

决议二

关于消费物价指数的决议

序 言

第十七届国际劳动统计学家大会，

经国际劳工局理事会召集,于 2003 年 11 月 24 日至 12 月 7 日在日内瓦召开会议，

忆及第 14 届国际劳动统计学家大会通过的关于消费物价指数的决议, 承认决议中所建议的各项基本原则的继续有效性, 特别是承认消费物价指数(CPI)是为了衡量参照人口所获得、使用或支付的货物和服务的总体价格水平在一段时间里的变化的事实，

承认需要根据近期在方法和计算方面的发展修订和扩大现有标准, 以增强国际标准在为所有国家提供技术指导方面的有用性。

承认此种标准在增强统计资料的国际可比性方面的作用，

承认消费物价指数可用于多种目的, 并承认应该鼓励政府确定消费物价指数要为之服务的一些(首要)目的, 以为其编制提供足够的资源, 并要保证编制人员的专业独立性，

承认这些(首要)目标和对消费物价指数的使用国与国都不相同, 因此不能够对一项单一标准普遍地加以运用，

承认消费物价指数对于国内和国际的观察家和使用来说需要具有可信性, 同时承认对编制指数所使用的原则和程序的更好理解将能够增强使用者对指数的信任程度，

同意, 编制消费物价指数所使用的原则和方法应该依据通常被接受作为良好统计实践的准则和方法，

于 2003 年 12 月 3 日通过以下决议, 以之取代 1987 年通过的前一项决议。

消费物价指数的性质和意义

1. 消费物价指数是一项当前的社会经济指标, 它的编制是为了衡量家庭为了消费而获得、使用或支付的消费品和服务其总体价格水平在一段时间内的变化。

2. 指数旨在衡量一段时间里消费物价的变化。这可以通过衡量购买一篮子质量和特点不变的固定消费品和服务的费用而做到, 但篮子中所选择的产品要是家庭在一年或其它一段特定时间里的有代表性的支出。此一指数被称作固定篮子价格指数。

3. 指数还旨在衡量价格变化对实现某一不变生活水准（也就是效用或福利水准）的费用的影响。此一指数被称作生活费用指数（COLI）。固定篮子价格指数，或另一种适宜的设计，可被用以作为关于生活费用指数的估算。

消费物价指数的用途

4. 消费物价指数可被用于多种目的，其中最常见的两个目的是：（i）调整工资以及社会保障津贴和其他津贴，以部分或全部地补偿生活费用或消费品价格方面的变动；以及（ii）以家庭部门作为一个整体，提供关于物价膨胀的平均衡量，以用以作为一个宏观经济指标。消费物价分指数还被用来从国民核算和零售业销售额中扣除家庭最终消费支出部分，以获得关于这些数额变化的估算。

5. 消费物价指数还被用于其他目的，如监督经济的所有部门的总物价膨胀率、调整政府的各项收费、调整商业合同的付款，以及制订和评估财政和货币政策及贸易和兑换率政策。在这几种情况下，使用消费物价指数是因为不存在更加合适的衡量标准，或因为消费物价指数的其它特点（如特征明显、广为接受、可以预见的发布时间等等）被认为弥补了任何概念或技术上的不足。

6. 鉴于消费物价指数可以用于多种目的，而一种指数不可能在所有的使用中做到同样地令人满意。因此，为特定的目的编制一些代用物价指数可能是适当的——如果使用者的要求能够证明这些额外费用是合理的。对每一项指数应该正确地界定和命名，以避免出现混乱，并且应该明确地确定“标题”消费物价指数。

7. 凡只编制一项指数的，应该是对指数的主要使用确定所编制指数的类别、所包括货物和服务的范围、其地理覆盖面、与之有关的家庭，以及价格概念和所使用的公式。如果有几项主要用途，对于消费物价指数如何编制很可能不得不作出一些折衷。应该将所作出的折衷和此一项指数的局限性告知使用者。

指数的范围

8. 指数的范围取决于考虑对指数的主要使用，并应该从家庭的类别、地理区域，以及参照人口所获得、使用或支付的消费品和服务的类别这几方面来界定。

9. 如果消费物价指数主要用于调整货币收入，与之相关的一组家庭，如果工资和薪金收入者，就可能是适当的目标人口。为了这种使用目的，这些家庭的国内和国外的所有消费支出都可以包括进来。如果消费物价指数主要是用来衡量国内经济的通货膨胀，则包括国内的消费支出，而不是居住在该国的家庭的支出可能是适当的。

10. 总之，应该十分广泛地界定一项国家指数的参照人口。如果任何收入组、住户类别或特定地理区域出于费用上或实际上的考虑而被排除在外，则应该对此明确地加以说明。

11. 地理范围指的是价格收集和参照人口消费支出的地理覆盖面，两者都应该尽可能广泛地加以界定，并最好保持不变。如果由于资源的制约致使价格的收集局限于特定地区，则应该对此

予以明确说明。可以由包括居住人口的消费支出（居民消费）或一国范围内的消费支出（国内消费）来界定消费支出的地理覆盖面。

12. 支出模式和 / 或物价运动在特定人口组或地区之间可能存在着重大的区别。对这些区别应该给予注意，以确保它们在指数中被体现出来。可以为这些人口组或地区单独计算指数——如果有足够的需求能够证明额外费用是值得的。

13. 根据其主要的目的，消费物价指数概念上应该涵盖对参照人口来说重要的所有各类消费品和服务，无论如何不应该删去那些可能不能够合法存在或从社会的角度看被认为不可取的任何类别。凡适宜时，可以对消费品和服务加以特别归类，以为那些出于特定使用目的或出于分析目的而可能希望排除某几类货物或服务的使用者提供帮助。每当某些货物或服务被排除在指数以外时，应清楚地予以证明。

14. 出于商业目的而购买的货物和服务、用于诸如艺术品一类财产的支出、金融投资（有别于金融服务），以及交纳所得税、社会保障费和罚款不被认为属于消费品或服务，应该从这一指数中予以排除。一些国家将购房支出全部作为资本投资看待，严格说来，应将其排除在这一指数之外。

获得、使用或支付

15. 在确定指数范围、记录时间和确定消费价值的过程中，重要的问题是要考虑通过从“获得”、“使用”或“支付”的角度界定消费是否能够最有效地满足将指数所用于的目的¹。当指数的主要目的系作为一种宏观经济指标时，往往采用“获得”的方法。当指数的主要目的是为了调整补偿或收入时，往往采用“支付”的方法。凡指数的目的是用于衡量生活费用变化的，“使用”的方法可能是最适当的。对某个特定产品组所使用方法的决定，原则上应该以指数的目的，以及费用和使用者的决定接受的情况作为依据，使用者应该被告知对不同的产品所使用的方法。由于在统一界定消费和从“使用”角度估算其他耐用品所提供的服务流量上存在的实际困难，可能需要采用混合方法，如对房主自占房屋采用“使用”的方法，而对其他耐用消费品则采用“获取”或“支付”的方法。

16. 三种方法在处理诸如房主自占的房屋、耐用品和用贷款的方式获得的产品等在获得、使用和支付的时间上都不一致的产品时区别最为明显。

17. 上面提及的项目中最复杂和最重要的产品是房主自占的房屋。在大多数国家，家庭的很大一部分是对自有房屋的自我占用者，而房屋的特点是使用寿命长和购买支出（价格）很高。按照“获得”的方法，在加权参考期内所获得的新住宅的价值被用来从中计算出权数（并且不管何时产生消费，住宅的全部价格在获得住宅之际即被包括进消费物价指数中）。按照“支付”的方法，权数反映的是为房屋实际支付的数额（并且价格在付款期间进入消费物价指数），而按照“使用”的方法，权数是以使用内在成本或名义成本估算的在加权参考期间所消费的房屋的服务流量的价值（并且当消费产生时，价格或估计机会成本进入消费物价指数）为基础的。

¹ 详见附件一。

18. 在一些国家中，自我消费、实物报酬和 / 或由政府免费或在资助的情况下提供的货物和服务以及由非营利机构提供的住房可能是重要的，在这些国家中，通过从“使用”或“获得”（这些不属于支付方法的范畴）的角度对消费加以界定，最有效地满足了指数的目标。这些产品的包括将要求有特殊的估价和定价技术。

篮子和权数

19. 关于篮子的组成和权数的决定直接取决于范围，以及对“获得”、“使用”或“支付”方法的选择。

20. 一旦确定下来，出于编制和分析的目的，应将属于指数范围之内的支出按照层次分类制度（例如部门 / 组 / 种类）分成相似类别。编制指数所使用的分类应该与家庭支出统计所使用的分类尽可能地一致。消费物价指数的分类且应该满足用户对特殊分指数的需要。为便于进行国际比较，这一分类还应与按目的划分的个人消费标准国际分类（COICOP）的最新版本保持一致，至少在部门一级。²

21. 为便于分析和解释指数结果，按照各种补充分类（也就是资料来源、可持续性、季节性等等）对货物和服务进行分类可能是可取的。使用各种分类方法计算消费物价指数应该得出与原始指数相同的总体结果。

22. 这一分类还应该为支出权数的分配提供框架。以全部支出的一部分表示的分类制度最低一级（种类一级）的支出，决定这一级所要使用的权数。在权数几年中不变的情况下，指数目标应该是采用最有可能代表家庭当前行为的权数。

23. 从中得出权数的两个主要来源是家庭支出调查（HESs）的结果和关于家庭消费支出的国民核算估计。从家庭支出调查中得出的结果对用于说明居住在该国之内的参照人口群体的消费支出指数更加适合，而国民核算估计对用于说明一国之内的消费支出的指数可能更为适合。关于使用哪种或哪几种来源和应该如何对其加使用的决定取决于指数的主要目的和适宜数据的存在及其质量。

24. 来自主要来源（家庭支出调查或国民核算）的资料应该由关于支出模式的所有其它现有资料给予补充。可用来对支出进行分解的此种资料来源包括对零售渠道销售情况的调查、购物点调查、生产情况调查、进出口数据和行政来源。在这些数据的基础上，可以对某些项目的权数按地区和渠道类别进一步进行分解。凡从不同来源获得的数据涉及不同时期的，在分配权数之前，确保对支出进行调整，从而使其具有相同的参照期，是重要的。

² 详见附件四。

25. 凡出现权数参照期与价格参照期明显不同的情况，应该对权数进行价格修正，以对权数参照期和价格参照期期间的价格变动给予考虑。经过价格修正的权数对价格参照期的消费模式的代表性可能受到削弱，凡属这种情况，可以省略这一程序。

26. 应该对权数进行检查，凡适当，每当拥有修订权数所需的准确而可靠的数据，即应对权数进行修订，但至少每五年一次。为了减少项目替代对指数的影响，并确保货物和服务篮子及其权数保持代表性，定期修订是重要的³。对某些类别而言，可能需要更频繁地对权数加以修订，因为与较高级别的权数相比，它们可能会更快地变得过时。在高通货膨胀期间，应对权数频繁地进行更新。

27. 当一个新篮子（结构或权数）替代旧篮子的时候，应该通过将基于新篮子的货物和服务的指数与基于前一个篮子的此种指数联系起来⁴，从而得出连贯性的消费物价指数数列。联系指数数列所使用的特定程序将取决于所使用的特定指数汇编技术。这样做的目的是为了确保引进新一个篮子所使用的技术本身不会变更指数的级别。

28. 通常说来，全新的货物和服务类别（也就是说不能被归类为任何现有基本综合指数的货物和服务）只有在进行定期检查和重新确定权数的过程中才应该考虑将其包括进来。可以纳入现有基本综合指数的一种现有产品的新模式或新品种应该在其被判定占有重要和可持续的市场份额之际才被包括进来。如果发现质量上有变化，应该做出适当的质量调整。⁵

29. 在计算权数时，对诸如季节性产品、保险、二手货、国外支出、利息、自用产品、用于购买和修建住房的支出等等可能需要特殊对待。应该根据指数的主要目的、国情和编制的切实可靠性决定处理这些产品的方法。

30. 篮子中应该包括季节性产品。对此可以使用：(i)固定权数方法，此种方法对季节性产品在所有月份中使用相同的权数，而对非季节性的月份使用估算价格；以及(ii)可变权数方法，此种方法对季节性产品在不同的月份中适用不同的权数。决定采用哪一种方法应该取决于每个国家的国情。

31. 根据指数的目的，二手货物的支出权数应以参照人口对此种货物支付的纯支出或毛支出为基础来计算。

32. 当自我生产产品的消费属于指数范围之内时，权数应以所消费数量的自我生产产品的价值为基础。对此种自我消费产品的定价以市场现行价格为依据，除非有理由得出结论认为市场价格不适当或不能可靠地观察到或是对假定估算价格的采用没有兴趣。在此种情况下，可以使用用

³ 详见附件一。

⁴ 详见附件二。

⁵ 详见附件二。

于生产这些货物和服务的投入的支出和价格作为替代。第三种可能性是使用根据质量作出调整的市场价格来确定价值。

价格收集的抽样工作

33. 消费物价指数是一个估计，它的依据是用于估算权数的一组样本家庭，以及地区中作为样本的一组小区、一组样本销售渠道、一组样本货物和服务和一组用于价格观察的样本时间段。

34. 要对其价格进行较长一段时间观察的销售渠道及货物和服务的抽样规模及这些样本的抽选方法，应该确保所收集的价格具有代表性和要足以满足对指数准确性的要求，并且还要确保收集过程具有费用低廉的特点。关于价格的抽样应该从相对支出的角度反映参照期内可供消费者购买的货物和服务的重要性、与每一种货物和服务有关的销售渠道的数量、种类和地理分布，以及各个渠道之间的价格差别和价格变化。

35. 概率抽样是优先选择的方法，因为这种方法能够对抽样变异（误差）进行估计，并能使样本数量达到最优化。然而，这种方法实施起来费用高，并且结果可能是选择了很难按不变质量对其定价的产品。

36. 凡属缺少适当的抽样框并且获得这些抽样框费用很高的情况，不得不通过非概率方法获得销售渠道和产品的样本。统计学家应该使用现有资料，并尽可能地利用他们的判断，以保证能选出代表性样本。可以考虑采用截止抽选战略⁶或详细比例抽样战略的可能性，特别是在抽样规模小的情况下。可以混合采用概率和非概率抽样技术。

37. 有效和有代表性的抽样，无论是随机抽样还是有目的的抽样，都要求要有关于销售渠道和产品的全面而最新的抽样框。样本选择既可由总公司从统一保管的抽样框中选出，也可由价格收集者在实地作出，或两种方法的结合。在前者的情况下，应针对要访问哪些销售渠道和对哪些产品定价对价格收集者提出明确的指示。在后者的情况下，应对价格收集者提出详尽而明确的有关要采用的地方抽样程序的指导方针。企业的统计登记册、企业电话簿、来自购物点调查或不同类销售渠道销售情况调查的结果以及网上销售者名单，可作为主要销售渠道选择的抽样框。主要制造商、批发商或贸易协会编制的产品目录或其它产品名单，或某个销售渠道如大型超市专有的产品名单，可用来作为产品选择的抽样框。收款台的条型码阅读器所记录的数据（电子数据库）对货物和服务的选择可能会有特别大的帮助。

38. 视保持其代表性所需，对样本销售渠道和样本货物和服务应该定期进行复查。

指数的计算

39. 消费物价指数的编制包括根据所规定的概念、定义、方法和作法收集和處理价格和支出数据。关于要采用的详细程序要取决于具体情况。

40. 消费物价指数分两步来计算。第一步是计算基本综合指数。第二步是通过将基本综合指数合并计算出更高一级的指数。

⁶ 详见附件一。

基本综合指数

41. 基本综合指数是最小的和相对同质的一组货物或服务——出于消费物价指数的目的而对其支出数据加以界定(使用)。这是不用任何显支出权数而计算指数的唯一的一个综合指标——尽管在计算的过程中，可能会直接或间接地加入其它类权数。被基本综合指数所包括的这一组货物或服务其终端使用应该相同，并且它们要有类似的物价运动。可以不仅从它们的特点，而且从销售它们的地点和渠道的种类对其加以界定。在实践中，实现同质性的程度将取决于相对应的支出数据的存在。

42. 基本指数是基本综合指数的物价指数。由于基本综合指数中抽样产品的支出权数不能与价格或价比挂钩，基本综合指数是根据价格或价比的未加权平均数来计算的。凡可以找到关于权数的某些资料的，在编制基本指数时应将其考虑进去。

43. 可以有几种不同的方法来求得价格或价比的平均数。最常用的三种公式是算术平均价格(RAP)、几何平均值(GM)和价比的算数平均值(APR)。公式的选择取决于指数的目的、抽样设计和公式的精确特点。在同一消费物价指数中，对不同的基本综合指数可以采用不同的公式。一般来说建议采用几何平均值公式，特别是在需要反映基本综合指数中存在的替代情况，或是在基本综合指数中存在着很大的价格变化的情况下。由于其精确特点，几何平均值公式具有许多的优势。对属于同一类的基本综合指数并且在消费者替换产品的机会有限或指数中不要求反映替换的情况下，建议使用算术平均价格公式对其加以计算。应该避免在其链比形式下使用价比的算术平均值公式，因为据知这可以对基本指数产生有偏估计。

44. 通过运用所选定公式的链比形式或直接形式可以计算基本指数。运用链比形式通常使遗漏价格的估计和引入替代产品变得较为容易。

高一级指数

45. 这些物价指数是作为基本综合指数的加权平均值来计算的。有几种不同种类的公式可以被用来计算基本综合指数的平均值。为了能编制及时的指数，唯一切实可行的选择是使用仅以过去一段时间里观察到的权数为依据的公式。一个这样的公式就是拉斯贝尔指数，这是大多数国家统计机构所采用的公式。

46. 出于某些目的，采用既利用基期权数也利用现期权数的一种指数公式，如费雪指数和沃尔什指数追溯计算指数可能是适当的。比较此类指数和拉斯贝尔指数之间的差别对特定时期内收入的变化、偏爱的改变和替代效应等综合影响指出了某些迹象，从而为消费物价指数的生产者和使用者提供重要的信息。

47. 凡两个相连阶段如 $t-1$ 和 t 的高一级指数的变化是被作为 $t-1$ 和 t 的单个指数的加权平均值来加以计算的，应该注意要确保对权数予以更新，以考虑价格参照期 0 和前一时期 $t-1$ 之间价格的变化。不这样做就可能产生有偏指数。

价格观察值

48. 连同所定价产品的规格，所收集的价格的数量和质量是指数可靠性的关键决定因素。应该发展收集和处理价格信息的标准方法，并且应该建立在定期的基础上系统而准确地收集此种信息的程序。对价格收集人应该给予充分的培训和严格的监督，并应该向其提供说明其所要遵循的程序的综合手册。

收集工作

49. 一个重要的考虑是指数或指数的组成部分是否应该同月（或季）平均价格或同一个特定时期（如一个月中的某一天或某一周）的价格相关。这项决定涉及许多问题，其中包括对指数的使用、进行价格收集的可行性和物价运动模式。当目的是某一特定时间的价格情况的时候，应该在每月（或季度）中收集很少几天的价格。对每一个产品而言，各次价格观察之间的时间间隔应该是一致的。由于月（或季）的时间长短不一，需要对这一统一性认真地加以确定。当目的是月（或季）平均价格的时候，所收集的价格对它们所参照的时期而言应具有代表性。

50. 还应该注意被选出来观察价格的一天中的时间。例如，如果是易腐货物，可能需要在一周的同一天的同一时间收集价格而不应该在市场即将关闭前观察价格，因为那时存货可能不多了，或为了尽可能地减少浪费而低价抛售。

51. 应以对指数范围内的所有地区具有代表性的方式进行价格收集。凡属地区之间的物价运动预料中会有很大区别这样的情况，应该给予特别的注意。

52. 应该从所有各类重要渠道收集价格，其中包括因特网露天市场和非正规市场，以及自由市场和价格受到管制的市场。凡某一特定类别的产品其重要渠道不止一类的，在计算指数时，应该使用适当的加权平均值。

53. 应该有一些规定，详细说明要收集价格信息的那些产品的种类和数量。这些规定应该足够准确，以明确为了尽可能地确保在同一渠道中在逐个时期内对相同的货物和服务确定价格所需的所有特点。这些规定应该包括诸如出品、式样、规格、付款条件、交货条件、保证种类和渠道种类。这类信息可以被用于用来进行替换和质量调整的程序中。

54. 所收集的价格要是参照人口愿意支付、同意或花费（接受）的实际交易价格，其中包括间接税和无条件折扣。凡价格未予标明或需要谈判的，凡数量单位界定不清的或凡实际购买价格可能偏离牌价或标价的，为了确定交易价格，可能需要价格收集人员购买这类产品。可以为任何此种购买作出预算。当无法这样做时，可以考虑向消费者了解实际所支付的价格。凡小费属强制性的，应将小费作为所支付价格的一部分来看待。

55. 应将因过期、商店弄脏、损坏而收取的特殊价格或以清仓价格出售的其它质量上有问题的货物排除在外——此类产品的出售是长期而普遍现象的情况除外。所有顾客都可以购买并且对每位顾客可购买货物的数量没有严格限制的时候，廉价、折扣、减价和特价的情况都应该被包括进来。

56. 在通过诸如向卖主提供补贴、政府采购、价格管制等措施而可以以很低的价格获得有限供给的价格管制或定量供应时期，应收集此种价格以及任何未有什么重大限制的市场所收取的价

格。关于所支付的实际价格和不同种类销售额的相对重要性，应采用现有最好信息的方式将不同的价格观察值结合起来。

57. 对于每一类产品，应该认真地调查各种可供选择的收集价格的方法，以确保能够可靠而有效地对价格作出观察。收集方法可以包括携带表格或手提设备访问各个渠道、与消费者座谈、计算机帮助的电话访谈、邮寄由大的服务供应商或服务的垄断供应商提供的调查表、小册子、价目表（包括扫描数据）和将价格刊载在因特网上。对每一种可供选择的方法，需要根据对每种方法的可靠性和及时性的评估判断其可能的费用优势。

58. 凡属中央管理或中央确定的价格是从主管当局处收集的，应该进行检查，以确定所说的货物和服务是否实际上售出了和这些货款是否事实上已经支付。对于由订费和按件收费结合来确定所支付的价格的货物和服务（如报纸、刊物、公共交通、电和通讯），必须要注意，以确保所观察的是有代表性的报价范围。还必须注意，以确保要对不同类消费者收取的价格进行观察，如与购物者的年龄或特定协会的会员相联系的价格。

59. 应该对所收集到的价格资料进行检查，以搞清这些资料与先前的观察值的可比性和一致性、替代现象的存在、非常的或大幅度的价格变动，并对在多个单位或按不同数量定价的货物正确地进行价格折算。应该对特别大幅度的或十分反常的价格变动进行研究，以确定这些变动是否确实是价格的变动或是由于质量上的变化而引起的。应该为对所有价格观察值可靠性的核查确立程序。这可以包括一项直接定价计划和 / 或在作出初步观察后不久对某些抽选产品的重新定价。

60. 应该为处理因诸如无法联系卖方、拒绝答复、观察值因不可靠而被拒绝或产品临时缺货而遗漏的价格观察值确立连贯的程序。在临时缺货的非季节性产品重新出现或被替代之前，应该运用适当的估价程序，如以未短缺的类似产品的价格变动为基础计算，对此类产品的价格作出估计。应该避免将最近一次所观察到的价格进行结转，特别是在高通货膨胀期间。

替 代

61. 在对某个已从销售渠道中永久消亡的产品观察其价格时，将需要对其进行替代；当该产品已不复存在或不再大量或按正常销售条件出售的情况下，可能也需要代。替代应在产品变得无法再得到的头三个月（季）内进行。应该为替代产品的选择制定明确而严格的规章。取决于抽样的次数和准确的质量调整的潜在可能性，所选择的替代品要是：（i）属于相同基本综合指数的那些种类中最常见的种类；（ii）与被替代的种类最为相似；以及（iii）今后最有可能得到的种类。应该为在需要进行替代时要针对特点上的差别作出价格调整规定准确的程序，以便从所观察的价格中排除质量变动的的影响。

62. 如果不能从某个销售渠道获得价格，比如由于该销售渠道已经永久性或临时关闭、由于渠道的代表性下降或由于该渠道已不再合作，则就可能需要替换该渠道。对何时不再继续从被选定的渠道获得价格观察值、对选择替代品的标准，以及对可能需要对价格观察值或权数作出的调整，应该作出明确的规定。此种规定应该与指数的目的和所确定的收集价格样品的方式保持一致。

63. 如果某个基本综合指数中的所有产品都从大部分的或从所有的渠道中消亡，并且不可能选定足够数量的价格观察产品以继续为该基本综合指数生产可靠的指数，就需要取消该整个基本

综合指数。在此种情况下，需要将分配给该基本综合指数的权数在下一级聚合中所包括的其它基本综合指数中重新进行分配。

质量变动

64. 应该在每一时期对同一产品进行定价——只要它仍具有代表性。然而，在实践中，在不同的时期内都可以观察到的产品在包装规格、重量、数量、销售特点和条件，以及其它特点方面却可能有区别。因此，需要对所定价的产品监督其相关的特点，以确保能将任何同价格或同用途变动相关的影响排除在估计价格变动之外。

65. 对于复杂的耐用货物和服务而言，要确定质量或数量的可能变化相对更加困难。因此，对要收集其价格的产品，需要收集相当大量的关于其相关特点的资料。最重要的资料可以在收集价格的过程中获得。关于同价格或同用途相关特点的其他资料来源可以是所包括货物的生产者、进口商或批发商和对贸易刊物中的文章及广告的研究。

66. 当发现质量变动时，必须对价格作出调整，从而使指数尽可能接近纯价格变动。如果不这样做，那指数就将记录尚未发生的价格变动或未能记录确已发生的价格变动。进行此种调整的方法选择将取决于所涉及的特定货物和服务。由于所产生的指数的准确性取决于这一过程的质量，因此需要特别认真。应该避免去想当然地假定所有的价格变动都是质量变动的反映，同时也应该避免去假定不同质量的产品基本上是相同的。

67. 估计经质量调整后的价格⁷的方法可以是：

- (a) 显式（或直接）质量调整方法，此种方法直接估计新老产品之间的质量差别的价值，并对其中的一种价格作出相应的调整。这样，作为调整后的价格之差，为纯价格变动隐含地作了估计。
- (b) 隐含（或间接）质量调整方法，这种方法以从类似产品所观察到的价格变动为依据，估计出新老产品之间价格差别中的纯价格变动部分。关于纯价格变动的估计和所观察到的价格变动之间的差别，被认为是由于质量的不同而造成的变动。

这些方法中的某些方法更加复杂，费用高且难以实施。所采用的方法应该尽可能要依据客观标准。

准确性

68. 如同所有统计数据一样，消费物价指数估计可能会受到来自不同来源的误差⁸的制约。消费物价指数的汇编人员对于可能的误差来源要有所了解，并且在指数的构建和编制过程中采取措施，以最大限度地减少其影响。要为此划拨足够的资源。

⁷ 详见附件一。

⁸ 详见附件三。

69. 下面是一些所熟知的涉及定价或构建物价指数的潜在误差来源，它们在一段时间内可以导致总的消费物价指数出现重大误差：产品的选择不正确和对其价格的不正确观察和记录；未能观察到质量变动并作出正确的调整；新产品和新销售渠道的出现；未能对产品和渠道的替代（在生活费用指数的情况下）或对失去代表性（在“纯”物价指数的情况下）作出调整；运用不适当的公式计算基本综合指数和高一级指数。

70. 为了减少指数提供误导景象的潜在可能性，定期更新权数和篮子、采用无偏基本综合公式、对质量变动作出适当调整、为新产品适当和正确地留有余地，以及正确地考虑替代问题（在生活费用指数的情况下）和对整个生产过程实施质量管理总的说来是重要的。

传 播

71. 在一个时期一结束，并且根据预先公布的时间表，应该以最快的速度计算和公布消费物价指数估计。应该在同一时间里以方便的形式使所有的使用者都能够得到该估计，并应该附有方法的一个简短说明。应该使公众了解与公布消费物价指数有关的规则，并严格地予以遵守。特别是，规则中应包括有关于谁可以提前得到结果、为什么、在何种条件下，以及在正式公布之前多少时间内可以获得估计等细节内容。

72. 消费物价总指数应该按月编制和公布。凡用户对按月公布指数没有强烈要求的或凡国家不具备必要的资源的，可以每季编制和公布一次消费物价指数。根据国情，可视用户需要的频繁次数公布分指数。

73. 当发现所公布的指数估计由于在编制过程中的误差或错误而严重扭曲时，应该纠正并予以公布。对错误一经发现应根据已公布的现有政策尽可能迅速地纠正。凡消费物价指数被广泛地用于对工资和合同进行调整之目的时，应尽可能避免作出追溯性修订。

74. 公布当前消费物价指数结果的报刊要表明指数参照时期的指数水平。公布导出指数也是有用的，如反映几项主要综合指数之间变化的指数，这几项主要综合指数是：（i）本月的和上个月的；（ii）本月的和去年相同月份的；以及（iii）最近 12 个月和此前 12 个月的平均值。如果存在按季度调整的数据，则应该公布按季度调整的指数和未按季度调整的指数这两种指数。

75. 为了帮助使用者，在公布指数之际，应该伴随有对指数的评注和说明，其中应该包括关于不同产品或产品对于总变动所作贡献的分析和关于使主要贡献者的价格变动影响总变动的任何非常因素的说明。

76. 还应该为重要支出组编制和公布指数。应该考虑根据联合国的“按目的划分的个人消费分类（COICOP）的部门和组编制指数⁹。可以为不同地区或不同社会经济群体编制和公布分指数，以及编制和公布旨在用于分析目的的替代指数——如果用户对此有需要，这些指数被判定为可靠的，并且汇编它们所需费用不高。

⁹ 详见附件四。

77. 指数参照期可以选择同最新的权数参照期一致，或可以确定指数参照期，使其与其它统计序列的基期保持一致。指数参照期应视需要变动，以确保使指数能够便于公布和易于理解。

78. 对于重要的并可以合理地视为同质的项目可以估计平均价格和价格幅度，并予以公布，以支持使用者的研究工作和分析工作的需要。

79. 各国应该在本国消费物价指数的结果和关于方法的介绍一经公布后尽快向国际劳工局报告。

80. 在不同国家之间进行消费物价指数运动的比较是困难的，因为各国对某些产品，特别是住房和金融服务采用不同的方法进行衡量。将住房（实际房租和或是估算房租或是获得新住房，以及住宅的保养和维修）和金融服务从所有项目指数中予以排除，将使所得出的对所余产品的价格指数的估计更便于在国与国之间进行比较。因此，除了所有项目指数之外，各国如有可能，应该编制和提供不包括住房和金融服务这两项的指数，以向国际社会传播。但是，应该强调指出，即使是对统计范围中所余下的产品而言，在对消费价格的变动进行国际比较时，仍然会存在着困难。

磋商与统一

81. 汇编机构应该具备编制高质量消费物价指数所需的专业独立性、能力和资源。要尊重联合国的《关于官方统计的基本准则》¹⁰和国际劳工组织的《关于劳动统计的传播作法准则》¹¹。

82. 负责指数的机构应该就对消费物价指数具有重要性的那些问题向用户的代表征求意见，特别是为了对编制消费物价指数所使用的方法作出任何变动而进行准备工作的过程中。组织此种磋商的方式之一是通过建立咨询委员会，社会伙伴，以及其他使用者和独立专家在咨询委员会中都可以有代表。

83. 为了确保公众对指数的信任，应该编写并广为传播关于数据收集程序和指数方法的一份说明。在公布消费物价指数时应提及这一说明。该文件应该包括关于指数的主要目的、权数的详细情况、所使用的指数计算公式的说明，以及关于指数估计的精确性的讨论。对用于进行价格收集的销售渠道及货物和服务不应予以披露。

84. 对用于估计消费物价指数的范围、权数和方法将要作出的任何变动，应该提前通知使用者。

85. 《消费物价指数手册：理论与实践》¹²对如何编制消费物价指数提供了指导。应对该手册定期予以更新，以反映当前的最佳实践。

¹⁰ 联合国经济和社会理事会，1994年。

¹¹ 第十六届劳动统计学家大会，1998年。

¹² 《消费物价指数手册：理论与实践》(国际劳工局、国际货币基金组织、经济合作与发展组织、欧共体统计局、联合国欧洲经济委员会和世界银行，2004年，日内瓦)。

附件一

术语和定义

- (a) “消费品”是住户为了直接满足个人的需要和需求而使用的货物或服务。
- (b) “消费支出”是对消费品和服务的支出，可以从“获得”、“使用”和“支付”三个方面加以界定：
- “获得”¹³指在应该加以考虑的某一特定时期内无论是通过购买、自我生产或作为实物社会转让而从政府或非营利机构那里接受的货物和服务的全部价值，不管这些货物和服务在这一时期内是否已付清全部款项或已经使用了。与从付清款项之时开始计算不同，在消费者接受或同意价格之际，这些价格就进入这一时期的消费物价指数；
 - “使用”指在应该加以考虑的某一特定时期内实际上消费的所有货物和服务的全部价值。对于耐用品而言，这种方法要求为这些货物在这一时期内提供的服务定价，而这些价格（机会成本）进入消费期的消费物价指数。
 - “支付”指在应该加以考虑的某一特定时期内为货物和服务支付的全部款项，而不考虑这些货物和服务在这一时期内是否交付了或使用了。这些价格进入付清货物和服务款项的一个或多个时期的消费物价指数。
- (c) “指数范围”系指指数为之而建立的人口群体、地理区域、项目和销售渠道。
- (d) 指数“覆盖面”是为列入指数而对其价格进行观察的一组货物和服务。出于对实际的考虑，覆盖面比与指数的限定范围相对应的面要窄。
- (e) “参照人口”系指指数为之建立的特定人口群体。
- (f) “权数”是对任何一组货物和服务的综合消费支出，以权数参照期期间对属于指数范围的所有货物和服务的消费总支出的一部分来表示。它们是合计为单位的一组数字。
- (g) “权数的价格适时校正”是用来使支出权数与指数或价格参照期一致起来的一种程序。计算价格适时校正权数，是以衡量权数参照期和价格参照期之间价格变动情况的基本指数乘以权数参照期的权数，并按比例重新增减以合计为单位。
- (h) “指数参照期”是指数的价值被确定为 100.0 的时期。这个时期可能是一年、一个季度或一个月。
- (i) “价格参照期”是其价格被用来与现期价格进行比较的时期。其价格作为价比之分母的时期。
- (j) “权数参照期”是通常为一年的一个时期，它的关于消费量的估计和消费构成被用来计算权数。
- (k) “概率抽样”是以宇宙间的每个单位都具有一个已知的非零抽选概率的方式对样本单位如销售渠道或产品进行抽选。

¹³ 这个定义与第十四届国际劳动统计学家大会通过的定义不同。

- (l) “截止抽选法”是一种抽样程序。这种程序要确定一个预定临界值。相关总体中那些等于或高于临界值的所有单位都有资格被列入抽样程序，而低于这一临界值的所有单位都被排除在程序之外。临界值通常以某些有关变量的规模（如在总销售额中所占百分比）加以说明，那些最大的样本单位被包括进来，而其余的都被排除。
- (m) “分组抽样”是一非可能性方法，在此人口被分成某些阶层。就每一阶层而言，明确指明了要列入抽样的要素的数目（“定额组”）。价格收集员只“填写定额组”，这就意味着，在销售渠道抽样中，对销售渠道的选择是依据价格收集员的判断和具体规定的标准。
- (n) “估算支出”是指分配给某个并非购买的项目的支出，如家庭为了自我消费而生产的某个项目（包括所有者/自占者生产的建房服务）、作为实物工资或作为政府或非营利机构的免费转让所接受的某个项目。
- (o) “估算价格”系指在特定时期内未观察到其价格并因此没有价格的某个项目的估计价格。它也是分配给其支出系被估算的某个项目的价格，见（n）。
- (p) “销售渠道”系指商店、市场、服务设施、网上销售商或其它向消费者出售或出于非商业目的而向其提供货物和/或服务的场所。
- (q) “连接”意味着将在一个或多个时期中重复出现的两个相连序列的价格观察值或价格指数连接起来，通过重新计算两者之一，使重叠时期中的价值在两个序列中都是相同的，从而将它们合并成一个单一连续数列。
- (r) “价格”被界定为一个单位的某种产品的价值，该单位产品的数量不仅在实物意义上，而且在一些其它特点上都是完全同质的。
- (s) “纯价格变动”是非因质量上的任何变动而出现的一种货物或服务价格的变动。当质量确有变动的时候，纯价格变动即是去除质量变动对所观察的价格变动的贡献之后所余的价格变动。
- (t) “质量调整”指的是对某个项目的观察价格进行调整的程序，以排除该项目在一段时间内质量上的任何变化的影响，以便有可能识别纯价格变动。
- (u) 当面对相对价格变动，也就是消费者买得多，货物就变得相对便宜，而买得少，货物就变得相对更贵的情况时，就会出现“消费者替代”。这种情况可在同一项目的不同种类之间或不同类别的支出之间发生。

附件二

质量调整的方法

隐含质量调整方法

1. “重选”方法是假定在正在消亡的项目和其替代项目之间在一个共同时间点上的全部价格差别是由于质量差别而造成的。
2. “总平均值估算”方法首先在没有正在消亡的项目及其替代项目的情况下计算基本综合指数的平均价格变动，然后使用价格变动率对正在消亡的项目估算价格变动。这种方法是假定正在消亡的项目及其替代项目之间的纯价格差别等同于继续存在（非消亡）项目的平均价格变动。

3. “组平均值估算”方法是总平均值估算方法的一个变式。唯一的区别是以前一个时期作为正在消亡项目的估算价格变动率的根据。对估算价格变动率进行估计，使用的只是那些被判定为基本等价或直接进行质量调整的项目的价格变动，而并非是基本综合指数中所有非消亡项目的平均价格变动。

显式质量调整方法

4. “专家调整”方法依赖于一名或更多名工业专家、商品专家、价格统计人员或价格收集人员对老产品和替代产品之间的任何质量差别的价值所作判断。没有任何价格变动、某些价格变动或所有的价格变动可以归因于更好的质量。
5. “生产费用差别”方法依靠的是制造者就替代品（新样品）的新特点的生产费用所提供的资料，在生产费用之上还要加上零售加价和相关的间接税。在有着相对少量的生产者、产品更新不太频繁和可以预测的市场的情况下，这个方法最为切实可行。然而，在对其使用时应当注意，因为新的生产技术有可能在减少费用的同时改进质量。
6. “数量调整”方法对替代项目与先前所有的项目在数量上不同的那些项目适用。只有在数量的差别不会对货物的质量有影响的情况下，才应该使用这种方法。
7. “选择费用”方法依据新的可见特点的价值来调整替代品的价格。这方面的一个例子是将早先的一个曾作为有标价的可选择特点增补作为新型号汽车的标准特点。
8. “内涵”回归分析法从某个项目所具有特点的功能的角度分析该项目的价格。这种方法首先估计价格与决定价格的所有相关的、可观察到的特点的关系，然后将所得结果用于估计这些特点的变化对价格产生的影响。

附件三

误差的种类

- “质量变动误差”是由于指数未能对货物和服务质量的变动作出正确折让而出现的误差。
- “新产品误差”或是因为未能反映尚未对其进行抽样的新产品的价格变化，或在那些产品出现时，未能对消费者从中获得的好处赋以其一个生活费用指数目标。
- 在消费者对相同项目转移其购货渠道，而为指数所进行的数据收集未能正确反映这一转移的时候，就可能出现“渠道替代误差”。
- “新渠道误差”从概念上来说与新产品误差相同。它的出现是由于未能反映尚未对其进行抽样的新渠道中的价格变动，或未能反映在新渠道出现的时候使消费者从中能够获得的好处。
- “上层替代误差”的产生，是在构建总体指数价值的过程中使用了不适当的方法对基本综合指标加以综合，因此指数不能反映基本类别的消费中的消费者替代的情况。尽管可以从纯价格指数的角度界定同一误差（代表性误差），但这一误差仅同生活费用指数相关。
- “基本指数误差”源自使用不适当的方法对综合的最低一级的价格行情进行综合。基本指数误差可以采取两种形式：公式误差和下层替代误差。如果由于公式的性质，所产生的结果与

如果估计的是纯价格变动所得结果存在偏误，指数就会受到公式误差的影响。如果指数不能反映基本综合指标中所包括的项目中消费者替代，那指数就会受到下层替代误差的影响。

- “抽样误差”产生于当价格观察值抽样不能充分代表渠道和 / 或项目的预定总体的时候。上面列出的头四类误差可以被看作是这一类误差的特殊实例。

附件四

按目的划分的个人消费分类(COICOP)¹⁴

(按类和组划分的个人住房消费支出)

- 01 食品和不含酒精饮料
 - 01.1 食品
 - 01.2 不含酒精饮料
- 02 酒精饮料、烟草和麻醉品
 - 02.1 酒精饮料
 - 02.2 烟草
 - 02.3 麻醉品
- 03 服装和鞋类
 - 03.1 服装
 - 03.2 鞋类
- 04 住房、水、电、煤气和其他燃料
 - 04.1 住房实际租金
 - 04.2 住房的估算租金
 - 04.3 住房的保养和维修
 - 04.4 寓所的供水和其他服务
 - 04.5 电、煤气和其他燃料
- 05 用具、家用设备和住房的日常维修
 - 05.1 家具和用具、地毯和其他地面覆盖物
 - 05.2 家用纺织品
 - 05.3 家用电器
 - 05.4 玻璃器皿、餐具和家用器皿

¹⁴ 可在下列网站上查阅介绍性注释：<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/>。

- 05.5 住房和花园使用的工具和设备
- 05.6 住房日常维修所需物品和服务
- 06 卫生保健
 - 06.1 医药产品、器械和设备
 - 06.2 门诊服务
 - 06.3 住院服务
- 07 交通
 - 07.1 车辆的购置
 - 07.2 个人交通设备的操作
 - 07.3 交通服务
- 08 通信
 - 08.1 邮递服务
 - 08.2 电话和电传设备
 - 08.3 电话和电传服务
- 09 娱乐和文化
 - 09.1 音像、摄影和信息处理设备
 - 09.2 其他主要娱乐和文化耐用品
 - 09.3 其他娱乐用品和设备、花园和宠物
 - 09.4 娱乐和文化服务
 - 09.5 报纸、图书和文具
 - 09.6 揽子度假服务
- 10 教育
 - 10.1 学前和初等教育
 - 10.2 中等教育
 - 10.3 中等教育后的非高等教育
 - 10.4 高等教育
 - 10.5 无法定级的教育
- 11 餐馆和旅馆
 - 11.1 饮食服务
 - 11.2 住宿服务

- 12 其他物品和服务
 - 12.1 个人护理
 - 12.2 嫖娼
 - 12.3 未另分类的个人用品
 - 12.4 社会保护
 - 12.5 保险
 - 12.6 未另分类的金融服务
 - 12.7 未另分类的其他服务