起码要建立包括所有贸易企业在内的一项永久性工商注册(见第6.30段)。

6.9. 抽样调查。统计工作者往往采用抽样调查方法来获取大型统计单位总体的相关数据，这种方法需要选择和计量从该总体抽取的一个样本。由于总体中各单位特征不同，所以要在样本选择过程中应用科学样本设计法，以减少扭曲总体观察的风险。根据从抽样调查数据获取的估计数得出单位总体的结论。相对于经济普查而言，抽样调查方法是一种较为廉价的收集数据手段。它可以设定截止点，也可以不设。

6.10. 经销行业抽样调查。在大多数国家统计机构，批发和零售贸易抽样调查都很少局限于一种标准形式，而倾向于组合运用在阶段性和主要特征方面各不相同的多种调查方式，比如：

- (a) 活动、规模、法定形式、经营类型和涉及变量的种类(诸如营业额、支出额、雇工情况、其他专项变量等)；
- (b) 偶尔涉及的额外特征，比如有关单位的地理位置，这可能影响到调查内容。

6.11. 确定目标人口的规模界限。在贸易调查中，规模界限在确定目标人口(乃至相关单位的抽样人口)方面起到重要作用。大多数抽样调查都是针对超过一定规模界限的单位进行的。这样做的理由多种多样，其中包括希望限制调查规模并减轻企业受访的负担，同时希望顾及保有较小单位注册信息的问题。目前尚未提出关于适当规模界限问题的国际建议。有关决定留待各国统计

机构去考虑，在不同贸易活动和不同间隔期的调查之间上述决定会不尽相同。但是鼓励各国定期评估由于设定规模界限而造成的调查覆盖面不足的问题，并且在向用户提供的数据诠释中要包括对这种界限的说明。

6.12. 旨在收集贸易单位数据的调查类型。一般来讲，有三种类型的抽样调查适合收集贸易单位的数据：依被抽样单位和/或被接触单位而定，它们分别是企业调查、住户调查和住户-企业混合调查。选择进行哪一种调查，取决于国家统计制度，也取决于国家统计机构的可用资源。

6.13. 企业调查的抽样单位是企业(或企业所属的统计单位，比如机构或特定活动单位)，它们是从中获取相关数据的报告单位和观察单位。而在住户调查中，住户同时是抽样单位、报告单位和观察单位。在住户-单位混合调查中，选择一个由若干住户组成的样本，并且询问每个住户：其家庭成员中是否有人拥有或经营一个非法人企业(在发展中国家亦称非正规部门企业)。然后再根据如此选择的企业清单，来选定预期最终收集数据的企业。住户-企业混合调查对于仅覆盖非法人(或家庭)企业很有用，因为这种企业为数众多，不容易注册。

6.14. 抽样框架。统计单位有没有一个抽样框架，这是能否进行既定调查的一个先决条件，因为这个框架是选择样本单位的依据。依抽样框架来源而定，调查还可以分为基于名单的和基于地域的两种。在基于名单的调查中，是从一个原来就有的企业或住户清单中选择初始样本。在基于地域的调查中，初始抽样单位是一套地理区域。在完成了一两个选择阶段之后就确定了一个区域样本，并将其中的企业或住户列入清单。根据该清单选出样本，收集数据。

6.15. 企业调查。进行企业调查需要有一个贸易企业抽样框架。如果统计机构保有企业注册用以支持一系列调查的话(见第6.30段)，即可从中编制抽样框架。对于没有保管最新企业注册的国家，建议根据最近的经济普查编制一份企业清单，并把它当做抽样框架使用。在基于地域的调查中，首先选择一个区域样本，然后点查选定的区域，以期编制一份在充作抽样框架的地区经营的企业清单，用以选择样本中的企业和收集所需的信息。对于经销行业企业调查来说，一般倾向于基于企业的调查而非基于地域的调查，理由如下：

- (a) 从抽样观点来看，就样本规模而言基于名单的调查效率比较高。基于地域的调查涉及到使用分组抽样法；为了达到一定的精确度，这种抽样法所需的样本规模要比基于名单的调查样本大；
- (b) 也许很难在一个区域范围内进行企业调查。虽然可能有不少企业很容易识别，但是那些在家里做活或者没有固定经营地点的家庭企业通常很难识别；
- (c) 通过一般目的的企业统计注册保有企业清单要比保有基于地域的清单便宜；
- (d) 基于地域的抽样法不适合跨越多个地区经营的大中型企业，因为仅从位于实际选中地区的那部分企业收集数据实施起来难度很大。另

外，一般认为，为了避免由于疏忽大意而遗漏企业的某些部分，建议最好收集整个企业的数据，而不是只收集其局部的数据。

6.16. 建议各国使用基于地域的企业调查方法来收集小型贸易企业的数据，这种企业一般在经济体的非正规或无组织的细分市场经营。对于此类企业来说，通常没有令人满意的注册或清单可用。

6.17. 住户调查。作为非法人生产单位的家庭企业不被确认为脱离其所有者的法定实体(见第2.45段)。在这些企业所从事的生产中使用的固定资产和其他资产不属于企业所有而属于它们的所有者。编制此类企业的清单，要么不切实际，要么过于耗费资源。建议通过住户调查来收集此类企业的生产数据。

6.18. 如果住户调查的目的是为了收集有关劳动力和家庭支出方面数据的话，那么，通过追加相对很少的额外费用就可以在调查表中补充一些与生产活动有关的问题。这样一来，通常利用住户调查就比为了同样的目的进行一次基于地域的调查便宜。不过，这里需要强调指出的是，仅就个人而不是企业作为住户中的应答单位这一点而言，有关企业贸易活动所可能收集的数据也许就相应地比较有限。有些统计机构保有或可以利用人口或住户注册(至少在城市地区是如此)，因而可以进行基于名单的住户调查。可是此种注册数量不多，所以大多数住户调查都是基于地域的。

6.19. 住户调查的不利条件。利用住户调查从非法人贸易企业收集数据，主要不利条件就是这种调查的样本设计意在涵盖的是有代表性的住户分布，而不是有代表性的贸易活动。虽然零售贸易——其定义是向终端消费者(住户)销售货物和提供劳务——也许能够以类似于人口的方式跨地区分布，但在许多情况下这两种分布是不同的，因为贸易活动一般集中在商业地区和市场地区。

6.20. 住户-企业混合调查。在住户-企业混合调查中，首先选择一个住户样本，并且询问每个住户其成员当中有没有一位企业家，亦即一个从事经济(含贸易)活动的非法人企业的唯一业主或一位合伙人。然后把如此鉴别的所有企业(或其中一个子样本)的数据收集起来——要么立即从代表企业报告的受访者那里收集，要么在此后的数据收集阶段收集。由此可见，住户-企业混合调查有别于住户调查的特点就在于它收集的是关于企业本身的信息，而住户调查收集的则是关于住户中的个人信息，其中可能包括他们对企业做出的个人贡献。

6.21. 还建议通过住户-企业混合调查提供未被纳入基于名单的企业调查范围的小企业数据。各国要知道它们面临着同基于地域的企业调查相类似的不利条件，即样本设计方面的缺陷和处理拥有跨地域生产单位的企业的难度。一般来讲，在收集被排除在基于名单的企业调查范围之外的小型贸易单位的数据并估计其产值的时候，住户-企业混合调查要比住户调查或基于地域的企业调查更适宜。

6.22. 改进型的住户-企业混合调查方法。为了回避住户-企业混合调查方法(见第6.21段)中的不利条件,一些国家<sup>43</sup>采取了一种改进型的方法,即以相互排斥的中性的方式编列两种清单,即:(a)住户和家庭企业经营者清单;及(b)抽样地区的机构清单。在编列清单阶段,对入选地区的每一种单位结构都进行访问,以鉴别和编制一份调查范围内所有机构的完整清单。这种改进型的住户-企业混合调查方法优于基于地域的企业调查,因为它提高了微型和小型单位,尤其是相对于定点经营者的流动单位的数据质量。<sup>43</sup> 比如印度和菲律宾。

6.23. 受访者的负担。最大限度地减轻受访者的负担,应当是国家统计机构在设计和实施经销行业调查时所奉行的一项宗旨。

6.24. 要特别注意受访者的负担问题。作为减轻受访者负担的办法,建议各国的统计机构要搞好收集数据的协调工作,在内部,要从中央监督抽样标价的界限和提取样本的选择;在外部,要尽可能使用现有信息来源,比如行政登记信息。

## 2. 行政资料来源

6.25. 行政资料来源是根据立法和/或管理规章建立起来的。每一项规章(或相关条例组合)都会产生受该规章约束的一种单位登记——企业、个人,等等——并且从实施规章产生相关数据。统计机构把这种登记和数据统称为行政资料来源。各种行政当局根据立法规定的行政要求或者干脆为了协助各单位管理其业务的内部目的保管单位案卷。从这种行政来源产生的数据可以为统计机构所用。建议各国在为统计目的使用行政资料来源的时候要特别注意此类资料的局限性,并且在其数据诠释中说明这些局限性。

6.26. 私人掌控的行政资料来源。除了利用根据立法和/或规章建立的行政资料来源之外,统计机构还可以从私营部门的数据供应商那里获取某些资料。私营部门的数据供应商<sup>44</sup>在商业基础上运营,因此他们向统计机构提供的数据是根据合同转让的,并且需要付费。<sup>44</sup> 大不列颠及北爱尔兰联合王国的邓白氏公司就是私营部门数据供应商的一个实例。

6.27. 使用行政资料来源的主要有利条件。现将使用行政资料来源的最重要有利条件列举如下:

- (a) 完全覆盖行政对象人口,且预期的单位不答复率较低;
- (b) 回避受访负担。响应调查的单位作为行政程序的组成部分提供信息;
- (c) 统计机构从行政来源获取数据要比进行调查便宜;
- (d) 行政资料来源适合覆盖单位总体的最小细分;它们虽然对估计值贡献很小,但是却在单位总数中构成一个实质性的比例;
- (e) 与调查抽样相比,误差较小;
- (f) 由于行政当局对数据严加检查的缘故,有些数据可能更加准确。

6.28. 行政资料来源的不利条件主要表现在如下几个方面：

- (a) 行政概念和统计概念的差异。由于行政程序不在统计机构管控之下，所以有关数据覆盖面、内容、质量和统一性变量和单位的概念始与行政目的相一致。这就限制了行政数据用于统计估计与分析目的；
- (b) 难以和统计系统的其他数据相融合。尤其是因为概念不同或者因为识别数有出入，行政单位和统计单位不相对应。即使行政登记中的变量完全适合统计机构的需要，由于存在匹配问题也用不上；
- (c) 稳定性方面的风险。行政程序随时可能根据新立法而发生改变，而不太考虑(或根本不考虑)对统计数列的影响。这可能会造成系统偏差；
- (d) 即使行政当局检查数据，也是一般集中在对其行政程序有实质意义的材料方面。他们也许不会那么仔细地检查统计方面所关切的变量；
- (e) 也许只有经过令人无法忍受的拖延之后才能得到所需的资料；
- (f) 在资料可得性和保密性方面受到诸多法律约束。

6.29. 建议经销行业统计数据的编制者鉴别和审查本国的各种现有行政资料来源，并且使用其中最合适的资料来编制经销行业统计。这样做可以有助于大幅减轻受访负担并降低调查成本。上述有利条件和不利条件都不是绝对的。它们是否适用，在多大程度上适用，这要取决于具体情况。因此，应通过上述审查工作编制一份核对表，供决策过程中使用。最适当的行政资料来源有税务当局(就任何与财政或增值税有关的单位信息而言)、海关当局、社会保障注册，等等。

### 3. 用作统计调查框架的企业注册

6.30. 企业注册的必要性。经销行业单位的任何企业调查的组织与实施都假定有一个适当的抽样框架可用，就是说，要有一套可供分层、抽样和联络使用的抽样单位及其相关细节的资料。原则上，抽样框架应包括调查目标人口中的所有单位，不要有重复或遗漏。建议各国把为统计目的保有的企业注册当作产生经销行业调查抽样框架的最佳资料来源。

6.31. 统计用企业注册。一般来讲，统计用企业注册是在国民经济中运营中的所有企业和其他单位连同各自特征的一份清单。它是进行统计调查的一个工具，同时它本身也是一个统计数据源。大多数情况下，统计用企业注册的建立和维持都要建立在法律规定的基础上，因为它的规模和覆盖面是由特定国家因素决定的。建议作为最佳选项，根据统计机构保有的通用目的的、单一的统计用企业注册编制适用于所有基于名单的经销行业企业调查的框架，而不要每次调查都使用单独的企业注册。使用单一的统计用企业注册有两个理由。首

先，也是最重要的一点，就是统计用企业注册使得选取的统计单位样板能发挥作用，同时便于根据适用于所有调查的公认的概念标准进行单位分类。其次，在统计机构内部由单一的一个组织单位负责保管调查框架要比有多个单位分头负责保管每次调查创建的框架效率更高。

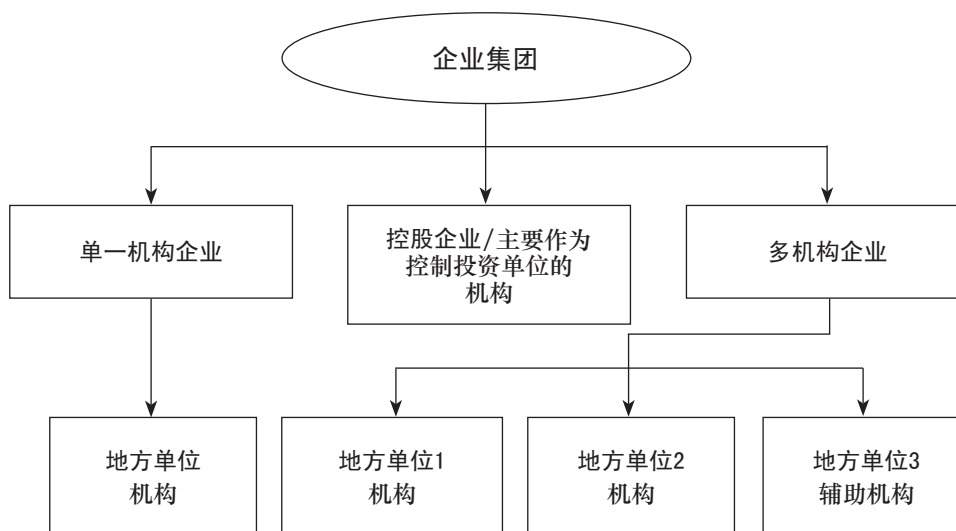
6.32. 统计用企业注册的建立。建立统计用企业注册应从获取各种行政注册入手，这些企业注册是为了支持某些法律法规的目的而创建和保管的。如果只用一种行政注册，由此产生的统计用企业注册就可能在覆盖面和内容上存在缺陷，因而不能为日后的统计调查提供一个适当的抽样框架。鼓励各国通过从多个行政来源收集资料来扩充其统计用企业注册的内容和覆盖面。统计机构在使用每一种行政注册之前都要仔细审查其中单位覆盖面和数据质量。应该提及的是，只有在为所有企业引进同一个企业号的情况下方可进行数据组合。

6.33. 注册的保管。为了使统计用企业注册充当包括经销行业调查在内所有统计调查的中央抽样与加权框架，该注册应不断更新并保持令人满意的质量。然而实际上，注册中的企业并非长期保持一成不变：拥有这些企业的法定单位可能合并或拆分、抑或停业；它们可能会改变生产活动或迁移营业地点；或者可能产生(出生)了新的企业，而现有企业可能已经不复存在(死亡)。基于上述原因，建议要定期维持和更新统计用企业注册，以随时掌握企业的动态变化。除非定期修订企业注册，否则它会因为过时和不能适当反应真实世界而很快失去价值。

6.34. 建立和保有统计用企业注册所需的资料来源。原则上，用以建立统计用企业注册的资料来源通常也用于注册的保管。这些资料来源包括：

- (a) 经济普查。实际上，经济普查(见第6.5段)提供综合性最强的特定国家的企业清单及企业间的联系，并可在此基础上建立和保有统计用企业注册。建议在前述第6.6段说明的情况下使用经济普查的方法；
- (b) 行政资料来源。行政资料来源是建立统计用企业注册(见第6.32段)的最重要资料来源之一。可是在使用这种资料来源保有企业注册方面也存在不少的问题。行政资料可能用于建立和保有企业注册的通常实例包括企业注册系统、增值税系统、工资税系统，以及政府机构保有的管理失业保险金、社会保障或其他方案的案卷等。不过这些案卷需要仔细审查以确定其是否完整、适当和准确，因为它们原本不是主要为了满足经济调查需要而设计的。据了解这些资料来源包含一些不活动的单位；它们也不能用来对单位活动进行分类和提供联络信息，也不能借通过变更所有者来跟踪非法人企业；
- (c) 来自企业调查的反馈。来自企业调查的反馈是建立和更新统计用企业注册的一个至关重要的资料来源，因为它提供了有关联系地址、停业、单位经济活动变化等方面的新信息；

图六.1  
企业集团、企业及其所属机构之间的等级联系



- (d) 企业注册调查。不能从注册所依据的行政来源得到的或不能从调查反馈得到的注册更新信息，只好通过企业注册调查(有时叫做企业性质调查)和通过企业注册工作人员的特征勾画操作来获取；
- (e) 其他潜在的资料来源。这些来源包括贸易协会保管的有关其成员的信息以及电话公司编制的电话簿或特别名单，等等。每一类资料来源都有各自的特点，必须在决定如何使用之前进行仔细研究。

6.35. 一般来讲，建立统计用企业注册所使用的一份记录是每个机构的，另一份记录是每个企业的，每个机构与其母企业之间有着可辨认的联系。对于多机构企业来说，这就意味着还将有一份总公司的记录，而每个机构都与总公司相互参照。建议各国指定企业和机构的适当编码，以便建立它们之间的等级联系(见下文的图六.1)。借助这种关系编码，主要机构向起辅助作用的附属单位分配营运盈余，并且估算附属单位向有关机构输送中间消费品的价值。控股公司不是附属单位，因为它们控制和指导附属公司的功能不是辅助活动。《2008年国民账户体系》把控股公司当作金融公司处理。

6.36. 统计用企业注册最起码应当包含有关贸易单位的下列信息：

- 每个企业的名称和实际地点；
- 邮政地址(可能与实际地点不一致)；
- 作为多机构企业组成部分的企业和机构的总公司或总部的名称和地址；
- 经济活动种类：描述或编码；
- 法定组织：公司型的或非法人的；

- 所有制类型：公有制(属于中央、州和地方政府所有)；国民私有和外资控制；
- 雇用人数；
- 销售总额或产值；
- 资料来源和日期。

## B. 数据编制方法

6. 37. 从统计受访者那里收集数据是经销行业统计数据编制的开端。编制数据的过程绝不仅仅是调查表项目的累积。统计机构要对收集的数据进行一系列检查、验证和统计程序，以便使其达到预期的统计产出水平。现就其中最重要的程序直接做出如下解释。

6. 38. 数据验证和编辑。同任何其他受访者一样，贸易统计受访者在填写统计调查表的时候也容易出现误差。因此，即使在最佳统计调查中收集的数据也会受到各种不同类型应答误差和非应答误差的影响。为了解决这些应答缺项、无效和不一致的问题，编辑和估算工作已成为所有类型统计调查数据处理作业的组成部分。编辑工作是对从受访者收集来的数据进行系统审查，以便根据预先确定的规则，识别并最终修正不能采纳的、不一致的、非常令人怀疑的或不大可能的数值。这是保证收集信息质量的一道必不可少的程序。微观编辑(亦称输入编辑)聚焦于个别记录或调查表，而与之相对的宏观编辑是对总体数据进行检查。

6. 39. 选择性(按重要性进行)编辑。<sup>45</sup> 选择性编辑是一种按轻重缓急进行编辑和进一步节省编辑成本的方法，因为在官方统计生产中编辑工作是最耗费资源的过程。它是一个仅以对经销行业调查结果有重要影响的微观项目或记录为目标的工序。建议各国在就统计过程各阶段资源分配作决定的时候，要把使用选择性编辑作为编辑经销行业数据较为有效的方法摆在优先地位。

<sup>45</sup> 详见经合组织《STES及时性框架：选择性(或按重要性进行)编辑》，见：[http://www.oecd.org/document/21/0,2340,en\\_2649\\_34257\\_30214485\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/21/0,2340,en_2649_34257_30214485_1_1_1_1,00.html)。

6. 40. 数据编辑可在数据输入阶段进行(输入编辑)，亦可在数据输入之后进行(输出编辑)。建议把下述编辑检查当作探查经销行业数据误差的有用手段：

- (a) 例行检查：用于检测是否所有应该回答的问题确实都回答了；
- (b) 验证检查：用于检测回答是否可以接受。对照一个为此规定的有效数值范围项目检查调查表中的答案。任何超出有效数值范围的观察值都要经过数据编制者的审查并就此采取纠正行动；
- (c) 合理性检查：这是一套基于调查应答数据统计分析的检查方法。许多检查采取两个变量间的比率形式，这个比率应该在规定限度之内。另一种合理性检查是一种算术检查，比如规定各种相关变量之和应等于规定的总数。



6.41. 一般可以通过数据可信度检查——譬如通过与以往报告的数值作比较，或者与对特定组企业有适当限定条件的报告数据比率作比较——剔除来自受访者的较大随机误差。调查机构并不能跟踪受访者造成的所有误差，因此，就连最详尽无遗的数据编辑工作也不会产生无差错数据文件。譬如讲，经久不衰的系统性误差——比如贸易单位对营业额的瞒报和对支出额的高报——是很难查出来的。

6.42. 有影响的观察数据。有些数据项目的回答可能会对主要估计数值产生非常重要的影响。这些答案往往叫做有影响的观察值。一般来讲，编辑工作应更多地聚焦于此类数据项目的答案上。尤其是特大型企业往往成为有影响的观察数据来源，它们的数据应单独检查。

6.43. 估算值。在大多数贸易调查中往往发生数据漏失的问题，从而给数据编辑带来麻烦。调查表中的特定数据项目可能发生数据漏失(即所谓不答复项目)，或者被选定的单位也许根本没有交回填写好的调查表(即所谓不答复单位)。在项目不答复的情况下，使用估算的方法来估计漏失的数据。通常，不答复单位的问题通过再加权来处理，或根据该单位以往阶段的可用数据进行估算(即替代法)或者根据可得的行政信息进行估算。

6.44. 不答复项目。如果被抽样单位没有回答全部相关问题而只是回答了其中部分问题，就叫做不答复项目，或部分不答复。也许会出现如下情况：受访者报告了所有问题，但是要么有些回答可能不合逻辑，要么受访者提供的一些答案之间或许有不一致的地方。数据集中的这种不答复项目或者无效数据的存在最终会影响到调查结果的质量。只要遵守适当的编辑规则，其中许多问题就会迎刃而解。

6.45. 不答复单位。虽然法律上要求样本中被选中的单位向统计机构的调查提供答复，否则有可能受到处罚，但事实上此项要求并没有消除不答复的问题。下述任何缘故都有可能导致出现不答复的问题，诸如：调查所包括的单位不存在；受访者对有关数据的重要性缺乏认识；被调查者拒绝配合；被调查者不知道如何作答；缺乏资源；没有想要的信息，等等。

6.46. 确实有些办法可尽量减少不答复的问题，其中包括：提高对收集数据的重要性的认识；在发起调查的时候通过印刷和电子媒体呼吁受访者与统计当局合作；派人去提醒尚未答复的单位；以及诉诸国家立法中规定的强制措施。

6.47. 不答复项目问题的处理办法。不答复问题的存在需要采取步骤以减少其对估算值的影响。在处理数据项目缺漏(或不答复)的问题方面，一般有如下两种策略：

- (a) 忽略一切形式的漏测值，集中分析填写完整的调查表；
- (b) 对漏失数据进行估算，以求获得完整数据矩阵。对借助估算完成的数据集应用统计方法进行分析。

6.48. 采取第一种策略甚至会导致把填写不完整的调查表中的有效数据也抛弃掉。因此，最好采用第二种策略来处理不答复项目问题。不要把原答卷中缺漏的或据信有误的个别数据项目数值自动解释为零；而应采用适当的估算方法予以弥补。如果使用预先确定的规则编辑了所有数据之后发现有漏失数据，通常就单独采取步骤进行估算。它解决了前一阶段手工和计算机辅助检查中所没有解决的不一致问题。

6.49. 估算工作涉及到用可信的和内部一致的数值置换一份或多份记录中的一处或多处错误答案或不答复。通过这一过程可以填补空白，消除不一致的数据；借助这一手段可以产生完整的、一致的、含有估算数据的文件。现有的估算方法，从简单直观的统计程序到相当复杂的统计程序，多种多样。选用的方法是否适当取决于分析的目的和漏失数据的种类。一些通用估算方法包括：

- (a) 主观处理：根据似乎合理的数值进行估算。譬如讲，如果已知雇员人数，即可扣除劳动力成本；
- (b) 平均值/模态值估算：估算漏失数据变量的平均值。对于分类数据，估算模态值。一种改进办法，可能需要估算中位数以消除极值的影响；
- (c) 后分层法：如果使用与漏失数据的单位同质的单位观察值估算平均值/模式值/中位数的话，即可改进精确度，使得估算值比较接近于真实值。为此采用后分层法，即：把样本分为若干层，然后估算每一层的平均值/模式值/中位数；
- (d) 替代法：取决于是否有可比的数据可用。估算的数据可以是上年同一调查中的企业数值，经过调整后能反映该层数据项目值的平均增(减)值；
- (e) 冷层面法：利用一组覆盖所有数据项目的固定数值。可以运用历史数据、主题专门知识等来构建这些数值。创造一份“完美的”调查表以完成全部或部分估算要求；
- (f) 热层面法：使用来自一个“捐助者”——亦即同一调查的一个类似参与者——的现有数值来取代每个缺失的数值。该“捐助者”可以从具有同一套预定特征的一群“捐助者”当中随机选择。编制了一份符合这些标准的“捐助者”清单，而其中之一是随机选择的。一旦选定某个“捐助者”，就用它的答案(比如年收入)来取代相应的漏失或无效答案；
- (g) 最近邻估算或距离函数匹配：给一个失败的编辑记录指定一个业已通过的“最近距离”的项目值。在这种情况下，最近距离的项目值是根据其他已知的变量，使用一个距离函数界定的。然后就由数值最接近漏失数值的单位来充当捐助者；

- (h) 热层面依次估算：把取自业已通过的编辑记录的数值储存起来，并且用这些存储值的一个函数来取代漏失值。先从一个冷层面数值开始估算。这种方法的一个主要不利之处就是它往往导致捐助者的多重使用，从而影响分配；
- (i) 回归(基于模型)估算：使用已获通过的一套预测器变量来回归变量。然后用回归方程式对缺漏或不一致的项目值进行估算。

6.50. 在大多数估算系统中，采用了某些估算方法的组合方式。下文就是所有估算方法的一些可取的特征：

- (a) 估算的记录应非常近似于失败的编辑记录，同时要尽可能保留受访者的数据。因此应把估算的变量(或领域)数量减少到最低限度；
- (b) 估算的记录要经得起所有编辑检查；
- (c) 最好用标记标明各种估算值并说明估算的方法和来源。

6.51. 对不答复单位问题的处理办法。在没有从调查应答单位收到对统计调查表的回应的情况下，采取的最普遍做法是进行再加权。这种情况叫做不答复单位。对样本进行再加权，以便使其只包括做出回应的样本单位。统计单位的通常做法是给样本元素附加权数。除其他功能外，这些权数用于将样本信息扩展到目标人口的水平。或者，可以通过使用类似于对不答复项目的处理办法来处理不答复单位的问题，亦即各种形式的估算——根据该单位以往阶段的可用数据估算(替代法)，或者根据可用的行政信息来估算。

6.52. 增加总基数的方法：归总。在通过采用不答复编辑等办法处理之后，数据被用于估计变量的水平。增加总基数涉及到通过一个基于抽样份额的因子(或一个使用退回数据的因子)提高分层样本中每个方格的样本值，以便获得框架总体的数据水平。增加总基数要使用经过编辑的数据来计算一个对所有单位都有代表性的数值。在样本中的单位和抽样框架中的单位能够提供与所研究变量有关的辅助变量信息的情况下，为了增加总基数的目的可以对这种信息使用较为复杂的统计方法。

6.53. 异常值。异常值是有影响的观察值的一个特殊组，这种数值是正确的，但是就其不代表被抽样人口而言它们又是非同寻常的，因而可能会扭曲估计数。因此建议要识别并且小心处理异常值，因为它们有可能对估计数产生重大影响。如果增加总基数的因子很大而在样本中包含异常值的话，最终估计数就会显著大于所需，并且非常不具代表性，因为它被一个极值驱动的。处理异常值的最简单办法就是减少它在样本中的权重，以确保它只能代表它自己。或者可以使用统计方法来为异常值单位计算一个较为适当的权重。

### C. 收集数据的策略

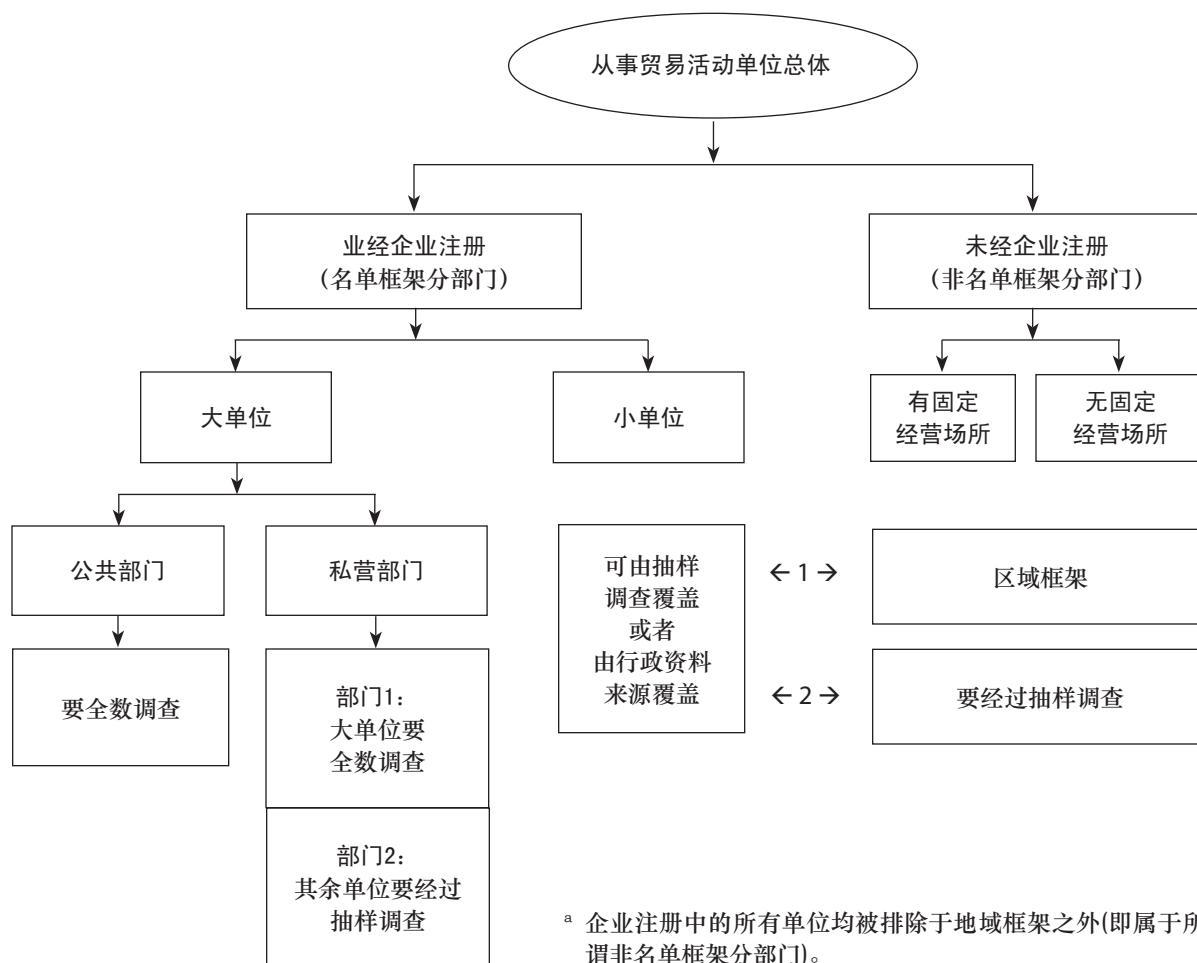
6.54. 为了收集和编制经销行业统计的目的，统计调查和/或行政资料来源应涵盖在经济体的经销行业部门范围内（《国际标准产业分类》第4次修订本门类G）从事经济活动的所有单位。这要涉及到包括公司和非法人（家庭）单位在内的各种规模和组的单位。家庭贸易单位包括基于住户的、或在住户以外的另一地点经营的（比如设在一个市场的一个固定摊位）、或没有固定营业地点的（比如沿街叫卖的流动摊贩或售货车）等各种小型贸易企业。“非法人的家庭单位”（或称“非正规部门单位”）是在发展中国家使用的一个词语。在大多数发达国家，家庭单位一般以正规的小企业形式出现，而且是法人企业。不过，也有一些小型家庭单位可能依旧属于非法人企业。

6.55. 为了确保全面覆盖经销行业活动，各国应根据一体化做法制定自己的收集数据策略。原则上，这种策略要涵盖所有贸易单位，包括所有规模级别，并且与其特定统计和组织环境相适应。在经销行业统计范围内，各单位在法定组织（法人或非法人企业）、规模（从多机构、雇员在250人以上的大型企业到单一机构、雇员不足10人的小型企业）、以及所有制类型（公有制、私有制、或外资控制的企业）等方面千差万别。下文图六.2提供了一份关于不同经济部门收集数据的一般策略图解。

6.56. 在该图谱的一端是根据国家法规注册成立的法人贸易单位（公共企业），规模较大；另一端是组织水平低的非法人贸易企业。企业类型可以描述如下：

- (a) 公共法人企业。这些企业组织严密，要求它们保管完整的交易账目并且向注册当局呈报年度报表。此类单位总有名录可供使用。它们的总数不会太大，应由全数调查来覆盖；
- (b) 私营和外资控制的法人企业。这些企业应分成两部分来覆盖：一部分是大型企业，另一部分是其余企业。或许可以确定，大型经济部门不适合抽样调查，因为与所涉单位数量相比而言，它们在规模和活动上差异很大。因此，大型部门中的企业应尽可能用全数调查来覆盖。规模较小的企业一般数量较大，与大型部门的企业相比它们的同质性相对较强。这部分企业比较适合用抽样调查来覆盖；
- (c) 小企业。小法人企业或非法人家庭企业可用上述两种方法中的任何一种来覆盖，依有关企业是否业经注册而定：
  - (i) 经由抽样调查覆盖——如果这些企业已被纳入统计用企业注册的话；或者通过使用行政资料来源（比如小企业退税）来覆盖；
  - (ii) 经由全一体化合理调查（FIRST）——如果没有非法人企业注册资料的话（见下文D节）。

图六.2  
不同经济部门的一般数据收集策略<sup>a</sup>



#### D. 调查方法

<sup>46</sup> 见《产业结构与增长计量策略》，方法研究，第65辑（联合国出版物，出售品编号：E.94.XVII.11）。

6.57. 鼓励各国把全一体化合理调查(FIRST)<sup>46</sup>当作一个调查方案选项来使用，它可以包括经销行业企业在内在一个经济体经营的所有规模的企业有效捕获综合统计信息。这种调查方法的运用需要掌握两套基本统计信息，即：(a) 通过某种普查，最好通过经济普查，确立完整的统计单位总体，用以构建抽样框架和选择样本；如果没有搞过经济普查，一般来讲利用人口普查也行；(b) 拥有关于样本区域/调查区段基准调查的完好支持文件资料。一旦满足了这两项基本要求，即可根据现场条件决定选择任何最适当的特定经销行业调查设计。

6.58. 全一体化合理调查方法需要把统计全域分成两部分：

- (a) 一份相对数量较少的大单位名单框架(以下简称名单框架分部门)，这些单位的法定地位使其明显有别于其他单位。对于这部分单位可以进行全数调查，亦可采取单一阶段(大多为分层)抽样法；

- (b) 其余单位(以下简称非名单框架分部门), 为此编制详尽无遗的名单不切实际, 因此可以仅用一种(地理)区域框架做法来覆盖。对于这一部分单位可以采取两阶段抽样设计(在特定情况下可以采取多阶段抽样)。

6. 59. 采取全一体化合理调查方法可以用一体化的方式覆盖经济体的所有经济活动, 而且相对于分头进行一套活动调查(各自调查一组经济活动)来覆盖同一范畴而言, 有着明显的优势。全一体化合理调查的有利条件之一, 就是降低调查成本。此外, 综合调查可以避免按经济活动划分的机构大组发生重复。每个机构属于一个、且仅属于一个部门。全一体化合理调查方法可以提供在短时段内用相对适度的手段收集的综合信息。如果全一体化合理调查实施得当, 就不必在调查内容的充实性与发表调查结果的及时性之间权衡取舍了, 而这种权衡在调查设计中起到重要作用。

6. 60. 根据名单框架对名单框架分部门进行的调查。通常, 在使用全一体化合理调查方法进行的调查中, 根据“大型”单位与其他单位在法定地位和/或行政地位方面的区分标准, 从构成名单框架分部门所有单位的企业注册或单位名录中提取名单框架。该名单用于进行全一体化合理调查, 最好采取邮寄调查表的办法, 必要时进行后续访问。这里使用的“大型”的定义系基于实际考虑, 各国之间不尽相同。便于保有名单框架, 是界定大型分部门范围的唯一最重要标准。名单框架通常是由易于辨认的下列大组构成的:

- (a) 公开交易的公司(换言之, 股票交易所的上市公司);
- (b) 非贸易公司(换言之, 在某个政府部门比如司法部、商务部等注册的公司);
- (c) 国有企业(公有制企业, 亦有可能属于上文(a)或(b)项下)。

6. 61. 除了单一无重叠框架之外, 还必须使用一种一体化样本设计, 以确保对大型单位的完全且无重叠覆盖。有一个名单框架可用, 即可对此分部门进行单一阶段抽样。但如果还需要按经济活动或按地理位置收集更详尽数据的话, 则需要对名单框架作进一步分层。

6. 62. 大型单位部分就其规模和特性而言一般在总体上异质性很强。这些在数量上相对较少的单位却在经济体中占据了生产和附加值的主要份额。预计如果把这些单位全数纳入样本的话, 即可提供较高效率的估计数。因此, 大多数机构调查都把某个取舍点以上的所有单位纳入调查范围, 而只对其余单位进行抽样调查。包罗这些单位的这个层次就叫做“确定”层或“自我代表”层。

6. 63. 属于名单框架分部门、但在自我代表层以外的单位可以在抽样基础上经由年度调查和年内调查适当覆盖。对这两种调查采用一体化设计法, 往往有助于解决从中获取的两套估计数不一致的问题。通过对综合调查采用适当构建的轮流小组样本设计, 可以获得年度变化和年内变化的参数及水平参数的

估计数。相较于重复截面设计(不同轮次调查的独立样本)和固定小组样本设计而言,轮流小组样本设计有不少有利之处,诸如:

- (a) 它成本效益高,在获取可靠的年度估计数和获取可靠的年度内的估计数这两种相互冲突的目的之间取得了平衡;
- (b) 随着回访次数增多,受访者的合作意愿会逐渐降低,从而影响到应答质量。通过样本轮换可以减轻受访者的负担;
- (c) 使用轮流小组抽样计划从反复调查获取的估计数系列通常不包含大的不现实临时变量。另外,采用轮流取样法可以使用综合估计,从而进一步限制了出自抽样误差的临时变量;
- (d) 这就为在调查覆盖面中包括新单位提供了机会。

6.64. 未被名单框架分部门覆盖的所有单位都属于所谓非名单框架分部门的全域组成部分。这个分部门的数据收集需要根据最近经济或人口普查收集的数据形成的地域框架对区域单位进行抽样。

6.65. 根据地域框架对非名单框架分部门进行的调查。名单框架和非名单框架分部门综合调查所实行的一体化合理调查方法,目的在于以协调一致的方式捕获整个经济体所有经济活动的完整数据。这就需要制订一项行之有效的规则,以确保将企业注册上的单位排除于非名单框架分部门的地域框架之外。必须从区域样本中去除把经济活动并入母公司账户的机构。譬如讲,这种机构就包括贸易公司在全国各地经营的仓库或者货栈。

6.66. 原则上,全一体化合理调查需要进行针对机构的调查,但是对于非名单框架分部门来说,它所使用的是区域抽样方法。在住户和机构调查的区域抽样方法中,第一阶段先选定一个区域单位样本。然后,在每个第一阶段选定的单位中需要对在选定区域经营的、既没有被纳入名单框架分部门调查所使用的名单框架也不与其中任何企业有联系的所有机构进行鉴别和登记。然后再按活动种类对经过如此鉴别属于调查范围的各个机构进行分类,并且从每一种活动的机构清单中提取一个单位样本。

6.67. 在此方法中给予特殊处理的活动大组是流动单位大组,比如从事贸易和某些其他服务活动的单位,它们在大多数发展中国家构成一个重要大组。这种方法可以覆盖家庭经营的企业/机构,甚至包括无固定营业场所的单位。

6.68. 在这种方法中,在选定的区域单位范围内对业主住家以外所有可识别的机构以及住家内的家庭企业都通过挨门逐户的访问(或逐个机构的访问)进行登记造册。此外,对于没有任何固定经营场所的单位,比如小贩、摊商和自由劳务提供者(流动单位)等,则是在登记造册阶段通过向住户提出更多问题鉴别的,并且按照业主(或者合伙企业的合伙人)居住的户籍进行登记。通过这种方式就可以保证,在调查范围内选定地区的所有机构都被列入清单,然后被用于选择机构样本。

## E. 经销行业调查范围和覆盖面

6. 69. 年度调查。所有国家不论其统计制度发展水平如何都进行经销行业年度调查。建议各国通过年度调查努力提供覆盖所有批发和零售贸易机构的估计值。此项建议并不意味着总是有必要进行综合调查。各国可以围绕下列选项做出抉择：(a) 调查可以对某一取舍点(比如根据规模标准)以上的所有机构进行全数调查，而对其余单位进行抽样调查；(b) 所有单位都会收到调查表，但是对小单位可以使用缩略文本；或者(c) 可以根据行政资料或其他统计调查(比如住户-企业混合调查)资料提供小企业的估计值。

6. 70. 年度内的调查。有必要对年度内的(按季度或月度进行的)经销行业调查施加比年度调查更多的限定条件。即使对于统计制度高度发达的国家来说，按月或按季度对小企业进行短期经销行业生产统计调查也是不切实际的。如果小企业在某种特别重要的经销行业活动级别中占有举足轻重的地位却没有可靠的相关行政资料来源可供使用，那就应该通过采用适当的抽样方法将其纳入年度内的调查范围。

6. 71. 间隔期较长的调查。除了年度和年度内的调查之外，一些国家可能对经销行业单位进行间隔期较长的调查。通过这些调查收集有关专项议题或者更详细的项目数据。不经常的基准调查一般间隔期为5-10年，这种调查不适合用来收集和编制结构性的经销行业统计数据。

6. 72. 对于非法人单位(即图6.2中的非名单框架分部门)的经销行业活动贡献率较高的国家而言，将这些单位也纳入收集数据的范围至关重要。如前所述，这些单位的覆盖需要进行基于地域框架抽样的调查，但是这种调查既要求有大量投资又非常耗费时间。通常，基准调查每5年进行一次，可用于收集结构性综合数据。而类似的或少量的数据可以通过年度或更频繁的调查来收集。通过使用从非名单框架分部门年度及年度内的调查或任何其他相关调查中获取的变化与增长估计数，可以预测基准估计值。

## F. 所涉期

6. 73. 年度调查的所涉期。一般来讲，年度调查中编制的数据的适用期为12个月，最好从日历年1月1日起到12月31日为止。可是对于某些特定机构来讲，如果更方便按不同的财政年度提供数据的话，就可能有必要在此基础上接收数据。在这种情况下，比较可取的做法是既按财政年度又按日历年年度来收集某些项目数据，比如工资和薪酬项目，以便于累计日历年度的总数。如果将有别于日历年度的财政年度确定为大多数机构的常规会计期，那么可以统一按财政年度而不按日历年度编制数据。所有机构呈报完全相同的12个月的统计表可以带来许多好处，尤其就年度数据与季度和月度数据相结合而言更是如此。在不少国家，各公司财政年度的截止日期分散在全年，统计机构发现很难从各企业获取相同的12个月报告期的统计表。如果报告期存在这种差异，可以编制一



份与报告一起出版的附表，以便按月份显示年度截止日期的分布情况，这将有助于数据用户估计数据涵盖阶段。

6.74. 年度内调查的所涉期。建议使用日历月份/季度作年度内调查的所涉期。不过，有些机构按每季度工作4周+4周+5周计算；在这种情况下，统计机构就有必要尽可能通过某些估计程序使月报表中提供的信息标准化。

## 第七章

### 短期经销行业统计

#### A. 背景

7.1. 短期经销行业统计是制订经济政策、监测经济政策效力和进行商业周期分析的一个重要信息来源。年度统计(比如前面几章描述的结构性统计)侧重于详细、全面、准确;而短期统计的重点则在于以最及时的方式生产经销行业部门动态的月度和季度指标,即使这会导致降低精确度、减少详细程度和缩小统计调查范围。这些统计数据通常是严格按照时间表产生的,而且要尽快满足决策者的需要。有时候,这就意味着,随着收集和分析了更多的数据,起初的数字后来会经过修改或调整。

7.2. 一般来说,短期统计——尤其是短期经销行业统计——经常以指数形式出现(相对于基准期)或者表示为增长率,不过较为普遍的做法是以绝对数字进行汇编和公布。

7.3. 虽然短期经销行业统计有许多用户,他们使用数据的动机多种多样,但使用这些数据进行的分析不外乎以下两种:

- (a) 在两个不同时间点上对经销行业单位活动进行比较;
- (b) 在一个所涉期间对两个以上不同的单位子群(比如位于不同地方的单位)作比较;或者在贸易单位与其他服务活动分类的单位之间作比较,或者在批发商与零售商之间作比较,等等。

7.4. 鉴于经销行业的结构性统计和短期统计有着各自不同的目标和侧重点,所以需要各国制定和实行适当的统计方法,以便把这两套数据结合起来。这种统计方法的主要目的是调节从不同频率的不同资料来源产生的统计数据,以便获取短期数据系列,这样即可在服从可靠而准确的长期信息源的制约条件的同时,尽可能保留高频率时间数列的动态时间剖面。

7.5. 为了便于达到这一目的,这两套统计数据应建立在相同的概念和计量原则、统计单位、数据项目分类和定义的基础之上。短期统计数据应以占有足够单位(样本规模)比例的及时而准确的年度内数据来源为基础。这些数据还应与其年度当量相一致,这一方面是为了方便用户,另一方面(也是更重要的方面)是因为基准程序把年度数据的信息内容纳入了月度/季度估计数。原则上,经济计量方法和间接估计程序不应替代各国收集短期统计数据。可是在一般在资料匮乏的情况下,在快速生产估计数的过程中(比如在一个季度结束后的

30天内生产季度数据)不可避免地需要使用此种方法。在这些情况下,建议各国要向用户说明所用的方法和估计数的可靠性,并且一俟有了新的较准确信息便立即据此修改估计数。

7.6. 本章讨论一些与短期经销行业统计有关的重要问题,比如经销行业的指数汇编,其时间数列特征,以及按季度调整和基准检测的必要性。

## B. 经销行业指数

### 1. 概况

7.7. 经销行业指数的种类。为了分析经销行业动态的方方面面,可以构建一些指数——从比较简单的一般意义上的营业额变化指数(价值指数)到较为详细而复杂的周转量指数和经销行业部门的生产总额(反映零售和批发贸易业务生产总量),范围很广。为了获取数量指数,应该有零售和批发价格指数或适当的数量指标可用。《2008年经销统计建议》没有考虑有关编制这种价格指数的国际建议;不过,下文就此提供一些指导意见。

7.8. 目的。编制经销行业指数的主要目的之一,就是描述批发、零售贸易额和成交量的变化以及整个经销行业部门及其各个组成部分的生产总额变化。如果能按月或按季度提供的话,营业额指数可以对包括鉴定经济周期转折点在在内的整个经济体短期分析中的其他经济活动指数起到补充作用。经销行业部门的生产总额除了对短期分析的重要性之外还为编制季度国民核算提供了一个关键方面的数据输入。

7.9. 周期性。建议按月编制营业额指数和生产总额指数,因为这样能较好地揭示短期波动。如果能在时滞不太大的情况下,即在紧接在所涉期之后一个月内(或两个月内)生产的话,月度指数甚至会更加富有意义。考虑到国家统计局也许没有能力生产可靠的月度指数,建议各国在这种情况下编制季度指数,因为这样就可以在时间和资源方面有足够的灵活性。不过,应强调指出的是,季度指数的使用需要淡化市场现状、季节变化和与短期生产有关的其他因素的影响。

7.10. 指数公式的选择和基准年。已有各种国际资料来源详尽讨论了指数类型、它们的理论特征及其可比优缺点,<sup>47</sup>因此就不在本出版物中赘述了。建议经销行业指数的编制者在制订本国经销行业指数的时候使用那些手册。虽然本章就此议题提出一些政策指导,但是有关该领域良好做法的更详尽讨论超出了本建议的范围。作为本建议的一项后续行动准备最近出版的《经销行业指数:良好做法手册》一书将就此话题展开讨论。

7.11. 关于编制经销行业数量指数的一般建议。作为一项一般指导原则,建议在编制数量指数的时候把连锁拉斯贝尔指数用作首选方法,其权数至少每五年更新一次。这种指数公式可以满足大多数理想标准,诸如:单一;同质;最新的加权结构;数量的实际比较;成本效益,等等。派氏指数与拉斯贝

<sup>47</sup> 见《2008年国民账户体系》第十六章;《服务产品指数手册的编制》(巴黎,经合组织,2007年)第五部分;欧统局,《国民账户中的价格和数量计量手册》(卢森堡,欧洲共同体官方出版局,2001年);消费和生产物价指数,等等。

尔指数相比没有任何优越性，而且操作难度较大，因为它需要有本期权重可用。在将本期权数和基准期权数用于拉斯贝尔指数和派氏指数组分的情况下，费雪环比指数有几种理论上的优越性，比如对称性和时间互换性，但是就可解释性而言又有其不足之处，而且它是最难以实施的指数。值得一提的是，年度连锁较好地顾及到比价变化，因此应被认为适合用来编制经销行业的业务指数，因为这方面的权数结构变化非常快。

7.12. 财力有限并且在更新权数方面存在老大难问题的国家，一般都使用权重可以长期(五年多)保持不变的拉斯贝尔数量指数。使用这种方法的好处是，可按可加性固定价格(即各种组分的总和等于总值)来生产数据，因而经济解释清晰，并且使用方便。可是，随着基准年和本期之间的时间差加大，这种指数的质量就日渐退化了，因为它不能体现经销行业的动态演变。如果一个国家使用权数固定的拉斯贝尔数量指数，那么建议：要使两次更新权数之间的间隔尽可能接近于五年。在更新权重的过程中，鼓励各国竭尽全力使数列与新的权重建立连锁关系。

7.13. 建议各国在选择指数类型的时候要顾及指数的目的和各种实际考虑，比如特定国家统计机构在物价统计方面的一般政策、数据的可得性和质量、资源制约因素，等等。作为编制经销行业指数的进一步指导意见，建议各国根据现有资料在适当的情况下使用按季调整的数列。下文第2小节就营业额指数和经销行业的业务生产额指数提出一些补充建议。

## 2. 批发和零售贸易营业额指数

7.14. 营业额指数。营业额指数是一个用本期营业额(按时价)同基准年营业额(按基准年价格)作比较的直接指数。零售贸易和批发贸易及其构成部分都可以计算这个指数。

7.15. 周转量指数。周转量指数——尤其是零售贸易周转量指数——是受到最密切监测的数列之一。为了消除价格对营业额的影响，必须减缩营业额。原则上，营业额的减缩指数应该是对特定经销行业活动组有代表性并且体现售出货物而不是提供劳务的价格变化的一个价格指数。零售物价指数(RPI)和批发价格指数(WPI)，或消费物价指数(CPI)和生产者价格指数(PPI)可以用作这种减缩指数的代替数。某种特定活动的价格减缩指数应作为经由此种活动在本期销售的相关货物组价格指数的加权平均数来计算。

7.16. 为了在《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的较高层次编制周转量指数，就需要归并最低层次的指数。这种归并是通过使用基于每种活动的基准年附加值(或周转率)份额的权数进行的。以471大组为例：非专营店零售的指数是从所有较低层次(亦即471大组中所包含的组)的指数中派生的。门类G的指数是通过在该部分取一个所有组分的加权平均数来计算得出的。

7.17. 周转量计量的替代方法。如果因为难以计量价格变化或者因为资料来源复杂而得不到适当的价格指数来减缩周转率的话，可以使用产量指标或投入指标来估计相关的周转量。现介绍如下：

- (a) 产量指标。产出变量(比如售出商品的实物数量)如果代表明确定义的产品并且足够详尽地予以应用的话，那么它们可以是一个次优选项；
- (b) 投入指标。雇工被认为是主要投入指标之一，可以用作一个替代生产量度。在许多情况下，有关投入的信息是唯一现成的资料来源，尽管没有如此建议。在这种情况下，假定投入和产出变化是互相成比例的。在涉及到使用基于投入变量的估计数的时候，数据编制者应当格外小心。

7.18. 周转量指数与批发零售贸易产出指数。周转量指数的目的是展现货物与劳务市场的演变情况。就此而言，应强调指出的是，周转量指数与批发零售贸易业务产出指数(批发和零售业务生产指数)之间存在着重要的概念差异。主要区别在于：

- (a) 周转量包括批发和零售贸易业务产出指数中所没有考虑的为接收后原封不动转卖而购买货物的销售额；
- (b) 生产(或采购)后在销售之前库存的货物既包含在产出额中又包含在周转额中，但是在不同的时间考虑；
- (c) 批发和零售贸易业务产出指数考虑到所提供的贸易业务的质量变化。

7.19. 这两种指数本身都很重要。虽然建议在短期统计框架范围内编制指数的时候使用周转量，但是批发和零售贸易业务的产出指数只有在国民核算框架范围内编制(最好在供应和使用表范围内编制)的时候才有意义。

7.20. 产出指数用来计量各种经销行业活动业务生产中的变化。编制这些指数的主要目的之一，就是将其作为批发和零售贸易业务附加值总额短期变化的适当估计数，用以编制季度国民核算。因此原则上，它们应作为这些活动使用附加值权数的产出加权均值来计算，其假定条件是附加值对产出额的比率在短期内保持不变。然而实际上，也许在所要求的时期内没有如此详细的附加值数据可用。因此，在缺少附加值数据的情况下，应该使用可生产这些指数的替代量度，比如周转量。

## C. 季节性调整

7.21. 对经销行业统计进行季节性调整的必要性。经销行业的月度和季度统计是进行经济决策、商业周期分析、模拟和预报的一个重要工具。可是，这些统计数据往往受到季度波动和其他日历日或商业日的影响，从而妨碍清楚

地鉴别重要时间数列特征，比如它们的短期和长期变动、转折点和与其他经济指标的一致性。季节性调整是借以从时间数列中消除因季节或日历影响而发生变化的方法，以便更好地了解基本情况。本节简要综述经过季节性调整的时间数列的基本概念和相关建议。即将出版的《经销行业统计：编制者手册》将就此问题提供更详尽的指导。下文第3小节：日历影响提出了经销行业统计所特别关切的季节性调整问题，比如商业日和移动假日的影响等。

7.22. 总的建议各国要考虑生产季节性调整数列，作为其提高经销行业统计质量长期方案的一个组成部分。鼓励各国把重点放在着手生产经销行业数据项目的季节性调整数列方面。季节性调整方法一经选定就不要经常改变。如果非改不可，应具有充分的理由。

### 1. 季节性调整数据编制中应用的基本概念

7.23. 时间数列。在定期收集统计数据的情况下，这些数据便形成时间数列。在特定国家，一年当中每个分阶段(周、月、季度)的零售贸易营业额是时间数列的一个很好的实例。对比之下，不规则收集或只收集一次的数据就不能代表时间数列。有两种时间数列，即库存数列和流动数列。库存数列是一个时间点上的活动量度；而流动数列所计量的则是在一个间隔期的活动水平。

7.24. 时间数列组分。一般认为，一个时间数列是由下述组分构成的：

- (a) 趋势组分( $T_t$ )，反映了延续数年的长期动态。它一般与结构现象有关联，比如机构活动，人口和技术变化，新的组织方法，总体经济发展，等等。在诸如批发和零售、或者货物与劳务生产等许多数列中，该组分可被称为增长要素；
- (b) 周期组分( $C_t$ )，表明围绕趋势发生的波动，其特点是扩张和收缩阶段交替，一般称之为商业周期。在许多分析工作中，趋势组分和周期组分是结合在一起的，因为对于短期数列来说，不能充分估计长期趋势。因此，趋势-周期组分就成了数据中所反映的基本路径或总体方向，亦即数据所包含的长期趋势和商业周期变动；
- (c) 季节组分( $S_t$ )，是一种年内变动，每个时间数列都有其特征形式，代表受气候和制度影响每年或多或少定期重复发生的事件。这一数列包括狭义界定的季节性影响和与日历有关的在年度定时上不太稳定的系统影响，比如商业日和移动假日的影响(见第7.36-7.42段)。狭义界定的季节影响是在尺度上具有季节稳定性的影响。这种影响的起因可能有自然因素、行政或立法措施、社会/文化传统，以及年度固定择日等与日历有关的影响(比如像圣诞节这样的公共假日)；
- (d) 不规则组分( $I_t$ )，代表不可预见的、与各种事件有关的变动。它包括因为情况发展或重大突发事件(比如战争或民族灾难)引起的剩余

变量，从而同时影响到许多数列。一般来讲，不规则组分有稳定的随机显现，并且捕获的影响不可预测，除非能够在时机、影响和持续时间方面获得补充信息。不规则组分包括：(a) 狭义的不规则影响；(b) 非正常值的影响；(c) 其他常规影响，比如不合季节的天气影响、自然灾害、罢工、不规则促销运动，等等。然而应着重指出的是，这些影响可以根据不规则组分单独进行估计；而为了确保实现最佳季节性调整，进行这些估计是必要的。

7.25. 季节性调整。估计并从时间数列中消除季节组分的过程，就叫做季节性调整。通过这一过程，消除所有系统差异(季节影响)或与日历有关的差异(每年或多或少定期重复发生的制度性事件)。

## 2. 季节性调整的主要原则和模型

7.26. 作为一项一般规则，季节性调整程序应在一个调查周期末执行，此时调查业经设计和执行；数据已经收集、处理和编辑；并已产出估计数。一俟获得最初估计数并形成原始数据时间数列，便立即启动季节性调整程序。

7.27. 季节性调整的基本原则。为了从时间数列中消除季节组分，首先要将其分解成它的各个构成组分，即：趋势组分、季节组分和不规则组分；每个构成组分亦可由几个子组分构成。季节性差异因其波动特性而有别于趋势组分；因其具有年度定期性而有别于商业周期组分；因其系统性而有别于不规则组分。上述四种组分有多种组合方式。最常见的组合方式以两个分解模型为代表，即：可加性分解模型和积性分解模型。

7.28. 可加性分解模型。可加性模型假定时间数列的各种组分表现为彼此独立。特别是季节波动幅度不为数列水平所左右。比如，趋势周期的增加不会引起季节组分的增加。如果不规则和季节影响独立于趋势表现，就是说，如果季节影响年年保持不变的话，即可使用这个模型。在这种情况下：

$$X_t = T_t + C_t + S_t + I_t$$

7.29. 积性分解模型。积性模型一般在季节性调整软件包中作为系统设定(或缺省)模型使用。该模型假定数列各组分相互依存，因此季节差异幅度随数列水平变化而增减，这是大多数季节性宏观经济数列的一个特性。比如，趋势的增强会导致季节组分加大。在这种情况下：

$$X_t = T_t \times C_t \times S_t \times I_t$$

7.30. 季节性调整的质量。对季节性调整质量的最基本要求是在经过季节性调整的数列中不再有任何可估计的季节影响。不论在经过季节性调整的数列中还是在去除了趋势的季节性调整的数列(亦即不规则组分)中，可估计的季节影响的存在一般都叫做剩余季节性。为了检测经过调整的时间数列中是否含有剩余季节性和商业日影响，需要对月度数据或足够长的季度数据进行特殊的“谱诊断”。依季节性调整软件包而定，还有其他一些诊断方法可用以评估剩余季节性的存在。

7.31. 对良好季节性调整的其他重要要求是不要在数列水平上和估计数的稳定性上出现偏差。数列水平无偏差的意思就是原始数列和经过季节性调整的数列的数列水平差不多。估计数的稳定性，意思就是当有了新的数据并纳入估计程序的时候，对以往估计数的修正要很小。大的修正可能表明估计数带有误导性，甚至毫无意义。

7.32. 季节性直接调整和间接调整的概念。许多经销行业数据代表总量或剩余项目。贸易毛利和附加值都是作为两个组分的差额计算的。就贸易毛利而言，这些组分是营业额和为转卖而购买货物的价值；就附加值而言，这些组分则是产值和中间消费值。经过季节性调整的附加值估计数可以要么通过按季调整附加值来直接导出，要么通过计算经过季节性调整的产值与中间消费值的差额导出。

7.33. 在大多数情况下，一个总量数列的直接调整和间接调整是有差别的。这两类调整相吻合的情况非常少见，尤其对于可加性调整来讲更是如此。对特定的一套数列而言，直接调整或间接调整哪一种方法较为适合，这在很大程度上要取决于相关的数列。鉴于不论理论证据还是经验证据都不一致认为其中一种方法优于另一种方法，所以建议各国本着个别事例个别处理的原则，在根据有关数列特征和背景环境(国民核算，地域分项数字，等等)的综合制约因素进行深入分析的基础上，来处理这个问题。下文就如何在特定情况下处理直接/间接调整的问题提出实际指导意见：

- (a) 如果构成总量数列的组分数列既有明显各异的季节模式又有良好调整的话，那就最好进行间接的季节性调整。这种情况下的间接季节性调整质量优于直接调整；
- (b) 如果组分数列有类似的季节模式而数列合计会消除干扰，那就最好进行直接的季节性调整。

7.34. 季节性调整中的异常值。异常值是时间序列中的非正常值，通常是由一次性经济或社会事件造成的。在实施季节性调整之前探查并纠正异常值，是季节性调整质量的一项重要保障。对不同类型的异常值加以区分至关重要，因为它们的处理方式各不相同。异常值分为两类：(a) 数据中的误差；及(b) “真实的”特定事件。任何有关异常值分析的第一步都应该是检查纠正明显的的数据误差，然后是检查纠正“真实”的异常值。纠正异常值的目的在于防止正在发生的扭曲形成趋势轨迹。趋势轨迹意在计量时间数列的长期增长，因此它不宜对一次性的不规则变动做出反应。应着重指出的是，所有季节性调整软件包都有一个内置选项用于检查纠正异常值，起码涵盖数列的历史部分。但是对最近的数值而言，还不可能设置一个复杂的自动纠正选项。

7.35. 本期季节因素与推断季节因素的比较。对于本年度，可以通过每月/每季度执行一次季节性调整程序或者通过使用每年计算一次的推断系数来计算按季调整的数据。在第一种情况下，每月/每季度修订一次数据。在第二种情况下，年度内不修订数据，而是每年只修订一次。就季节性调整数列的精



确度而言，建议采取本期办法。这种办法可以在有了新的可用数据的时候通过重新计算数值来生产经过更新的季节性调整数据。虽然有些用户倾向于使用推断的季节要素，但是此种方法可能会导致结果出现偏差，尤其在年度内发生意外事件的情况下。建议各国安排好定期进行季节性调整数列的修订工作，最好依照既定的通用修订政策来实施。

### 3. 日历影响

7.36. 日历影响。与日历构成有关的差异在经销行业统计分析中起到重要作用。日历影响是定期影响，此种影响不一定每年发生在同月或同一季度，但是可以鉴别并从数列中清除掉。其中最重要的是消除假日影响和商业日差异，后者代表“月内影响”。通常把这些差异作为季节性的差异来处理，应在生产季节性调整数列的时候连同其他季节差异一起清除。

7.37. 移动假日。移动假日是其确切定时按公历每年发生系统移动的假日，这一准则已在统计时间数列方面广为应用。这些移动假日对经济和社会的影响通常是具体国家所特有的，因此难以将其纳入标准惯例和做法。移动假日的实例有复活节、中国的春节、韩国的感恩节，以及伊斯兰教的斋月等。复活节一般在4月份，但也有可能赶在3月末，从而影响到各种各样的数列，比如工业生产或零售贸易营业额，尤其在西半球更是如此。复活节的影响是当复活节赶在3月而不是像通常那样赶在4月的时候由于活动量从4月移至3月而产生的变异。中国春节对商业活动的影响同复活节差不多，其影响尺度与方向均可预测。

7.38. 一般有两种影响与移动假日有关：(a) 一种是与一些零售商店在假日期间关门这个事实有关联的直接影响；及(b) 另一种是与节前节后几天之内贸易活动受影响的程度有关的渐进的影响。

7.39. 交易日的影晌。交易日影响是通常与日历有关的影响，往往表现为经济时间数列，尤其是经销贸易时间数列。此种影响取决于在特定月份/季度一周内的每一天发生的次数和该月份/季度的长度。交易日的天数也受到特定时段不与周末重合的假日数的影响。交易日的天数不但各个阶段不同，而且在不同年份的同一时段也不相同。

7.40. 当活动水平因每周(营业)天数而变的时候，就存在交易日的影晌。交易日的差异说明存在着按每周界定的每日基本活动模式。这种每日模式体现了一周之内每一天的相对重要性。比如，一个月五个星期对零售贸易数列有影响，因为星期日不是交易日，所以成为经济活动的一个低点。周五和周六的天数也对零售贸易数列有重要影响，因为这是人们大量购物的日子。交易日的差异还与贸易单位的会计和报告惯例有关。在周五进行簿记活动的商店一般在有五个星期五的月份报告的营业额要高于有四个星期五的月份。有必要顾及交易日的影晌，因为在实际上基本水平维持不变的情况下，交易日的影晌会导致活动水平发生明显变化。

7.41. 月份长短的影响。由于一年当中不同的月份有不同的长度——28天、29天、30天和31天，那么，鉴别交易日影响的一种方法，就是把每个月份视为一段28天(期间每一种周日有4天)，外加一段，分别包含零、1、2或3个额外日。如果每一种周日的活动水平全年保持不变，那么在一个特定年份各月之间的唯一差别就在于额外日的天数不同(即0天、1天、2天或3天)。于是，如果6月和7月在各个相对应的周日有同样的活动水平的话，7月份的总体活动水平仍然可能要比6月份高一些，仅仅因为7月份有一个额外日。这就叫做月份长短的影响。如果一个数列没有进行交易日校正，那就在季节因素中自动加以说明。如果数列没有交易日校正，那么仍然可以在季节因素中加以说明，或者在交易日因素中加以说明。

7.42. 交易日的调整方法。可以使用比例调整方法或回归调整方法进行交易日的调整。按照第一种方法，交易日的影响通过清点每月/每季度中交易日的比例来估计交易日的影响。而按照第二种方法，交易日的影响是在一个回归框架范围内来估计的。一般来讲，以回归为基础的交易日调整方法应该是各国的首选方法。至于像移动假日之类的其他日历影响，各种统计软件包已经内置了探查和处理其交易日影响的选项。虽然这些软件包提供了系统设定的日历，这里还是建议，在交易日调整方面各国要使用本国所特有的日历，因为这样能保证准确的估计结果。

#### 4. 季节性调整软件包

7.43. 最常用的季节性调整软件包可以分为建立在下述基础上的两类：(a) 一元时间数列分解法，亦即移动平均法；及(b) 每个组分有少量参数的显式模型法。各国应在深入分析时间数列的基础上，根据季节性调整和/或以往的经验在这两种软件包之间做出选择。

7.44. 基于移动平均法的季节性调整软件包。统计机构所使用的大多数季节性调整方法都属于移动平均这一类。从它们缺乏适用于每种未被观察的组分的明确参数模型这一点来看，属于此组的季节性调整方法主要是描述性的非参程序。这一组各种方法之间的主要计算差异通常是由于在时间数列末尾使用的不同技巧造成的。有些方法在末尾使用非对称过滤，其他一些方法则使用自动回归总体移动平均数(ARIMA)模型来扩展数列并且对扩展的数列应用非对称过滤法。在这一类移动平均模型范围内，一般的做法是遵循一种交互式估算程序，其核心系基于一系列移动平均数。普查X-11/X-12软件包和自动回归总体移动平均数(ARIMA)软件包就属于此类基于移动平均方法的季节性调整方法。

7.45. 基于模型法的季节性调整软件包。这种基于模型的做法需要分别模拟诸如趋势组分、季节组分和不规则组分等最初时间数列的各项组分。它假定不规则组分是“白噪声”。在这种基于模型的做法中，各种方法之间的主要计算差异通常均可归因于模型的技术要求。有的情况下直接模拟组分；而在其

他一些情况下对原始数列进行模拟，并且从该模型推导出各个组分模型。基于模型的季节性调整方案主要有TRAMO-SEATS、STAMP和BV4。

7.46. 季节性调整的诊断。上述诸方案提供了一套用以评估模拟调整和季节性调整结果的诊断方法，可供使用。这些诊断方法的范围从以专家为对象旨在对复杂数列处理进行微调的先进检测手段到起码各方案的所有用户都应浏览的简单检测手段，应有尽有。虽然这些方案有时候被当作没有诊断手段的黑箱使用，但是它们不应这样使用，因为很多检测手段一看就懂。

7.47. 季节性调整时间数列的最小长度。一般来讲，获取适当季节性调整估计数的最低时间长度要求是：五年的数据基础和相对稳定的季节性。对于有特别强劲而稳定的季节动态表现的数列，可以仅依据三年的数据来获取季节性调整估计数。不过，若想比较确切地鉴定季节模式和调整日历变异数列（即交易日和移动假日）、数列中断、非正常值，以及可能已经影响到数列并可能给恰当鉴别数列季节模式造成困难的特别事件，就需要有较长的时间数列。如果一个国家经历了重大结构变革，导致季节模式发生根本性改变，那么，在数列中断以后的数年之内，也许就不大可能对其数据进行季节性调整。在这种情况下，可能有必要分别对数列中断前和中断后的部分进行季节性调整。

7.48. 季节性调整及其与年度数据的一致性。根据经过季节性调整的数据的年度总计不会自动（并且在概念上）等于对应的根据未经调整的原始数据的年度总计。各个年份的工作日的天数、移动假日的影响和其他与日历有关的影响都各不相同。同样，移动季节性的意思就是狭义的季节影响会逐年发生改变。因此在概念上，对于有与日历有关的重要影响的数列或有移动季节性影响的数列来讲，经过季节性调整的数列的年度总计应当有别于未经调整的数列。在这种情况下，只有以牺牲季节调整质量为代价才能实现与年度数列相一致，而且概念上是错误的。

7.49. 然而，在某些特定情况下，比如说为了国民核算或地域分项数字的目的，或许有必要保持可加性约束，以确保数据的一致性。在这些情况下，必须“强制”季节性调整数列的年度总计等于原始数列的年度总计。软件包X-11-ARIMA和X-12-ARIMA提供了强制季节调整数据总计等于原始总计的选项。

7.50. 修订政策与自动回归总体移动平均数模型的再估算。与基于模型的方法有关的一个重要问题，就是随着新的可用数据的提供，应该以何种频率来对自动回归总体移动平均数方法进行再鉴定和再估计。模型及其相关参数的稳定性取决于数列的性质。原则上，自动回归总体移动平均数模型在一定时期内变化缓慢，而它们的相关参数对新的数据比较敏感。在这种情况下建议的做法是：模型的再鉴定每年进行一次；而每当进行季节性调整的时候就对模型参数进行一次再估计。

7.51. 数据公布与季节性调整。在消除了季节性和所有日历影响之后，经销行业数据可按季节调整方式提供，亦可按照趋势-周期方式提供。二者间

的差异是不规则组分。一般来讲,建议各国向用户同时提供原始的和经过季节调整的两数列。其他数列的公布视用户关注与需求及国家能力而定。譬如讲,一般认为按季节调整的数据对一元和多元目的较有信息价值;而对于趋势-周期数据,原则上建议用于图示和具有高度易变性的数列。

7.52. 部分调整的数据。一些国家公布仅调整了某些季节影响(尤其是工作日的天数)的“非季节性调整数据”。应着重指出的是,部分调整的数据可能带有误导性,因而分析用途有限。首先,所提供的非季节性调整数据应该是完全未经调整的,表明实际发生的事,而不是只对某些季节影响进行部分调整。工作日/交易日影响只是数列中整个季节变异的一部分,应把对这些影响的调整视为季节性调整过程的组成部分来对待,而不是当作一个单独的过程。其次,在季节性调整背景以外所作的工作日调整往往是使用简单方法进行的,此类方法不使用适当的程序,比如基于每月或每季度工作天数对标准月份或季度工作天数之比的固定系数。各国要尽最大努力停止此类做法。可是如果部分调整的数据付诸出版的话,要同时做出适当的说明,以警示用户注意这些数据的局限性。有必要为所采用的季节性调整程序提供适当文献证明并将其纳入经销行业统计数据诠释。

## D. 基准检测

### 1. 经销行业统计进行基准检测的必要性

7.53. 短期统计(按月或按季度统计)的共同特点是其范围较小,精确度和详细程度较低。譬如讲,可能在单位的覆盖面上、在所包含的数据项目详细程度上、或者在所代表的活动和地理区域等方面有差别。于是,相较于综合性较强的年度数据,短期统计更容易出现由抽样误差、使用企业注册方面存在的差异(诸如不同的注册版本、增加总基数的方法、机构的再分类等),以及受访者所使用的不同的月度/季度和年度会计方法等因素造成的偏差。本节处理在生产与年度数据相一致的最佳短期经销行业数据方面涉及到的程序问题。这些程序统称为“临时分解法”,而共同的统计变式就是基准检测和插值法。

7.54. 基准检测是指如下情况:同一目标变量有两个不同频率的数据来源,其中涉及到纠正不同估计数之间的不相容性,比如基于不同来源的经销行业部门营业额短期估计数与年度估计数之间的差异。可以对历史时间数列进行基准检测(即采用分配法),就是把月度/季度估计数加起来的总数等于年度估计数所得的新水平;也可以对前向数列进行基准检测(即采用推断法),就是用月度/季度估计数扩展尚无年度数据可用的时间数列。

7.55. 推断法是指:在没有真正的月度(或季度)测量值可以提供,而年度总数分布在各月(或各季度)的情况下,尽可能使用一个月度(或季度)模式代用指标,否则使用一种简单的曲线拟合算法进行推断。可以根据以往(中

段的)调查数据或根据代用变量或通过某种平滑数学功能获得一个短期插值模式。

7.56. 基准检测的目的。基准检测的主要目的是把低频率数据和高频率数据的相对优点结合在一起,同时在基准点所提供的约束下尽可能保留源数据中的短期变动。可以从人口普查或较精确的抽样调查、行政数据、甚至这些数据源的某种结合获得这些低频率和高频率数据。应着重指出的是,在只是好几年进行一次调查的情况下,年度数据也会出现基准检测的问题;如果月度数据需要用季度估计数进行基准测试的话,月度数据也会出现基准检测的问题。

## 2. 基准检测的主要原则和方法

7.57. 基准与指标的比率。对任何一年来讲,都必须确保任何变量层级的年度估计数与年度内估计数之间的一致性。为了弄清相对应的年度数据与月度/季度数据之间的关系,有必要观察年度基准与12个月(或四个季度)指标值总和的比率,亦即年度基准与指标之比(BI比率)。通常,如果估计数是从不同频率数据源获得的话,BI比率就不会是1。

7.58. 在BI比率框架范围内,指标决定了估计数的短期变动,而年度数据决定了估计数的总体水平和长期变动。BI比率通常逐年变化,但是需要进行调整,以便使BI比率总是1。

7.59. BI比率也可能表示抽样调查层级与年度总体层级之间的关系。举例来讲,假设选定一个贸易企业样本,其每个月的销售额( $sm$ )占总体销售额( $SM$ )的20%。于是,对任何月份来说,总体销售额的估计数即为: $SM=sm \times 100/20$ 。在这种情况下,BI比率为100/20或5.0;可是,随着样本变得越来越缺乏代表性,100/20的系数也会变得过时。因此,当年度企业普查可以提供综合数据(SA)的时候,这些数据很可能会不同于12个月销售额的总和( $SM$ )。

7.60. 基准检测方法。主要有两种时间数列基准检测方法:一种是纯数字方法,另一种是统计模拟方法。数字方法有别于统计模拟方法之处在于它没有指定一个统计时间数列所应遵循的模型。数字方法包括按比例分配方法和最小平方族最小化方法,亦即登顿族(Denton)的方法。统计模拟方法包括基于模型的自动回归总体移动平均数方法和一套各种各样的回归模型。<sup>48</sup>下文简要描述一些最常用的数字方法。即将出版的《经销行业统计:编制者手册》将就各种基准检测方法的实际应用进一步提供指导。

7.61. 按比例分摊法和阶梯问题。对于任何有特定变量可用的年度估计数的基准年而言,均可计算BI比率。一般情况下,它不会是1,而为了纠正偏差而调整该比率,只要年度层级的数据按照该变量的月度/季度值分布进行分配即可,也就是说,按比例跨月/季度分配。于是,按比例分摊法便保留了每一年的比例变动。不过,相邻年份的BI比率就不同了:由于实施按比例调整的结果,在一年的最后月份(或季度)与下一年的第一个月份(或季度)之间存在很大的不连续性,即所谓“阶梯问题”。按比例分摊法是最简单的基准检测方

<sup>48</sup> 关于这些方法的详细解释以及对现有调节软件的分析,请参阅:欧统局,《季度国民账户手册》(卢森堡,欧洲共同体官方出版局,1999年);以及Adriaan M. Bloem Robert J. Dippelsman Nils Ø. Maehle,《季度国民账户手册:概念、数据来源与编制》(哥伦比亚特区华盛顿,国际货币基金组织,2001年)。

法，可是由于存在阶梯问题，建议不要用它来调节低频率和高频率经销行业数据。

7.62. 登顿族的基准检测方法。登顿法是综合处理基准检测的两个方面（即分配和推断）的办法。它有好几种变换法，总的构成登顿族的基准检测方法。登顿族的方法系基于变动保留原则，它需要：（a）在经过调整的月度数列和原始月度（或季度）数列中，逐月（或逐季度）增长应尽可能接近；或者（b）相邻月份的调整要尽可能接近。这种方法的基本要求是必须依据原始月度/季度指标（而不是经过修正的或季节性调整的指标）来计算。通常，一个年份纳入新的年度数据需要修正前次出版的月度/季度估计数，因为指标中的偏差调整跨越好几个阶段，而不仅仅在同一年内。实际上，实施登顿基准检测法所产生的影响经过三、四年之后就变得不太重要了。

7.63. 按比例登顿法要比登顿族的其他方法较为可取，原因在于：（a）它在实际应用上比其他方法简便得多；（b）对于用其他登顿变换方法提供的后向数列，在大多数情况下它会产生大体相同的估计数；及（c）它为使用改进的按比例登顿法进行推断提供了一个简便而有效的框架，这种方法充分考虑到在指标中逐年比率变化方面存在的任何系统性偏差或缺陷。

7.64. 相对而言，按比例登顿方法比较简单，更适合于大规模应用，因此被认为适合处理经销行业统计中的基准检测问题。这种特殊方法的关键特征是，通过实施最小平方，它可以使基准数列和指标之间BI比率逐月（或逐季度）变动的相对调整差异最小化。也就是说，这种方法也可以平整指标数列中的逐月或逐季度增长，并且根据观察的年度BI比率构建按月/按季进行基准检测的估计数与指标之比的时间数列。这种方法尤其可用于规避“阶梯问题”，亦即在与使用按比例分摊法有关的月度/季度时间数列中发生的扭曲现象（见第7.61段），这种扭曲的主要起因是一个BI比率变成了另一个BI比率。不过，按比例登顿方法的实际应用也的确需要使用专门软件。

### 3. 基准检测与经销行业统计数据的编制

7.65. 鼓励各国把基准检测视为短期经销行业统计数据编制过程的一个组成部分并在足够详尽的编制水平上付诸实施。实际上，这也许意味着对不同数列分期进行基准检测，其间，有些业经基准检测的数列数据可能被用于估计其他数列，接着进行第二轮或第三轮基准检测。实际安排依每种情况的特殊性而异。即将出版的《经销行业统计：编制者手册》将进一步讨论有关实施基准检测的各种问题。不过，眼下各国或可在进行经销行业数据基准检测的时候考虑下列指导意见：

- （a）以不同的频率生产的同一变量的估计数要一致，以免用户产生疑惑；
- （b）一俟有了新的年度数据可用，月度/季度估计数要与其保持一致；
- （c）要保持指标数列的增长率；

- (d) 当季度指标在很大程度上偏离年度数据的时候，好的基准检测方法就显得格外重要。就此而言，应当审查年度内的数据来源和年度数据来源估计数之间的一致性；这样做可以找出偏差或其他问题，并且改进对这两种数据来源的估计和编制做法；
- (e) 要定期检讨各种基准检测方法；
- (f) 要避免采用在月度/季度估计数和年度估计数之间分配差额的机械方法，比如按比例分摊法，因为此类方法会在年度之间造成阶梯问题；
- (g) 通过基准检测提高短期统计精确度，可以缩小样本规模和降低成本，并且/或者提供改进及时性的机会。

7.66. 基准检测与修正。为了避免对数列造成扭曲，一个年份纳入新的年度数据通常需要修正前几年出版的数据，以便最大限度地保持年度内数列的短期变动。这是所有公认基准检测方法的一个基本特征。然而实际上，对大多数基准检测方法而言，新的年度数据对非常遥远阶段的影响力会逐渐减退为零。作为一项切实可行的建议，各国或可在每当有了新的年度数据可用的时候至少允许修正前两、三年(及接下来的年份)的数据。

7.67. 基准检测与质量。基准检测方法的更广泛应用对改进经销行业统计质量起到关键作用。实际上，基准检测的基本特征密切关系到方方面面的质量问题，比如精确度、及时性和协调一致性。就中短期而言，在资源受到制约，统计机构扩大收集数据的能力有限的情况下，这些方法往往能够成功地填补数据缺漏造成的空白和处理数据缺陷问题。就长期而言，当数据质量在很大程度上取决于基本数据来源的适用性及质量的时候，基准检测方法可以在现有数据的最适当利用方面发挥重要作用。

7.68. 基准检测与季节性调整。正如前一节所解释的那样，在季节性调整方面也用得着基准检测。按季度调整月度或季度时间数列，可能会造成原始数列的年度总计和按季度调整相应的数列的年度总计之间的差异；尤其对于在很大程度上受到日历影响或者表现有明显移动季节性的数列而言，更是如此(见第7.48-7.49段)。为了依从与地域或国民核算有关的某些制约因素，这种按季节调整的数列应当用原始数列的年度总计进行基准检测。在这种情况下，作为一项一般规则，应在调查周期的末期当数据业经收集、处理和编辑并且产生出估计数的时候进行基准检测。一旦获取了可用的原始估计数并形成了原始数据时间数列，便立即启动基准检测程序。多数情况下是在季节性调整之前进行基准检测，以便对行将用于季节性调整程序的原始数列进行微调。但有的情况下是对业经季节性调整的数据进行基准检测。譬如讲，出于保持与年度数据一致性的需要(为了地域或与国民核算有关的缘故)，可能需要在季节性调整过程中进行基准检测。

## 第八章

### 数据质量与数据诠释

#### A. 提高经销行业数据质量

8.1. 经销行业统计质量的度量。经销行业统计数据是包括从数据收集、处理到统计数字汇编和公布等诸多阶段构成的复杂过程的最终产品。经销行业统计的质量度量涉及到向用户提供足够的信息，以判断数据是否达到了适合其预期用途的适当质量标准，亦即判断其“适用性”。譬如讲，数据用户要能够证实应该满足其特定数据需求的概念框架和定义与收集和处理数据时所采用的概念框架和定义是一样的，或者是非常近似的。用户还要能够评估数据在多大程度上符合其预期的用途或解释。统计机构所采取的旨在确保统计信息质量的全部措施合在一起，便构成质量管理。

8.2. 数据质量的度量框架。大多数国际组织和国家都制定了质量定义，用以勾勒质量与质量管理的范围(方方面面)并将其纳入质量评估框架。<sup>49</sup> 现有的各种质量评估框架，虽然就其处理质量与数目、质量名称与范围等方面而言在一定程度上方法各异(见图八.1)，但是它们相辅相成，共同为一系列广泛统计质量管理提供了一个综合而灵活的结构。比如：

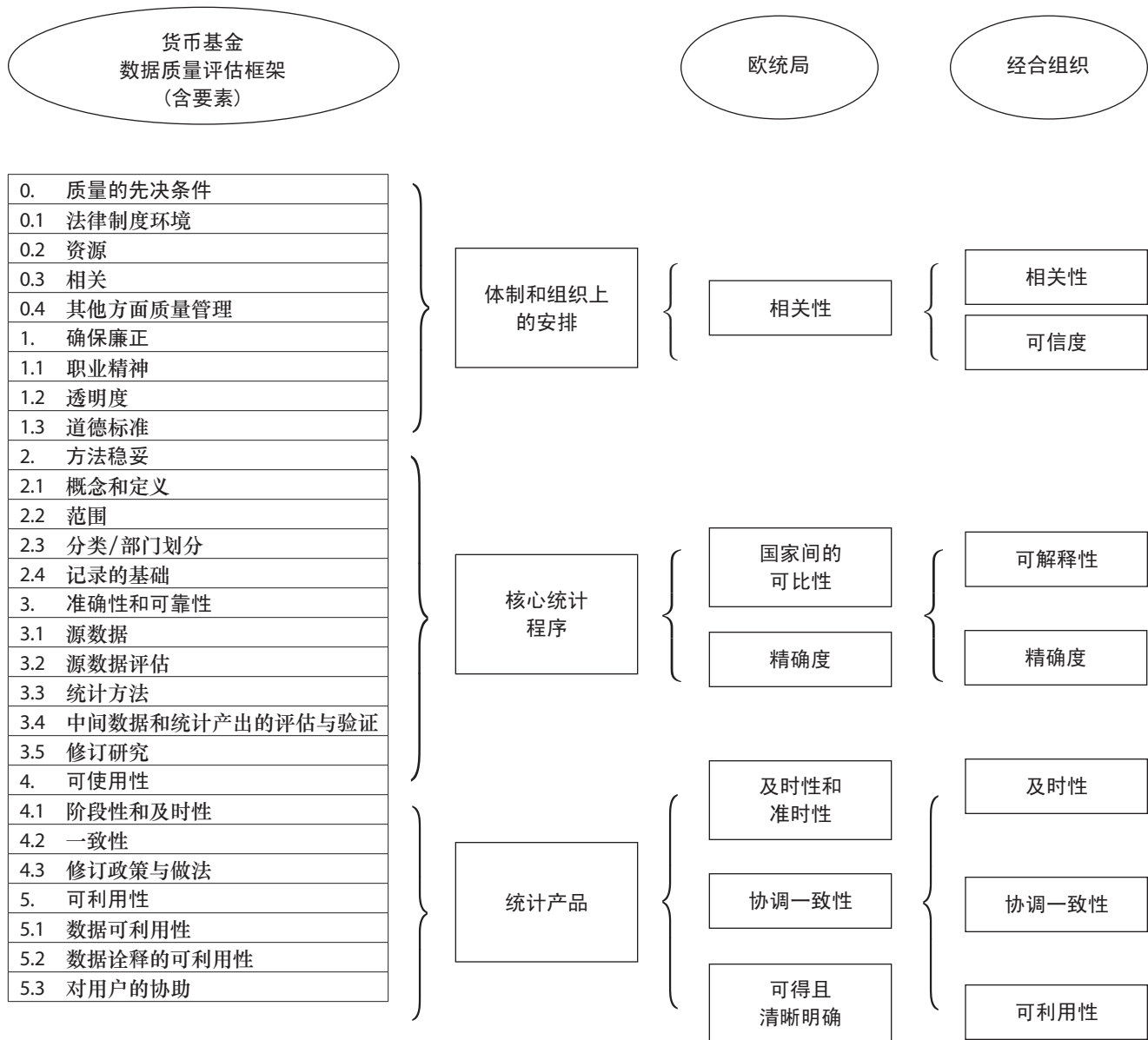
- (a) 基金组织的数据质量评估框架(DQAF)，对数据质量采取整体观点，其中涉及到统计系统管理、核心统计程序和统计产品。该框架是按级联结构组织的，涵盖质量的先决条件和五个方面，即：确保完整性、方法的稳妥性、精确性与可靠性、适用性和可利用性；
- (b) 欧洲统计系统(ESS)，侧重于统计产出品，制定了统计质量定义，提出六项标准，即：相关；精确；及时又准时；可获得而且清晰明确；可比较；协调一致；
- (c) 经合组织的质量度量框架，把质量看作一个多方面的概念。按照欧洲共同体统计局的观点，质量特征取决于用户的看法、需求和优先考虑事项，而这些方面在各种用户群体当中表现不尽相同。从七个方面来看质量：可靠性；精确性；可信度；及时性；可利用性；可解释性；协调一致性。

<sup>49</sup> 见《国际货币基金组织数据质量评估框架》(<http://dsbb.imf.org/Applications/web/dqrs/dqrsdqaf/>)；欧统局“统计质量评估”工作组，《统计质量定义》(Eurostat/A4/Quality/03/General/Definition号文件)，为第六次会议(2003年10月2日和3日，卢森堡)而准备；经济合作与发展组织统计局，《经合组织统计质量框架》(2002年6月，巴黎)；大不列颠及北爱尔兰联合王国国家统计局，《统计质量度量准则》修订文本3.1(2007年，伦敦)；《加拿大统计局的质量保障体制》(2002年9月，渥太华)；芬兰统计局，《官方统计质量指南》第2次修订版(2007年，赫尔辛基)，等等。



图八.1

国际货币基金组织的数据质量评估框架、欧洲共同体统计局的质量定义和经济合作与发展组织的质量度量框架之间的关系



资料来源：Lucie Laliberte(基金组织)、Werner Grunewald和Laurent Probst(欧洲共同体统计局)，《数据质量：货币基金的数据质量评估框架(DQAF)与欧洲共同体统计局的质量定义之比较》，2004年1月。表明与经合组织质量度量框架的关系的最后一栏由联合国统计司提供。

8.3. 上述三个质量评估框架的总体目的是实现各国统计质量管理和报告的标准化与系统化。有了这些框架，就可以对照国际(或区域)公认的统计质量管理办法对各国的做法进行评估。可以在各种背景下为了不同的目的使用这些质量评估框架，其中包括：(a) 指导各国通过提供自我评估工具和手段，鉴定有待改进的领域，来加强本国统计系统的工作；(b) 提供技术援助；(c) 由国际组织开展对特定统计领域的检查工作；以及(d) 由其他数据用户团体进行质量评估。

8.4. 质量的方方面面。各国统计机构可以决定直接实施包括经销行业统计在内的任何统计质量评估类型的现有框架之一，或在这些框架基础上制订最适合本国实践和环境的国家统计质量评估框架。在为度量和报告统计质量，尤其是经销行业统计质量而制订质量评估框架的时候，应考虑到以下方面：质量的先决条件；相关性；可信度；精确度；及时性；方法的稳妥性；协调一致性；可利用性。这些方面反映了普遍的看法，因而已被纳入大多数现行质量评估框架。现将其较为详细地直接描述如下：

- (a) 质量的先决条件。质量的先决条件系指对经销行业统计质量有影响的所有体制和组织条件。这方面的要素包括：编制数据的法律依据；各数据生产机构之间的适当数据分享与协调；保密方面的保障；实施经销行业统计方案和实施确保其有效使用的措施所需的必要人力、财务和技术资源；以及质量意识；
- (b) 相关性。经销行业统计的相关性反映了统计数据能够在多大程度上满足用户的实际需求。因此，相关性的度量需要鉴定用户群体及其需求。统计机构应权衡当前及潜在用户的不同需求，以便制订的方案能够在特定资源制约条件下尽可能满足用户对经销行业数据覆盖面和内容的最重要需求。相关性的指标包括：用户的要求，用户满意度调查及其结果，以及编制的经销行业统计数据在概念、覆盖面和细节方面与主要用户利益之间的差距；
- (c) 可信度。<sup>50</sup> 经销行业统计数据的可信度是指基于制作这些数据的统计机构的形象，用户对这些数据所保持的信心。用户信心是长期建立起来的。可信度的一个重要方面就是对数据客观性的信任，这就意味着，这些数据被认为是根据适当的统计标准采用专业手段生产出来的，而且相关政策和做法是透明的。譬如讲，不得对数据进行操控，也不得在政治压力下选择发布数据的时机；
- (d) 精确度。经销行业统计数据的精确度是指这些数据能在多大程度上正确估计或描述所要度量的数量或特征。它有许多方面，实际上精确度没有单一的总量或总体量度。一般来讲，它以统计估计数误差来表示特征，传统上将其分解为偏差(系统误差)和方差(随机误差)两个组分。但是它也涉及到描述统计机构为减少计量误差而采取的任何做法。在基于抽样调查的经销行业估计数方面，可以使用下列指标来度量精确度：覆盖面；抽样误差；不答复误差；应答误差；

<sup>50</sup> 这个方面在《国际货币基金组织数据质量评估框架》中叫做“诚信保证”。

处理误差；以及度量和模拟误差。人们认为，定期进行经销行业统计数据修正及修正研究是一项可靠性规范；

- (e) 及时性。经销行业统计数据的及时性被用以表示从数据所属的所涉期结束到发布数据之日的的时间跨度。当期限是唯一差异的时候，及时性的概念也同样适用于短期数据和结构数据。及时性与数据发布计划的存在有密切联系。发布计划可以包括一套目标发布日期或者可以承诺在收到数据后的规定时限内发布经销行业数据。这个要素一般涉及到与精确度要求权衡得失做出折中。信息的及时性还影响到它的相关性。准时性是及时性的另一方面，它反映了在确定的经销行业数据发布日期和这些数据的实际公布日期之间流逝的时段；
- (f) 方法的稳妥性。方法的稳妥性这个方面涉及到在生产经销行业统计数据的过程中贯彻执行国际标准、指导原则和良好做法。定义和概念的适当性、目标人口、有关数据的变量和基本术语，以及说明数据局限性(如果有的话)的信息等都在很大程度上决定了特定数据集遵守国际标准的程度。随同经销行业统计数据一起公布的数据诠释在评估数据方法的稳妥性方面起到至关重要的作用。这些诠释告知用户用于项目估计的输入变量如何接近于目标变量(比如任何数据项目)。当存在重要差异的时候，应该解释一下这种差异可能在数据项目估计中造成偏差的程度。方法的稳妥性与数据的可解释性有密切关系，因为后者取决于上述有关经销行业数据的所有信息特征，并且反映了用户是否容易理解并恰当使用和分析数据；
- (g) 协调一致性。经销行业统计数据的协调一致性体现了各种数据之间逻辑联系和彼此一致的程度，亦即可以在一个广泛的分析框架和一定阶段内同其他统计信息成功汇编到一起的程度。使用标准的概念、分类法和目标人口有助于增进协调一致性，各项调查使用通用的方法也会收到这方面的功效。协调一致不一定意味着数值完全一致。它具体表现在如下四个重要方面：
  - (i) 数据集内部的协调一致。它意味着基本数据项目建立在和谐的概念、定义和分类法的基础之上，并可以富有意义地搭配组合。对于经销行业统计而言，这一细分方面需要根据《2008年经销统计建议》提出的有关建议编制所有数据项目；
  - (ii) 数据集之间的协调一致。它意味着各种不同数据集的数据建立在共同的概念、定义和分类法的基础之上。如果所有数据集都基于共同的概念、定义、估值原则、分类法，等等，只要对任何差异做出解释并允许存在此类差异，即可确保经销行业统计与产业统计之间的协调一致，并确保经销行业统计与国民核算协调一致；

- (iii) 特定期限内的协调一致。它意味着数据在特定期限内建立在共同概念、定义和方法论的基础之上。譬如讲，如果根据《2008年经销统计建议》中提出的相关建议编制了经销行业数据的完整时间数列，这一特征即可确立。如果情况不是这样，那就建议各国清楚地说明距离上述建议的差距有多大；
- (iv) 各国之间的协调一致。它意味着数据建立在各国之间共同的概念、定义和方法论的基础之上。各国之间经销行业统计的协调一致可能取决于《2008年经销统计建议》在多大程度上通过了相关建议；
- (h) 可利用性。经销行业统计数据的可利用性系指是否容易从统计机构获得这些数据，其中包括有关信息是否容易得到证实，以及评估公布信息的方式和媒体是否适当。可利用性还包括是否可以获得数据诠释和是否有支援用户的服务。可利用性需要编制一份预告信息发布日程(见第9.13段)，以便告知用户何时何地能够获得有关数据以及如何获得。

8.5. 质量的这些方面是相互重叠、相互联系的，因此涉及到非常复杂的关系。若采取行动改变一个质量方面，一般会影响到其他方面。举例来讲，在争取对贸易单位年度营业总额做出最精确估计这一目标与趁用户还对此信息感兴趣的时候及时提供这方面信息之间需要权衡取舍。对此，建议如下：在编制特定经销行业统计数据集的时候，如果国家不需要同时满足精确度和及时性这两项要求的话，应该先来制作一份临时估计数单，以便在所涉期结束后不久提供这方面信息，但是所依据的数据内容就不够全面了。此项估计可在日后用基于较全面数据内容的信息来补充，但是就不如临时版本那么及时了。当然，如果这两个质量方面之间没有冲突的话，也就没有必要这样来制作估计数单了。

8.6. 包括经销行业统计数据在内，任何统计数据质量的衡量都不是一件轻而易举的事情。造成麻烦问题的难度在于如何量化个别质量方面的水平和总计所有方面的水平。在这种情况下，不可能得出一个单一的定量质量数据。在缺乏这种单一量度的情况下，鼓励各国使用一个有关质量的量度/指标体系(见下文B节)，根据上述方法和方面及其各自经济体的具体情况，制订本国的质量评估框架，并且作为其数据诠释的组成部分定期发表质量报告。质量框架为统计机构提供了一个能够满足不同用户需求的提供数据的实用手段，而通过提供质量信息，可以使用户得以自行判断某套数据集是否能够满足其特定质量要求。建议每隔四、五年审查一次经销行业统计数据质量；如果在方法论上发生重大变化或者数据来源有变，审查频率还可以更高一些。

## B. 质量指标与质量的直接量度

8.7. 质量的量度。质量量度的定义是直接计量特定质量方面的项目。比如，从参考日期到特定经销行业统计发布之时的时间间隔就是一个直接的质量

量度。然而实际上，许多质量量度计算起来可能难度较大或代价高昂。倒是可以在质量度量中使用质量指标。质量量度和质量指标可以对理想的质量度量起辅助作用，或者充当其替代物。

8.8. 质量指标。质量指标是提供有关国家和国际统计机构制作数据的质量或标准的汇总定量数据。它们与特定目标或目的的实现联系在一起。质量指标不同于普通的原始统计数据，它们一般被概念化，有某个参考点，并且按此结构可以帮助形成一系列不同类型的比较。

8.9. 质量指标通常由作为统计过程副产品的信息构成。它们不直接度量质量，但是可以为质量评估提供足够的信息。比如就精确度而言，几乎不可能计量不答复偏差，因为要查明不答复者的特征难度很大且代价高昂。在这种情况下，往往把答复率当作一个质量指标替代物来计量不答复偏差所可能达到的程度。

8.10. 并非所有数据都要处理所有质量方面。而是鼓励各国选用那些能够对特定数据集的长处、局限性和适当用途进行总体评估的质量量度/指标。将为每一种数据项目制作某些组的质量量度和指标，譬如讲，每个新的估计数都要计算对总营业额的项目答复率(见数据项目5.1)。而其他一些估计数只要产生一次即可满足所有数据项目的需要，只有在发生变化的情况下才重新改写。后面这种情况在描述收集数据的调查方法是被用作例证来说明“方法的稳妥性”这个质量方面(见第8.4(f)段)，应该说它适用于所有经销行业统计数据项目。

8.11. 质量指标界定。建议各国在界定经销行业统计质量指标的时候，要确保这些指标能够达到下列标准：(a) 它们部分或全部涵盖前面界定的所有质量方面；(b) 编制质量指标的方法业已确立；及(c) 质量指标要容易解释。

8.12. 质量指标类型。各种质量指标可以按其重要性分类如下：

- (a) 关键指标，应达到第8.11段提出的标准。关键质量指标的实例有差异系数，用以计量通过抽样调查获得的经销行业统计数据的精确度；以及在所涉期结束到数据首发之日的的时间间隔，用以计量经销行业统计的及时性；
- (b) 辅助指标，被认为是数据质量的重要间接量度，应达到第8.11段提出的标准。譬如讲，这种指标是特定数据集从临时估计数到最终估计数之间所作修正的平均规模，用以计量经销行业统计数据的精确度；
- (c) 进一步分析指标，是需要由统计机构作进一步审查和讨论的指标。举例来讲，一些国家在对统计机构的能力和可用资源进行了仔细分析之后，可以决定开展一次用户满意度调查，并计算出一个用户满意度指数，用以计量经销行业统计数据的相关性。

表八.1  
度量经销行业统计质量用的关键指标

质量方面	质量量度/指标
相关性	R <sub>1</sub> 找出关键用户利益与经销行业统计汇编之间在概念、覆盖面和详尽程度上的差距 R <sub>2</sub> 进行用户满意度调查
精确度	A <sub>1</sub> 抽样误差 > 差异系数 A <sub>2</sub> 非抽样误差 > 单位应答率 > 项目应答率 A <sub>3</sub> 数量应答率(报告的总销售额百分比) A <sub>4</sub> 经销行业统计数据的修正数量和平均规模
及时性	T <sub>1</sub> 从所涉期结束到经销行业数据第一次发布(发布最终成果日期)之间的时间间隔
方法的稳妥性	MS <sub>1</sub> 在收集和编制经销行业统计数据的概念和计量程序方面偏离相关国际统计标准的数目和比率
协调一致性	CO <sub>1</sub> 出自各种来源的相关经销行业数据的比较和联合使用
可利用性	AC <sub>1</sub> 用于公布经销行业统计数据的手段数量 AC <sub>2</sub> 按公布数据的方式,可供使用的经销行业统计数据集在制作的经销行业统计数据集总量中所占的百分比

8.13. 建议各国要密切注意保持各种质量方面与指标数量之间的恰当平衡。质量量度的目的在于掌握一套数量有限(最低限度数量)的指标,用以计量并长期跟踪统计机构所制作的经销行业数据质量,以确保向用户提供有用的总体质量概览,同时又不至于因为不切实际地要求增加数据质量诠释而使得受访者负担过重。

8.14. 一套最低限度质量量度/指标。下文表八.1提出数量有限的一套关键指标,<sup>51</sup>供各国用以定期度量其经销行业统计数据质量。

### C. 经销行业统计数据诠释

8.15. 统计数据的内容。一般来讲,统计数据包括:

- (a) 微观数据:通过普查或调查收集的关于一个总体各单位,比如机构特征的数据;
- (b) 宏观数据:通过微观数据的分组或总计得出的数据,比如机构总数或附加值总额;
- (c) 数据诠释:描述微观数据、宏观数据或其他数据诠释的数据。

<sup>51</sup> 关于更多的质量指标,见《欧洲统计业务守则》,见:[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=2273,1,2273\\_47140765&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=2273,1,2273_47140765&_dad=portal&_schema=PORTAL); 基金组织《数据质量评估框架》,见:<http://dsbb.imf.org/Applications/web/dqrs/dqrsdqaf/>; 以及大不列颠及北爱尔兰联合王国国家统计局,《统计质量度量准则》,见:<http://www.statistics.gov.uk/StatBase/Product.asp?vlnk=13578>。

8.16. 数据诠释。数据诠释这一词语是指所有描述其他数据的信息。一个非常短的数据诠释定义就是“关于数据的数据”。数据诠释的描述超出了纯粹数据形式和内容，而涉及到相关的数据管理事实(是谁、在什么时间制作的有关数据)，以及数据在公布或存入数据库之前是如何收集和加工处理的。此外，数据诠释还便于数据的有效搜索和定位。

8.17. 统计数据诠释。统计数据诠释用于对统计数据——即微观数据、宏观数据或其他数据诠释——进行描述或为其提供说明。它们有利于在数据的寿命期内对统计数据的共享、查询和理解。它们还就如何收集和操纵数据提供方法上的说明。举例来讲，对于经销行业统计数据项目而言，数据诠释包括数据项目名称、从中收集信息的单位、数据来源、有关所用分类法的信息，以及在编制数列时采用的数列细分、定义和方法等。数据诠释对于解释统计数据至关重要。若缺少适当的数据诠释，就不可能充分理解统计数据。

8.18. 数据诠释与质量。数据诠释和质量之间存在着双向关系。一方面，数据诠释描述统计数据的质量。另一方面，数据诠释本身就是质量的一个组成部分，它可以提高统计数据的可利用性。

8.19. 数据诠释的用户和用途。任何特定的数据集都有许多用户组和用途。可能的用户和用途的广泛程度意味着必须满足多种多样的数据诠释要求。尤其作为数据提供者的统计机构必须提供完备的数据诠释，以便于需求最简单和需求最复杂的用户都能很容易地评估数据及其质量。建议各国把统计用户划分成若干大组，采用分层的办法提供数据诠释，以此增加诠释的详细程度。建议把数据诠释至少细分为两个层次：

- (a) 结构数据诠释作为数据表的组成部分提供；
- (b) 参考数据诠释提供数据内容和质量的细节，可以伴随表格提供，也可以经由因特网或偶尔以出版物的形式单独提供。

8.20. 通过数据诠释提高数据的国际可比性。数据诠释提供了对各国编制统计数据的做法进行比较的机制。这可能鼓励并有助于各国在编制特定领域统计数据方面实施国际标准并采取最佳做法。通过更好地协调各国采取的方法，可以改进主要统计指标的质量和覆盖面。

8.21. 经销行业统计数据诠释的目的。数据诠释的最根本目的是帮助经销行业统计用户解释、理解和分析数据，即使用户自己尚未参与这些数据的制作过程。换言之，经销行业统计数据诠释应帮助读者将统计数据转换为信息。经销行业统计数据诠释也帮助统计数据的制作者。从解释数据获得的新知识还可以导致改进数据制作(降低成本，提高数据质量)，并且促进公布数据的工作(即公布综合性的、及时的、可获得的、并且可靠的数据)。

8.22. 数据诠释的成分。为了公布综合性的经销行业统计数据，其相应的数据诠释要包含以下六个主要成分：(a) 数据的覆盖面、定期性和及时性；(b) 公众可利用性；(c) 公布数据的完整性；(d) 数据质量；(e) 汇总的

方法；以及(f) 数据公布的格式。这些成分各自都有几个可监测的要素，对此，统计数据的用户可进行观察。

8.23. 鼓励各国把制订数据诠释摆在高度优先位置，并且将其公布视为经销行业统计数据公布的组成部分。另外建议，在考虑采取一体化办法编制经济统计数据的方面，要制订并实行跨越所有经济统计领域的统一协调体系和数据诠释的结构方法，集中致力于提高数据质量和扩大其覆盖面。

8.24. 国际货币基金(基金组织)、欧洲共同体统计局(欧统局)和经济合作与发展组织(经合组织)等各种国际组织都制定了数据诠释标准，并且收集了各种不同统计领域的的数据诠释。即将出版的《经销行业统计：编制者手册》将进一步阐述并提供与经销行业统计有关的数据诠释指南。《统计数据和数据诠释交流》(SDMX)<sup>52</sup>中的技术标准和针对内容的指导原则为交流和共享统计数据以及使用现代技术的数据诠释提供了共同格式和名称。建议把使用网络技术和SDMX标准公布国家数据及数据诠释当作减轻国际报告负担的一个手段。

<sup>52</sup> 关于SDMX的更多信息，见：<http://www.sdmx.org/>。





## 第九章 数据公布

### A. 国家报告

9.1. 数据公布。数据公布是各国统计机构参与的主要活动之一。它不仅向决策者、工商企业者和其他用户提供优质统计信息的途径，而且是动员受访者参加统计调查的一个手段。如果说国家统计机构有法定权力收集和公布统计信息的话，它们也有义务保守受访者的机密。

9.2. 统计保密。统计机构直接收集的或从其他来源获取的属于《国际标准产业分类》第4次修订本门类G的个体统计单位的大部分信息都被认为是机密性质的。为了赢得并保持统计受访者和统计信息使用者的信任，统计保密是必要的。

9.3. 《联合国官方统计基本原则》中的第6条原则为统计保密管理奠定了基础。其中讲到：

统计机构为统计汇编的目的收集的个体数据，不论其属于自然人还是属于法人，均须严格保密，且仅为统计目的而使用。

9.4. 各国的统计法律或其他补充性的政府规章都提出了国家一级有关统计保密工作的法律条款。各国的保密定义和微观数据存取规则也许不尽相同，但是均应符合这一基本原则。尤其对于那些在区分微观数据统计用途与非统计用途方面缺乏悠久传统、或者没有在任何立法中对此做出规定的国家而言，此项原则显得更加重要。

9.5. 经销行业数据通常是由国家统计机构以各种统计表的形式公布的。如果能够避免通过列表数据直接或间接辨认统计单位从而泄漏个体信息，即可保守统计机密。假如在表内的一个方格中只报告了一个统计单位就有可能对它进行直接辨认；而如果能够从公布的数据中导出一个单个的数据（比如因为一个方格中单位太少，或者因为有一、两个单位在方格中占优势），就可以进行间接辨认。为了确定一个统计单位是否能被辨认出来，就要考虑到有可能被第三方合理用来辨认它的所有途径。<sup>53</sup>

9.6. 统计泄露管制。统计泄露管制方法的定义是用于减少泄漏个体单位信息风险的一套方法。虽然这种方法是在公布阶段实行的，但是它们和统计制作过程的所有阶段都有关联。

<sup>53</sup> 见欧统局在1997年2月17日第322/97号《欧洲联盟委员会规章》第五章(统计保密)中提出的关于“保密”的定义；以及该委员会1990年6月11日通过的关于应置于统计保密管理之下的数据传递的第1588/90号规章。

9.7. 与公布数据阶段有关的统计泄漏管制方法一般基于限制数据数量或改变数据发布的方式。泄漏管制方法力图在改进保密工作和降低数据质量之间取得最佳平衡。不同类的数据会带来不同类的保密问题，并且不可避免地需要不同的解决方案。在这一领域现有国际准则的基础上，<sup>54</sup> 鼓励各国制定最适合本国国情的统计泄漏管制方法。下文第9.8段介绍这方面最常用的几种方法。

<sup>54</sup> 见《统计保密管理与微观数据存取原则和指导方针》，为统计委员会2007年2月27日至3月2日在纽约举行的第三十八届会议准备的背景文件(<http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2007.htm>)。

9.8. 保密方法。作为统计列表数据泄漏管制的第一步骤，需要鉴定敏感方格。敏感方格就是易于直接或间接暴露个体统计单位信息的表内方格(见第9.5段)。防范机密数据泄漏的最普通做法包括：

- (a) 归并。表中包含机密数据的一个方格与另一方格合并，然后公布合计的信息而不是两个单独方格的信息。这样做的结果，譬如讲，往往是在《国际标准产业分类》组层次使经销行业的机密数据与来自另一组的数据组合，而在《国际标准产业分类》的大组层次提出和公布这些数据；
- (b) 封锁。封锁的意思就是从数据库或表格中清除载有机密数据的记录。这种方法允许统计人员不予披露敏感方格中的数值而在其他方格发表原始数值(即所谓初始封锁)。然而，仅封锁表内一个方格就意味着不能进行该方格所属的较高层次的总数计算了。在这种情况下其他一些方格也必须封锁，以确保初级方格项下的数值得到保护，从而导致二次封锁；
- (c) 其他方法。控制四舍五入法和摄动法是保护机密数据的较复杂方法。控制四舍五入法允许统计人员采取四舍五入的方法把每个方格中的原始数值修改成一个基数的近似倍数。摄动法是控制四舍五入法的一种线性规划统计变式。

9.9. 在国家选定封锁法为保护经销行业数据机密的方法的情况下，建议在下一个能适当保密的较高分类层次(如果按活动提供数据的话)详细报告任何被认定为机密的数据，或者在下一个较高的归并层次报告任何其他特征。这种方法除了要达到保密要求以外，还必须最大限度地减少信息损失。

9.10. 联合企业的保密。在大型贸易企业的情况下，要采取周密的措施保守机密。一般来说，大型企业要比小企业更容易辨识，并且有较高的概率被选中参加贸易调查；而它们的数据很有可能在许多方格中对总数起支配作用，从而能够据此认出这种单位。

9.11. 经销行业数据的保密规则。经销行业数据的保密规则应当与国家立法条款与实践保持一致。作为一项最低要求，在制订保密规则的时候起码要考虑到如下两个要素：(a) 一个列表方格中的单位数量；及(b) 一个单位的支配地位或单位对列表方格总值的贡献率。在保密标准的确切界定方面的抉择，比如关于每个方格的单位数和支配地位百分比的抉择，留待统计机构决定。个别情况下，可以通过请求居主导地位的受访者同意统计机构披露相关数据来放宽保密规定。

9.12. 保密国际化。由国际组织收集和公布的数据在很大程度上取决于有关各国提供数据的质量和完整性。因此，保密问题不仅有国家特征，而且在规模上愈来愈国际化，有如下几方面的原因：(a) 国家间的比较受到高度重视；(b) 统计数据用户(包括国际组织在内)日益国际化；以及(c) 越来越多地通过因特网公布数据。于是，对各国的详细数据的需求、甚至对国家微观数据的需求与日俱增。

9.13. 公布数据的时间表。在制作统计数据的过程中，通常需要在编制信息的及时性与公布数据的精确度和详细程度之间权衡得失，做出取舍。因此，在作为经销行业统计制作者的国家统计机构与用户界之间保持良好关系方面，一个关键要素就是拟定编制和发布调查数据的适当时间表。鉴于这种时间表对于计量作为经销行业统计质量一个方面(见第8.4(e)段)的及时性十分重要，建议各国要预先确定并宣布发布经销行业统计数据的确切日期。应在各年度的年初在国家统计机构的网站上公布预定发布数据的时间表。

9.14. 在确定编制和发布经销行业统计时间表方面需要考虑的最重要事项包括：

- (a) 从主要经销行业调查收集原始数据的选定时机；
- (b) 来自各主要数据源的数据需要修正的程度；
- (c) 编写需要投入经销行业数据的重要国家经济政策文件的选定时机；
- (d) 公布数据的方式(新闻发布会、电子版本或硬拷贝)。

9.15. 各国在发布月度、季度和年度经销行业数据的及时性方面差异悬殊，主要反映了对及时性-可靠性-精确度三者间的权衡取舍有不同的看法。在保持稳妥可靠的统计做法方面，鼓励各国在有关月份结束后的45天之内发布其初始月度数据；在有关季度结束后的3个月内发布季度数据；在有关年份结束后的18个月内发布年度数据。月度和季度数据适用于非连续月份或季度。大多数国家使用单独的体系编制年度经销行业统计数据。在这种情况下，第四季度(或第12个月)的数据需要据实独立发表，而不要作为年度总计与前三个季度(或前11个月)合计的差额得出。

9.16. 数据修正。修正是在编制经销行业统计数据方面国家实践的一个至关重要的方面。数据制作是在数据公布的及时性与数据可靠性、精确度和综合性之间进行权衡得失取舍的结果。为了解决这些问题，统计机构往往编制临时数据，待日后有了新的、更准确信息可用的时候再对其进行修正。虽然一般来说反复修正也许会对官方经销行业数据的可靠性有负面影响，但是为了避免反复修正而制作精确但非常不及时的数据，最终也不能满足用户的需求。有必要强调指出的是，经销行业修正数据的制作符合用户的利益，为的是向用户提供尽可能及时而准确的数据。修正对年度和短期经销行业统计数据都有影响，但是对短期数据比较重要。

9.17. 数据修正的理由。总的来说有两类修正：(a) “正常”统计程序

中出现的修正(比如:有了新的信息可用,方法上发生了变化,数据来源有改变,基准年发生变化,等等);(b)以纠正原始数据或数据处理过程中可能出现的误差的形式进行的修正。对于正常的统计数据修正(亦称经常性修正),各国要制订修正政策。除了正常数据修正之外,统计机构可以决定在任何时候进行一次特别修正,以便重新评估数据或对新型经济结构进行深入调查。这种修正的间隔期较长,而且不规则。修正往往需要改变时间数列;为了保持方法上的一致性,可能要一直追溯到数列开端。建议在进行此种修正之前,有关国家的统计机构要事先通知用户,其中要包括修正的理由,同时提供关于修正对数据的影响方面的信息。

9.18. 修正政策。为了应对有关经销行业数据修正的问题,鼓励各国制订设计完善、精心管理并与其他方面的统计工作周密协调的修正政策。制订修正政策的目的是不是要阻碍修正工作,而是要向用户提供必要的信息,以便更加有计划有步骤地应对有关数据修正的问题。用户认为,在修正问题上缺乏协调和计划是统计工作质量的问题。完善的修正政策的基本特征表现在:有预定的方案;有适当的逐年稳定状态;事先通报修正的理由和影响;便于用户获得修正数据的足够长的时间数列;并且要在统计出版物和数据库中载有适当的数据修正文件说明。

9.19. 建议的数据修正做法。稳妥的修正政策被公认为良好统计管理的一个重要方面,因为它不但有助于国内数据用户,而且也会促进国际协调一致。为了帮助尚未制订这种政策的国家,现推荐下述良好做法:

- (a) 与用户协商,征求他们对数据修正做法的意见;
- (b) 随时准备向用户简明扼要地说明预期何时以及为何进行数据修正;
- (c) 经常性的逐年修正周期要相对稳定;
- (d) 通常每隔四至五年进行一次概念和方法上的重大修正,同时要在这种改变与用户的关切之间权衡得失;
- (e) 修正要向后追溯几年以取得协调一致的时间数列;
- (f) 要随时向用户提供有关数据修正的文件说明;
- (g) 要根据以往的历史经验向用户提示可能的修正规模;
- (h) 当报告或数据处理中发生差错的时候,要采取透明的做法及时修正。

9.20. 公布的方式。要想让经销行业统计数据有用,关键在于数据的可利用性,亦即取决于数据的广泛公布。数据公布既可采取电子方式,又可通过纸质出版物来实现。建议各国选择最适合用户需要的公布方式。譬如讲,经销行业统计新闻稿应该采取便于大众媒体再传播的方式散发;较为综合详尽的统计数据需要以电子和/或纸质出版物格式公布。如果资源条件允许的话,经常性的统计数据和较长的时间数列可以通过由统计机构运营的电子数据库来组织和存取(免费或收费均可)。除了例行公布的统计数据之外,统计机构还可以根据请求向用户提供经销行业数据。为了某些专项目的,还可以提供量身定制的

数据列表(比如非标准活动分类, 特定类型的单位, 等等)。建议各国要确保让用户清楚地知道获得附加统计数据的可能性和获得这种数据的程序。

9.21. 数据诠释的公布。对经销行业统计用户而言, 提供数据质量评估和适当的数据诠释就如同提供这方面的数据一样重要。鼓励各国按照第八章中提出的关于经销行业统计数据质量和数据诠释的建议, 编制和公布包含下列成分的数据诠释: (a) 数据覆盖面、发布周期和及时性; (b) 公众的可利用性; (c) 公布数据的完整性; (d) 数据质量; (e) 汇总方法; 以及(f) 公布的方式。建议各国在数据诠释中指明所有偏离国际公认统计标准和准则之处。经销行业统计数据诠释应通过统计机构的互联网站和/或出版物让用户很容易获得。各国亦可考虑规定各种不同的数据诠释详细程度, 以满足特殊用户的要求和需要。<sup>56</sup>

<sup>56</sup> 关于数据和数据诠释的更详尽资料, 请参阅经济合作与发展组织, 《数据和数据诠释报告与编制手册》(2007年, 巴黎)。

## B. 国际报告

9.22. 鼓励各国在其互联网站上提供经销行业统计数据, 或者一俟国内用户可以获得此类数据便立即将其向国际上公布。

9.23. 下文表九.1、表九.2和表九.3分别提供了建议向国际公布的经销行业统计数据项目列表及其详细程度和周期。

表九.1

国际上按年度公布的经销行业统计数据项目列表

项目 编号	数据项目	详细程度	最低要求(按照 《国际标准产业分类》 第4次修订本)	期 限
A	人口统计			
1.10	企业数量	按活动和规模级别 分项列出	三位数层级活动分项数字 一位数层级规模分项数字	18个月
B	雇工情况			
2.1	雇用总人数	按活动和规模级别 分项列出	三位数层级活动分项数字 一位数层级规模分项数字	18个月
2.1.3	雇员总人数	按活动和规模级别 分项列出	三位数层级活动分项数字 一位数层级规模分项数字	18个月
C	雇员薪酬			
3.1	雇员的现金和实务工薪	按活动分项列出	三位数层级	18个月
H	产出			
8.1	按基本价格计算的总产值	按活动分项列出	三位数层级	18个月
8.1.1	毛利	按活动分项列出	三位数层级	18个月
J	附加值			
10.1	按基本价格估算的附加值总额	按活动分项列出	三位数层级	18个月
K	固定资本形成总额		一位数层级	18个月

表九.2

## 国际上按季度公布的经销行业统计数据项目列表

项目 编号	数据项目	详细程度	最低要求(按照 《国际标准产业分类》 第4次修订本)	期 限
B	雇工情况			
2.1	雇用总人数	按活动分项列出	两位数层级	3个月
2.1.3	雇员总人数	按活动分项列出	两位数层级	3个月
C	雇员薪酬			
3.1	雇员的现金和实务工薪	按活动分项列出	两位数层级	3个月
E	营业额、销售额、发货价值、 服务收款额和其他收益			
5(a)	营业额、销售额、发货价值、 服务收款额和其他收益	按活动分项列出	两位数层级	3个月

表九.3

## 国际上按月公布的经销行业统计数据项目列表

项目 编号	数据项目	详细程度	最低要求(按照 《国际标准产业分类》 第4次修订本)	期 限
	批发和零售贸易营业额指数(数值 和/或数量)	按活动分项列出	两位数层级	对于零售贸易 (《国际标准产 业分类》第4次 修订本47类), 限期45天;  对于批发贸易和 汽车贸易(《国 际标准产业分 类》第4次修订 本45和46类), 限期60天

## 附件一

### 经销行业统计中使用的 数据项目清单

#### A. 人口统计

##### 1(a) 统计单位的特征

项目编号	数据项目
1.1	标识码
1.2	地点
1.3	营运期
1.4	经济组织类型
1.4.1	单一机构企业
1.4.2	多机构企业
1.4.2.1	多机构企业中的机构数
1.5	法定组织和所有制类型
1.5.1	法人企业(有限合伙企业及合作社除外)
1.5.1.1	公有制
1.5.1.1.1	属于中央政府所有
1.5.1.1.2	属于州政府所有
1.5.1.1.3	属于地方政府所有
1.5.1.2	国民私有企业
1.5.1.3	外资控制的企业
1.5.2	合作社和有限合伙企业
1.5.2.1	公有制
1.5.2.1.1	属于中央政府所有
1.5.2.1.2	属于州政府所有
1.5.2.1.3	属于地方政府所有
1.5.2.2	国民私有企业
1.5.2.3	外资控制的企业
1.5.3	非营利机构
1.5.3.1	公有制
1.5.3.1.1	属于中央政府所有
1.5.3.1.2	属于州政府所有
1.5.3.1.3	属于地方政府所有
1.5.3.2	国民私有企业
1.5.3.3	外资控制的企业



\* 统计机构经常从收集数据的其他项目中导出此项目。有些情况下，国家也许倾向于包含调查表上的项目，以便——譬如讲——验证所供其他数字的准确性。

项目编号	数据项目
1.5.4	非法人企业，其中：
1.5.4.1	非正规部门企业
1.6*	规模
1.7	活动种类
1.8	单位组
1.8.1	主要生产单位
1.8.2	附属单位
1.9	经营方式
1.9.1	批发贸易
1.9.1.1	自营批发贸易
1.9.1.1.1	专营批发贸易
1.9.1.1.2	非专营批发贸易
1.9.1.2	代理贸易
1.9.2	零售贸易
1.9.2.1	商店零售贸易
1.9.2.1.1	专营店
1.9.2.1.2	非专营店
1.9.2.2	非店内零售贸易
1.9.2.2.1	经由摊位和市场的零售贸易
1.9.2.2.2	其他

## 1 (b) 统计单位数

项目编号	数据项目
1.10*	企业数
1.10.1*	多机构企业
1.10.1.1*	机构数
1.10.2*	单一机构企业

## B. 雇工情况

### 2 (a) 雇用人数

项目编号	数据项目
2.1*	雇用总人数，其中：
2.1.1	自营业主
2.1.2	无报酬家庭工人
2.1.3	雇员，其中：
2.1.3.1.1	从事研发的雇员
2.1.3.1.3	从事软件和数据库开发的雇员
2.1.3.1.5	从事自营固定资产形成和大修的雇员
2.2	租用的雇员人数

项目编号	数据项目
2.3*	非正规部门雇工总数
2.3.1	非正规部门的雇员
2.3.2	非正规部门雇用的其他人

\* 统计机构经常从收集数据的其他项目中导出此项目。有些情况下，国家也许倾向于包含调查表上的项目，以便——譬如讲——验证所供其他数字的准确性。

## 2(b) 平均雇用人数

项目编号	数据项目
2.4	平均雇用人数，其中：
2.4.1	平均雇员数

## 2(c) 工时数

项目编号	数据项目
2.5	雇员的工时数其中：
2.5.1.1	参与研发的雇员
2.5.1.3	参与软件和数据库开发的雇员
2.5.1.5	从事自营固定资产形成和大修的雇员
2.6	租用雇员的工时数

## C. 雇员薪酬

### 3. 雇员薪酬

项目编号	数据项目
3.1	雇员的现金和实务工薪，其中：
3.1.1.1	参与研发的雇员
3.1.1.3	参与软件和数据库开发的雇员
3.1.1.5	从事自营固定资产形成和大修的雇员
3.2	为法人企业董事出席会议的付款
3.3	雇主应付的社会保障缴款

## D. 其他支出

### 4(a) 购买货物与劳务

项目编号	数据项目
4.1	原材料和供给品成本(燃气、燃料和电力除外)，其中：
4.1.1	购买或接收其他企业的原材料和供给品
4.1.2	同一企业的其他机构发运的原材料和供给品的价值
4.1.3	自营固定资产形成和大修的材料成本，其中：
4.1.3.1	研发
4.1.3.3	软件和数据库开发
4.1.3.5	自营固定资产形成和大修

项目编号	数据项目
4.2	购买煤气、燃料和电力的成本
4.2.1	个别燃料和煤气的购买成本
4.2.2	购买电力的成本
4.3	供水和污水服务成本
4.3.1	购买水的成本
4.3.3	购买污水服务的成本
4.4	购买服务的成本(租金除外)
4.4.1	购买和由同一企业的其他机构提供的产业服务的成本
4.4.1.1	维护、修理和安装服务(建造除外)
4.4.1.2	承包和代理工作
4.4.1.2.1	租用雇工费
4.4.2	购买和由同一企业的其他机构提供的非产业服务的成本
4.4.2.1	建筑物和结构物的维护修理
4.4.2.2	通信服务
4.4.2.3	运输服务
4.4.2.4	广告和促销服务
4.4.2.5	金融服务(利息支付除外)
4.4.2.9	其他非产业服务
4.5	按照跟接收一样的条件为转卖目的购买的货物与劳务
4.5.1	为转卖目的购买的不经进一步加工的燃料
4.5.2	仅用于修理和服务目的的汽车与摩托车零部件
4.5.3	为转卖目的购买的不经进一步加工的所有其他货物
4.5.4	为转卖目的购买的不经进一步加工的各种服务
4.6	租金付款
4.6.1	机械设备租金付款
4.6.2	住所和结构租金付款
4.7	机构财产应付的非人寿保险费

## E. 营业额、销售额、发货价值、服务收款额和其他收益

### 5(a) 营业额、销售额、发货价值、服务收款额和其他收益

项目编号	数据项目
5.1	销售额/营业额/发货价值, 包括向本公司其他机构的转账
5.1.1	本单位生产货物的销售额/营业额/发货价值
5.1.2	为接收后原封不动转卖而购买的所有货物与劳务的销售额/营业额/发货价值
5.1.2.1	礼品卡销售
5.1.3	为他人货物与劳务的销售代理和收费
5.1.4	为他人所做工作和向他人提供服务的所得收入
5.1.4.1	承包和代理工作
5.1.4.2	维护、修理和安装服务(建造除外)
5.2	其他收益

5.2.1	机械设备出租或租赁所得收益
5.2.2	建筑物出租或租赁所得收益
5.2.3	未列入其他组的其他收益
5.3*	自营固定资产价值

\* 统计机构经常从收集数据的其他项目中导出此项目。有些情况下，国家也许倾向于包含调查表上的项目，以便——譬如讲——验证所供其他数字的准确性。

## 5(b) 电子商务

项目编号	数据项目
5.4	电子商务的销售额/营业额/发货价值/服务款额或其他收益

## 5(c) 关于数量的数据项目

项目编号	数据项目
Q5.1	按产品类别的营业额

## F. 存货

### 6. 存货

项目编号	数据项目
6.1*	存货总量
6.1.1	所涉期初
6.1.2	所涉期末
6.1.3*	变化(增减)
6.2	材料、燃料和供给品存货
6.2.1	所涉期初
6.2.2	所涉期末
6.2.3*	变化(增减)
6.3	在制品
6.3.1	所涉期初
6.3.2	所涉期末
6.3.3*	变化(增减)
6.4	制成品存货
6.4.1	所涉期初
6.4.2	所涉期末
6.4.3*	变化(增减)
6.5	为接收后原封不动转卖而购入的存货价值
6.5.1	所涉期初
6.5.2.	所涉期末
6.5.3*	变化(增减)

\* 统计机构经常从收集数据的其他项目中导出此项目。有些情况下，国家也许倾向于包含调查表上的项目，以便——譬如讲——验证所供其他数字的准确性。

## G. 税收与补贴

## 7. 其他生产税收和补贴

项目编号	数据项目
7.1	税收
7.1.1	其他生产税收
7.2	得到的补贴
7.2.1	产品补贴
7.2.2	其他生产补贴

## H. 产出

## 8. 产出

项目编号	数据项目
8.1*	按基本价格计算的总产值
8.1.1*	毛利

## I. 中间消费与普查投入

## 9. 中间消费与普查投入

项目编号	数据项目
9.1*	按买方价格的中间消费

## J. 附加值

## 10. 附加值总额和普查附加值

项目编号	数据项目
10.1*	按基本价格估算的附加值总额

## K. 固定资本形成总额

## 11. 资产、资本支出、报废和折旧

项目编号	数据项目
11.1	期初固定资产总值(按购进成本)
11.1.1	住所
11.1.2	其他建筑物和结构物
11.1.3	机械设备
11.1.3.1	运输设备
11.1.3.2	通信和电信设备
11.1.3.3	其他机械设备

项目编号	数据项目
11.1.4	知识产权产品
11.1.4.1	研发
11.1.4.2	矿物勘探与评估
11.1.4.3	计算机软件和数据库
11.1.4.4	娱乐、文学和艺术原创作品
11.1.4.5	其他
11.2	期内新旧固定资产(购置)的资本支出
11.2.1	住所
11.2.2	其他建筑物和结构物
11.2.3	机械设备
11.2.3.1	运输设备
11.2.3.2	通信和电信设备
11.2.3.3	其他机械设备
11.2.4	知识产权产品
11.1.4.1	研发
11.1.4.2	矿物勘探和评估
11.1.4.3	计算机软件和数据库
11.2.4.4	娱乐、文学和艺术原创作品
11.2.4.5	其他
11.3	期内售出、报废和拆毁(处理)的固定资产总值
11.3.1	住所
11.3.2	其他建筑物和结构物
11.3.3	机械设备
11.3.3.1	运输设备
11.3.3.2	通信和电信设备
11.3.3.3	其他机械设备
11.3.4	知识产权产品
11.1.4.1	研发
11.1.4.2	矿物勘探和评估
11.1.4.3	计算机软件和数据库
11.3.4.4	娱乐、文学和艺术原创作品
11.3.4.5	其他
11.4	折旧
11.4.1	住所
11.4.2	其他建筑物和结构物
11.4.3	机械设备
11.4.3.1	运输设备
11.4.3.2	通信和电信设备
11.4.3.3	其他机械设备
11.4.4	知识产权产品
11.1.4.1	研发
11.1.4.2	矿物勘探和评估

\* 统计机构经常从收集数据的其他项目中导出此项目。有些情况下，国家也许倾向于包含调查表上的项目，以便——譬如讲——验证所供其他数字的准确性。

项目编号	数据项目
11.1.4.3	计算机软件和数据库
11.4.4.4	娱乐、文学和艺术原创作品
11.4.4.5	其他
11.5*	期末固定资产总值
11.5.1*	住所
11.5.2*	其他建筑物和结构物
11.5.3*	机械设备
11.5.3.1	运输设备
11.5.3.2	通信和电信设备
11.5.3.3	其他机械设备
11.5.4*	知识产权产品
11.1.4.1	研发
11.1.4.2	矿物勘探和评估
11.1.4.3	计算机软件和数据库
11.5.4.4	娱乐、文学和艺术原创作品
11.5.4.5*	其他

## 附件二

### 根据《国际标准产业分类》第4次修订本 被排除于相关经销行业范围、类和组 以外的活动清单

下列活动被认定为属于商品改造活动或相关经销行业类和组，因而被排除在本建议之外：

#### 1. 45类：批发和零售贸易；汽车和摩托车修理：

- 内燃机燃料和润滑油或冷却产品的零售
- 汽车或摩托车租赁

《国际标准产业分类》第4次修订本， 组	被排除在外的活动
4510	汽车零配件批发和零售，见4530 汽车租赁(带司机)，见4922 卡车租赁(带司机)，见4923 汽车和卡车租赁(不带司机)，见7710
4520	轮胎翻新和再造，见2211
4530	内燃机燃料零售，见4730
4540	自行车及相关零配件批发，见4649 自行车及相关零配件零售，见4763 摩托车租赁，见7730 自行车维修，见9529

#### 2. 46类：批发贸易(汽车和摩托车除外)：

- 汽车、拖车和摩托车以及汽车配件批发(见45类)
- 货物出租和租赁(见77类)
- 为第三方进行固体货物包装和液态或气态货物装瓶，其中包括混合及过滤(见8292组)



《国际标准产业分类》第4次修订本， 组		被排除在外的活动
4610	以自己的名义批发贸易，见462-466和469大组	
	汽车佣金代理商的活动，见4510	
	汽车拍卖，见4510	
	非商店零售佣金代理商，见4799	
	保险代理人的活动，见6622	
	房地产代理人的活动，见6820	
4620	纺织纤维批发，见4669	
4630	葡萄酒或烈性酒勾兑混合，见1101、1102	
4641	珠宝和皮草货物批发，见4649	
	纺织纤维批发，见4669	
4649	空白音像磁带、CD和DVD批发，见4652	
	广播电视设备批发，见4652	
	办公设备批发，见4659	
4651	电子零部件批发，见4652	
	办公机器设备批发(计算机和外围设备除外)，见4659	
	计算机控制的机械批发，见4659	
4652	录音录像带、CD和DVD批发，见4649	
	消费电子产品批发，见4649	
	计算机和计算机外围设备批发，见4651	
4659	机动车、拖房车和挂车批发，见4510	
	汽车零部件批发，见4530	
	摩托车批发，见4540	
	自行车批发，见4649	
	计算机和外围设备批发，见4651	
	电子零部件和电话及通信设备批发，见4652	
4662	金属废料批发，见4669	
4663	收集家庭和工业废物，见381大组	
	废物处理，不是为了在工业制造中进一步利用，而是为了处置目的，见382大组	
	将废物、废料和其他物品处理成二级原材料(由此产生的二级原材料适合直接用于工业加工制造，但不是最终产品)，见3830	
	为材料回收目的拆卸机动车、计算机、电视机和其他设备，见3830	
	机械粉碎汽车，见3830	
	拆船，见3830	
	二手货零售，见4774	

## 3. 47类：零售贸易(汽车和摩托车除外)：

- 农民销售农产品(见01类)
- 一般归类为10-32类货物的制造和销售
- 汽车、摩托车及其零部件销售(见45类)
- 粮食、矿石、原油、工业化学品、钢铁，以及工业机械设备贸易(见46类)
- 店内消费的食品和饮料的销售和外卖食品(见56类)
- 向公众出租个人用及家用物品(见772大组)

《国际标准产业分类》第4次修订本， 组		被排除在外的活动
4711	燃料连同食品、饮料等销售，以燃料销售为主，见4730	
4721	面包店产品制作(即前店后厂)，见1071	
4730	燃料批发，见4661	
	燃料连同食品、饮料等销售，以食品和饮料销售为主，见4711	
	做饭或取暖用的液化天然气零售，见4773	
4741	空白磁带和光盘零售，见4762	
4751	服装零售，见4771	
4753	地板瓷砖零售，见4752	
4759	古董零售，见4774	
4761	旧书古籍零售，见4774	
4764	电子游戏机零售，见4741	
	非定制软件(含电子游戏软件)零售，见4741	
4771	纺织品零售，见4751	
4774	二手汽车零售，见4510	
	网上拍卖和其他非店内拍卖活动(零售)，见4791、4799	
	典当行活动，见6492	
4781	熟食即时消费(流动食品摊贩)零售，见5610	
4799	商店交付产品，见471-477大组	



## 附件 三

### 使用自上而下的方法鉴别统计单位 在批发和零售贸易领域的主要活动

#### 实 例

一个统计单位可能从事下列活动：

门 类	类	大 组	组	组 描 述	附加值份额 (%)
G	46	465	4651	计算机、计算机外围设备和软件批发	10
	47	474	4741	计算机、外围装置、软件和电信设备专营店零售	8
			4742	音像设备专营店零售	15
		475	4759	家用电器、家具、照明设备和其他家用物品专营店零售	4
		476	4761	书刊报纸和文具专营店零售	3
			4762	音像制品专营店零售	12
	479	4791	经由邮购公司或因特网的零售	35	
N	77	772	7722	录像带和光盘出租	13

然后，其主要活动确定如下：

#### 步骤1. 鉴定所属门类

门类G	批发和零售贸易：汽车和摩托车修理	87
门类N	管理和支持业务活动	13

#### 步骤2. 鉴定类(在门类G的范围内)

46类	批发贸易，汽车和摩托车除外	10
47类	零售贸易，汽车和摩托车除外	77

#### 步骤3. 鉴别大组(在47类的范围内)

步骤3(a). 鉴定商店或非商店贸易(在47类的范围内)

471-477大组	商店零售贸易	42
478-479大组	商店零售贸易	35

步骤3(b). 鉴定专营和非专营贸易(在471-477大组的范围内)

重新计算相对于零售贸易总额的附加值份额:

4741	= 8% / 77%	10
4742	= 15% / 77%	19
4759	= 4% / 77%	5
4761	= 3% / 77%	4
4762	= 12% / 77%	16

只有四个组占有5%以上的份额。因此, 该单位属于专营零售类。

步骤3(c). (在专营零售贸易中)鉴定大组

474大组	信息和通信设备专营店零售	23
475大组	其他家用设备专营店零售	4
476大组	文化娱乐用品专营店零售	15

注释: 对于鉴别最大份额而言, 所用的价值是原始数字还是重新计算的数字都没关系。

步骤4. 鉴定组(在474大组的范围内)

4741组	计算机、外围装置、软件和电信设备专营店零售	8
4742组	音像设备专营店零售	15

因此主要活动是**4742: 音像专营店零售**。

## 参考资料

### 加拿大

《质量保障框架》，渥太华：加拿大统计局，2002年。

### 芬兰

《官方统计质量指南》，第2次修订本。赫尔辛基：芬兰统计局，2007年。

### 国际劳工组织

关于工时统计的决议，第十届国际劳工统计学家会议通过(1962年10月11日)。

见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。

关于劳动力、就业、失业和就业不足统计的决议，第十三届国际劳工统计学家会议通过(1982年10月)。见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。

关于就业地位国际分类的决议，第十五届国际劳工统计学家会议通过(1993年1月)。见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。

关于非正规部门就业问题的决议，第十五届国际劳工统计学家会议通过(1993年1月)。见：<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm>。

### 国际货币基金组织

Adrian M. Bloem、Robert J. Dippelsman和Nils Ø. Mæhle，《季度国民核算手册：概念、数据来源与编制》。哥伦比亚特区华盛顿：国际货币基金组织，2001年。

### 经济合作与发展组织

《劳务生产指数编制手册》。巴黎：经济合作与发展组织(经合组织)，2007年。见：[http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en\\_2649\\_34257\\_1\\_119669\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html)。

《数据和数据诠释报告与编制手册》，巴黎：经合组织，2007年。见：[http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en\\_2649\\_34257\\_1\\_119669\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html)。

《弗拉斯卡蒂手册：拟议的研究与实验性发展调查标准做法》。巴黎：经合组织，2002年。

《信息经济度量》。经合组织，2002年。见：<http://www.oecd.org/sti/measuring-infoeconomy>。

《地下经济测算手册》。巴黎：经合组织，2002年。见：[http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en\\_2649\\_34257\\_1\\_119669\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html)。

### 欧洲共同体统计局(欧统局)

关于向欧洲共同体统计局传递数据须遵守统计保密规则的《理事会规章》(欧洲原子能共同体, 欧洲经济共同体)第1588/90号, 1990年6月11日。欧洲共同体公报L 151, 15/06/1990, 第0001-0004页。见：<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:1990R1588:EN:HTML>。

关于结构性商业统计的《理事会规章》(欧洲原子能共同体, 欧洲经济共同体)第58/97号, 1996年12月20日。欧洲共同体公报L 014, 17/01/1997 第0001-0024页。见：<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997R0058:EN:HTML>。

关于共同体统计工作的《理事会规章》(欧共体)第322/97号, 1997年2月17日。欧洲共同体公报L 052, 22/02/1997, 第0001-0007页。见：<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997R0322:EN:HTML>。

关于短期统计数据的《理事会规章》(欧共体)第1165/98号, 1998年5月19日。欧洲共同体公报L 162, 05/06/1998, 第0001-0015页。见：<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998R1165:EN:HTML>。

关于结构性商业统计特征定义的《理事会规章》(欧共体)第2700/98号, 1998年12月17日。欧洲共同体公报L 344, 18/12/1998, 第0049-0080页。见：<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998R2700:EN:HTML>。

《欧洲账户体系：ESA 1995年》。卢森堡：欧洲共同体官方出版局，1996年。

欧洲共同体统计局，关于季节性调整的指导原则。提交欧洲指标工作组第九次会议，卢森堡，2006年12月4-5日。

欧统局-经合组织，《商业人口统计手册》。欧洲方法论和工作文件。卢森堡：欧洲共同体官方出版局，2007年。见：[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1073,46587259&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&\\_product\\_code=KS-RA-07-010](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&_product_code=KS-RA-07-010)。

《商业调查设计与实施手册》。卢森堡：欧洲共同体官方出版局，1998年。

《国民核算中的价格和数量测算手册》。卢森堡：欧洲共同体官方出版局，2001年。

《季度国民核算手册》卢森堡：欧洲共同体官方出版局，1999年。

《企业注册建议手册》。2003年。见：[http://circa.europa.eu/irc/dsis/bmethods/info/data/new/embs/registers/embs1\\_5.html](http://circa.europa.eu/irc/dsis/bmethods/info/data/new/embs/registers/embs1_5.html)。

## 联合国

《产品总分类》(CPC)，第2次修订本。统计文件，第77号，第2版。出售品编号：E.08.XVII.7。

《官方统计的基本原则》。纽约：联合国统计委员会，1994年。见：<http://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>。

《国际建筑行业统计建议》。统计文件，第47号，第1次修订本。出售品编号：E.97.XVII.11.1997年。

《工业统计国际建议》。统计文件，第48号，第1次修订本。出售品编号：E.83.XVII.8.1983年。

《经销行业和服务业统计国际建议》。统计文件，第57号。出售品编号：E.75.XVII.9.1975年。

《一切经济活动国际标准产业分类》(《国际标准产业分类》)第4次修订本。统计文件，第4次修订本。出售品编号：E.08.XVII.25。

《商业核算与国民核算的联系：国民核算手册》。方法研究，第76辑。出售品编号：E.00.XVII.13.2000年。

《经销行业调查的组织与实施》。研究与方法，第19辑。出售品编号：E.77.XVII.3。

《统计保密管理和微观数据存取的原则和准则》，为统计委员会第三十八届会议准备的背景文件。2007年。见：<http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2007.htm>。

《国际统计活动原则》。纽约：联合国统计司，2005年。见：[http://unstats.un.org/unsd/methods/statorg/Principles\\_stat\\_activities/principles\\_stat\\_activities.asp](http://unstats.un.org/unsd/methods/statorg/Principles_stat_activities/principles_stat_activities.asp)。

统计委员会关于其第三十七届会议(2006年3月7-10日)的报告。《经济及社会理事会正式记录，2006年补编第4号》。E/2006/24。第一章C节，关于经销行业统计的第37/102号决定。另见：<http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2006.htm>。

《测算产业结构与增长的策略》。方法研究，第65辑。出售品编号：E.94.XVII.11.1994年。



《2008年国民账户体系》。联合国统计司网站提供电子版，见：<http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/default.asp>。

#### 大不列颠及北爱尔兰联合王国

《统计质量计量准则》。版本3.1。伦敦：国家统计局，2007年。

#### 美利坚合众国

Thomas L. Mesenbourg，经济普查规划局助理局长，《电子商务计量：定义、基本概念和计量方案》。哥伦比亚特区华盛顿：美国普查局，2000年。