

菏泽市第五次全国经济普查领导小组办公室

关于做好电商单位、城市商业综合体等 经普相关工作的通知

各县区统计局：

省经普办对电商单位、城市商业综合体、商品交易市场和加油站单位进行专题研究，提出指导意见，请各县区根据本地实际情况，抓好贯彻落实。

附件 1：关于做好电商单位五经普工作的指导意见

附件 2：关于做好城市商业综合体五经普工作的指导意见

附件 3：关于做好商品交易市场五经普工作的指导意见

附件 4：关于做好加油站单位五经普工作的指导意见

菏泽市第五次全国经济普查领导小组办公室

2023年7月18日



关于做好电商单位五经普工作的指导意见

近几年，随着线上消费快速发展，涌现出大量电商单位，部分电商单位没有对外经营的实体门店，经营灵活多样，财务账目不规范，经济普查配合程度比较低，容易存在漏报、瞒报等问题。为做好电商单位五经普工作，省经普办会同贸易处，深入研究我省电商情况，提出指导意见如下。

一、电商单位有关情况

根据电商的分布特点，我省电商单位分为三种。一是电商集群，如淘宝村、淘宝镇、电商产业园内大量聚集的电商单位，这类电商单位经营具有同质化的特征，经营模式和经营产品雷同，当地行业主管部门或园区管理部门能够掌握部分电商单位情况。二是社区电商，指以社区团购等方式在最靠近消费者的地方进行商品资源匹配，各地区域内社区电商企业交互分布，下设团长较多，分布散，且各个层级盈利模式不一致，社区电商数据统计较为复杂。三是分散的电商单位，比如在写字楼内或居家开展线上销售业务的企业或个体户。

网络店铺分为市场主体开设店铺和个人开设店铺两种，其中市场主体开设店铺必须绑定行政审批局注册的企业或个体工商户营业执照，并且用同一个营业执照可在不同的平台开设多家网

店；个人店铺绑定个人身份证，无需绑定营业执照。

二、做好电商单位普查工作的意见建议

（一）电商单位摸排

1. 利用底册资料查找电商单位。单位清查过程中，以行政审批部门的市场主体资料作为清查底册，涵盖了登记注册的电商和个体工商户。由于部分电商单位无固定经营场所，在扫楼扫街过程中可能存在查找难的问题，建议各地清查进度前移，将找不到的单位提交相关职能部门协助查找，提高单位找到率。

2. 主动对接部门获取当地电商集群情况。与当地商务部门对接，提前梳理当地电商集群（电商小镇、淘宝镇、淘宝村等）情况，包括所在地、区域内单位数量、单位性质、经营情况、管理方式等，对电商集群的普查小区制定有针对性的普查工作方案。

3. 通过大数据手段获取电商单位资料。商务部门与大数据公司合作，掌握部分淘宝、天猫、京东等平台注册企业（个体户）的月交易额信息，但这一方式存在单位行业归属不规范、交易额数据不准确、一家法人对应多家网上店铺比对排重难等问题。建议各地提前对接商务部门，对企业电商和个体工商户按照市场主体导出资料，对没有绑定营业执照的个人店铺按照店铺形式导出资料，进行整理后作为清查底册的补充资料。

4. 分类查找社区电商。社区电商主要包括3种经营模式。一是团长模式，通过电商企业—团长—消费者的方式，电商企业划分好区域，每个区域内有合作固定的团长，由团长建群吸纳该区

域内的消费者并提供客服服务，将商品销售给消费者。本地的电商企业可通过当地商务部门获取相关企业名单和相关销售情况。总部在外省的电商企业，如美团优选等，可通过平台本区域市场推广人员，了解本地团长情况和销售情况。二是平台模式，个体经营户通过在本地电商平台进行销售，相关情况可通过电商平台公司获取。三是个体团购模式，个人经营的团购微信群，既没有在市场监管部门注册成立，也没有相关的营业资质，仅通过个人建立微信群及寻找相关商品资源，即可在微信群售卖产品，查找比较困难。可以通过询问本地居民或者熟悉情况的网格员，摸排社区（村居）团购微信群相关情况。

（二）电商单位登记

1. 借助多方力量协助入户登记。对淘宝村、电商产业园、电商孵化园等聚集型电商单位，一是尽量选聘当地行业管理部门人员、镇街的行政管理人员或者网格员为普查员或者普查引导员，发挥“熟人效应”，解决入户难的问题。二是结合产业扶持政策做好动员工作，镇街行政管理人员作为普查员入户时，组织调查对象加入微信工作群，及时将省市县促进电商产业健康发展的政策措施在微信群进行通报，畅通政策宣讲渠道。对企业经营者，采取上门宣讲政策与微信推送政策相结合的方式，帮助企业申报上级奖励，督促企业升归纳统，推介省内、国内行业展会，助力企业发展，获取商户最大的信任和支持，保障登记工作顺利开展。

2. 加强电商单位业务培训。根据区域电商单位分布情况，有针对性的加强对普查员相关业务指导，打造一支熟悉电商业务情况的普查员队伍。电商单位的特点是，对缴税问题比较敏感，配合度差，但电商单位一般都有完善的销售平台记录，可以作为数据采集的重要依据。对电商单位普查培训重点包括五个环节。一是针对电商单位的入户访问技巧，说明来意、打消调查对象顾虑；二是确定单位类型和数量，询问“一户多照”情况。由于电商单位经营门槛低，部分电商存在既有个体户执照也有企业执照，甚至名下多家企业情况，需要详细确认，避免漏填单位和数据；三是确认所属行业。目前直播电商主要分为两大类，一类是购进商品通过直播方式进行销售，这种模式一般属于批发和零售业，另一类是不购进商品，通过直播方式为生产或者销售商家卖货，收取佣金或返点，这种模式属于服务业，也有部分直播电商两种模式兼营，需要根据其主要业务进行识别；四是确认经营平台，一般电商单位会在淘宝、抖音、快手等多个平台进行销售，需全面了解电商销售渠道；五是准确获取数据，对于电商单位可以根据单位财务账目结合平台交易记录进行填报，财务数据与平台记录差距较大的需要进一步询问核实。印发不同平台的交易记录查看途径明白纸，指导普查员准确查看数据。

三、不同平台的交易记录查看途径

（一）批发和零售业

1. 支付宝：商家中心—业务查询—资金业务—卖出交

易、交易退款（含交易金额、实收金额、退款金额）

2. 赤兔名品（天猫平台）：收入为：店铺绩效——综合分析——汇总专项，分析——退款情况分析

3. 1688 卖家工作台：交易——交易收支查询

4. 生e经（天猫）：销售分析——销售指标及趋势

5. 微信小程序：数据统计（含商品名称、销售量、微信支付、余额支付、总销售额）

6. 生意参谋：首页——运营视窗——整体看板（数据含支付金额、访客数、成功退款金额）

或者：交易——交易分析——交易概况——交易总览（支付金额）

7. 京麦（京东平台）：店铺管理——结算管理——账单查询（含月度支出、收入数据）

8. 京东商智：首页——实时指标——实时销售进度（本年累计交易额）

9. 拼多多：商家后台——数据中心——交易数据——数据总览——支付金额

10. 账房：收支查询——支出情况（月度，含本月支出、本月付款，本月交易额）

11. 抖音：营销中心——月账单（含订单数、总收入、总支出、净收益）

（二）住宿和餐饮业

1. 美团外卖商家版 APP: 门店运营—财务对账—查看账单数据（可查看外卖订单、订单退款、保险费用、餐损赔付等细项。

“合计”金额数值，是实际收入）

2. 饿了么商家版 APP: 店铺管理—数据中心

3. 携程酒店商家 APP: 钱包—账单

关于做好城市商业综合体五经普工作的 指导意见

城市商业综合体内业户众多、单位性质复杂、经营形式灵活、更新迭代迅速，在开展普查时工作难度较大。为做好全省城市商业综合体普查工作，省经普办会同贸易处开展深入研究，提供如下指导意见。

一、城市商业综合体的概念和特点

城市商业综合体（以下简称综合体）指以区域为中心、以购物中心为主导，融合了商业零售、餐饮、休闲养生、娱乐、文化、教育等多项城市主要功能活动，面向各类生活消费人群、提供综合性服务的大型建筑综合体，其经营具有以下四个特点。

（一）市场主体具有集中性。综合体内商户聚集，在一幢建筑物内或连片建筑群内聚集商业、办公、零售、文娱等市场主体，单位个数从几十到数百不等。

（二）入驻单位复杂。综合体内经营单位涵盖法人、分支机构和个体户，其中个体户数量最多，一线品牌分支机构的上级法人多在北上广等地。

（三）涉及行业众多。综合体营业范围涉及第三产业居多，综合体运营方多为商业综合体管理服务、租赁等服务业，综合体

内商户涉及零售、餐饮、娱乐、教育等行业。

（四）经营方式多样。综合体内商户有自营、联营、租赁、两种或三种方式混合经营等方式。商业综合体中运营方与商户的主要经营模式为“房东”和“租客”关系，商业综合体内商户多为单独收银，多数综合体运营方无法掌握单一商户的准确销售数据，统计数据采集难度大。

二、做好商业综合体普查的意见建议

经济普查对象是包括法人单位、产业活动单位、个体经营户在内的各种经济调查对象，对综合体的管理方和综合体内商户应根据其单位类型，严格按照普查方案的规定开展普查，不能将商业综合体作为整体进行普查。根据商业综合体的特点，为提高工作效率，保障数据质量，建议各地在普查区划分、业务培训、入户技巧等环节因地制宜，采取有针对性措施确保综合体普查顺利完成。

（一）准备阶段

1. 梳理形成综合体情况底册。在常规统计综合体年报的基础上，各地进一步摸排，补充形成完善的商业综合体资料，具体包括商业综合体名称、所在地、经营模式、总体交易额等情况。

2. 普查区划分阶段，将每个综合体划分为一个普查小区。普查小区划分时原则上控制在150家左右，考虑到商业综合体内商户数量较多，为便于工作开展、保证综合体普查的完整性，根据《第五次全国经济普查方案（征求意见稿）》关于普查区划分的

有关规定，对于综合体这类单位聚集型的建筑物，视为一个普查小区，在清查时组织多个普查员按楼层等分工，进行数据采集。

3. 选准“两员”，形成综合体普查专业队伍。充分考虑综合体普查需求，尽量选聘综合体管理人员、综合体所在街道的行政管理人员为普查员或者普查引导员，发挥“熟人效应”，既能比较便利的取得综合体管理方掌握的商户数据资料，详细掌握商铺流动情况，高效筛查撤铺商户，节省大量时间、人力、物力；又能获取商户信任，有效进行沟通，顺利获取真实数据；在普查培训阶段，对负责综合体小区普查的人员进行针对性的业务培训，打造专业普查队伍。

（二）入户调查阶段

1. 获取管理方的配合。通过部门联系综合体管理方，获得营运系统的支持，获取在本综合体内实际租用商户名单，并附带单位性质、面积大小等属性指标、租金金额、营业数据等经济指标，补充底册单位，并依託管理方的力量和联络网跟商户进行对接，获取商户最大的信任和支持。综合体内部分个体工商户为分店，与其他店铺共用一个营业执照，工商、税务反馈的名单无法全面涵盖此类商户，通过对比商管部门掌握的商户信息名单，能够使普查底册更加完善。

2. 提前进行预约登记。在管理方配合下，提前跟商户约定好上门登记时间，提醒阅读各类通知、明白纸，告知商户提前准备好营业执照（如果一户多照，要提供所有的营业执照，确保不漏）

和资产负债表、利润表等相关数据。对于一次入户无法填全普查表的商户，普查员与商户互留联系方式，约定再次入户获取普查数据的时间。

3. 建立工作群和邮箱。将样表和专用邮箱留置，邀请店员加入普查微信群，遇到问题随时沟通，报表填好后及时通知取表，有效解决店员不掌握各类支出、费用等财务数据，以及一次入户不能获取全部普查数据等问题。

4. 统一场所开展集中登记。在地毯式入户的同时设置集中填报点，由管理方协助集中登记。重点关注中间展厅、边角摊位商户的登记。

5. 准确填报经济指标。如果调查对象有健全的财务资料，要按照财务资料对应的科目进行填报。如果调查对象财务资料不健全，要搜集相关基础资料认定财务相关数据。重点关注易错指标数据，将易错指标作为“干货”培训，在样表中标红框，比如“千元”、报告期、经营性收入等，提前提醒注意事项。可以借助工具软件商业数据。为普查员购买开通VIP级别以上企查查等软件账户，最大程度解决店员不掌握本店铺及归属法人的信息的问题，协助商户准确填报。

6. 掌握灵活普查技巧。做好以下三方面工作，一是看：看营业执照与经营范围是否相符，看营业场所面积和从业人员等。二是问：问是否有收银系统、后台管理系统等，再问经营状况和成本、费用支出情况，包括租金、薪酬、物业费用和水电费用，行

业毛利率等。三是判断：通过看和问，首先判断好单位所属的行业，再对采集数据的方式方法做出合理判断。通常对于零售单位，可以直接从商品采购、销售以及库存管理的软件系统中取得数据；对于餐饮单位，可从点餐系统中直接取得有关数据。数据结果必须获得调查单位认可（签字盖章确认）。不能将未经普查单位确认的试算结果作为最终普查数据上报。

7. 强化数据审核。在普查登记过程中，县级普查机构对辖区内综合体普查小区数据进行审核汇总，发挥行业主管部门作用，对明显背离实际水平的指标数据及时发现、重新核实，确保数据质量。

附件 3

关于做好商品交易市场五经普工作的指导意见

商品交易市场（集贸市场）内商户众多、交易量大、单位性质复杂、财务账目不健全，在开展普查时工作难度较大。为做好全省批发市场普查工作，省经普办会同贸易处开展深入研究，提供如下指导意见。

一、商品交易市场概念和特点

商品交易市场是指经有关部门和组织批准设立，有固定场所、设施，有经营管理部门和监管人员，若干市场经营者入内，常年或实际开业三个月以上，集中、公开、独立地进行生活消费品、生产资料等现货商品交易以及提供相关服务的交易场所，包括各类消费品市场、生产资料市场等。2022 年全省年成交额亿元以上的商品交易市场 446 家。

商品交易市场内商户聚集，经营单位涵盖法人、分支机构和个体户，其中个体户数量最多。市场管理者一般属于商务服务业，商户多属于批发业或者零售业。市场管理方对市场的摊位、物业等进行管理，无法掌握单一商户的准确销售数据，商户尤其是个体户财务基础不健全，对统计工作配合程度差，统计数据采集难度较大。

二、商品交易市场的普查原则

按照《普查单位划分规定》，商品交易市场内的经营单位，已进行登记注册的单位，根据证照确定单位类型；未进行登记注册的单位，按照单位的实际类型进行处理，包括产业活动单位和无证个体户。不能将商品交易市场“打捆”进行普查。

三、做好商品交易市场的意见建议

根据商品交易市场的特点，为提高工作效率，保障数据质量，建议各地根据不同市场情况因地制宜，采取有针对性措施确保商品交易市场普查顺利完成。

（一）准备阶段

1. 梳理形成商品交易市场情况底册。在常规统计亿元以上商品交易市场名单的基础上，各地进一步摸排，补充形成完善的商品交易市场和集贸市场有关资料。一是摸排整理辖区内所有商品交易市场情况，包括市场名称、地址、市场分类、营业状态、商户类型、市场管理方情况、年成交额、主管部门等情况；二是摸排固定经营、定期经营、季节性经营的集贸市场情况，包括市场名称、地址、经营情况、商户情况、主管部门等。通过摸排掌握商品交易市场基本情况，针对不同市场的情况，分类施策。

2. 将商品交易市场作为整体进行普查区划分。商品交易市场内商户数量较多，为便于工作开展、保证商品交易市场普查的完整性，根据《第五次全国经济普查方案（征求意见稿）》关于普查区划分的有关规定，对于这类单位聚集型的建筑物，根据工作量划分为一个或几个普查小区，在清查时统一组织多个普查员进

行数据采集。

3. 建立商品交易市场普查专业队伍。建议各地选聘商品交易市场的管理人员、市场所在镇街的行政管理人员为普查员或者普查引导员，便于掌握市场情况，获取商户信任，有效进行沟通，顺利获取真实数据；在普查培训阶段，对负责商品交易市场小区普查的人员进行针对性的业务培训，打造专业普查队伍。

4. 对季节性经营的集贸市场提前做好部署。部分季节性经营的农贸市场、夜市等集贸市场，可能存在登记阶段停业、歇业，联系难、填数难等问题。对于这类市场要根据其经营时间提前做好部署，对需要普查登记的调查对象，清查过程留存有效联系方式，积极采取办法，提前掌握相关经济指标，登记阶段联系相关负责人，填好普查登记数据。

（二）入户阶段

1. 获取管理方的配合。通过部门联系市场管理方，获取市场内商户名单、单位性质、面积大小、租金金额等单位信息，确保清查阶段不漏单位。通过管理方加大对商户的普查宣传力度，获取商户最大的信任和支持。

2. 提前进行预约登记。在管理方配合下，提前跟商户约定好上门登记时间，提醒阅读各类通知、明白纸，告知商户提前准备好营业执照（如果一户多照，要提供所有的营业执照，确保不漏）和资产负债表、利润表等相关数据。

3. 统一场所开展集中登记。在地毯式入户的同时设置集中填

报点，由管理方协助集中登记。对于主动进行普查登记、填报数据质量较高的商户给予一定形式的鼓励或奖励，提高商户参与普查的积极性，提高工作效率。

（三）提升数据质量

1. 提前了解商户特点形成问询技巧。商品交易市场中一般是经营同类商品的摊位聚集在一起，比如茶叶市场、水产品市场、陶瓷市场等等。在正式登记前，可以通过市场管理方选取一家配合度好、有代表性的商户进行调研，了解销售此类商品的收支、用工、利润率等情况，并对普查员进行培训，帮助普查员熟悉商户经营特点和规模，形成成熟有效的问询技巧，提升数据登记质量。

2. 清查阶段关注重点指标。按照普查个体户抽样规定，个体户清查表中“预计今年营业收入”“从业人员期末人数”达到一定规模的个体经营户确定为全面调查层，即“大个体”，进行全数登记，未划入全面调查层的个体户进行抽样调查。由于商品交易市场中多为个体户，且部分个体户规模较大。在填报个体户清查表时，要详细解释从业人员期末人数概念，避免因指标理解失误造成错填漏报；询问经营状况和成本、费用支出情况，包括租金、薪酬、物业费用和水电费用，行业毛利率等，协助调查对象客观真实填报“预计今年营业收入”。

3. 登记阶段强化数据填报。普查登记阶段，对商品交易市场中的法人、产业活动单位和由国家经普办确定的“大个体”“样

本个体户”需要进行普查登记，其他个体户不需要普查登记。个体户需要填报雇佣雇员总支出、房租、与经营相关的总支出、营业收入、通过网络实现的销售额和用于建造房屋购买设备等的支出共6个经营指标。准确填报指标数据，一是普查员要全面理解指标，与调查对象耐心沟通，指导填报；二是把握好收支指标逻辑关系；三是对商户明显不配合等情况及时反馈县级普查机构，协调解决；四是强化数据审核，县级普查机构对辖区内交易市场普查小区数据进行审核汇总，对明显背离实际水平的指标数据及时发现，发挥行业主管部门和镇街作用，重新核实，确保数据质量。

附件 4

关于做好加油站单位五经普工作的指导意见

我省加油站单位尤其是民营加油站数量众多，具有规模较大、经营稳定的特点，是批发和零售业中重要的领域。为做好全省加油站普查工作，省经普办会同贸易处开展深入研究，提供如下指导意见。

一、全省加油站单位及纳统情况

2023年初省统计局、省商务厅共同对全省加油站单位进行梳理比对，全省加油站共计10546家，其中中石油、中石化、中海油（简称“三桶油”）所属加油站3000余家，根据《统计单位划分及具体处理办法》（国统字〔2011〕96号）第四章第十三条有关规定，已纳入了省、市分支机构视同法人单位统计；剩余6000余家民营加油站尚未纳入限上联网直报统计，在实际工作中，此类单位存在账实不符、配合度差、统数难、纳统难等问题，是普查时的难点和重点。

二、关于做好加油站普查工作的意见

为做好加油站单位的普查工作，各地需要提前入手，以“摸清单位、填准数据”为目标，扎实开展工作。

（一）梳理比对区域内加油站情况。各地统计部门联合商务等行业主管部门，全面摸清本地加油站数量、企业名称、企业地

址、企业性质、统一社会信用代码、在库情况等信息。形成在库加油站台账和未在库加油站台账。对于在库加油站单位，核实数据质量，确保数据真实准确。对未在库加油站，逐一摸排单位性质、经营状况等情况，作为清查底册资料，确保清查阶段不漏单位。

（二）部门联动填准加油站数据。民营加油站账实不符等情况是普遍现象，在登记阶段，仅靠普查员或统计人员入户调查难以获取真实数据，需要及早部署，发挥多部门力量，形成监管、统计、纳税全链条管理，才能切实做好加油站普查和统计工作。比如，德州陵城区按照“管行业必须管统计”的要求，打造“加油站数据采集平台”，成立了由商务局牵头，市场监管局、应急管理局、公安局、财政局参加的成品油专项整治专班，将区内加油站营业数据采集模板固化到“加油站数据采集平台”。区财政局负责软、硬件设备的招标工作，区商务局负责协调加油站安装相关设备，包括加油枪的税控监测设备、储油罐的液位仪等，税务局负责平台的软件建设和维护，公安、市场监管、应急管理等部门协调安装监控设备，移动公司作为数据流量承包商负责相关设备的移动数据保障。依托数据采集平台，持续深化以数治税，规范治理加油站领域税收，建立“加油站数据综合利用系统”，全面掌握辖区内加油站油量进、销、存的变化情况，实现行业精准监管。截止今年3月，系统提取加油站销售油量数据连续6个月同比增长300%以上，全面杜绝跑冒滴漏。各地可根据实际情况，

学习借鉴成功经验，建立民营加油站管理联动机制，做好普查工作。

（三）建立“加油站单位普查指导员”队伍。各地要选择熟悉加油站单位的业务骨干担任“加油站单位普查指导员”，负责本地区加油站单位的普查登记工作，在普查登记阶段通过联系行业主管部门等方式协助解决数据采集过程中遇到的单位不配合等问题；在普查登记过程中，对未在库加油站相关指标数据建立审核工作台账，实现即报即审，发挥行业主管部门作用，对明显背离实际水平的指标数据及时发现、重新核实，确保数据质量。

（四）开展加油站单位数据采集专项培训。针对加油站单位特点，对县乡统计人员开展业务培训，培训的主要内容包括：一是根据当地加油站情况，梳理研究加油站从业人员、工资水平、奖金提成等支付方式，指导普查员在入户登记时，准确填报加油站应付职工薪酬指标；二是加油站单位固定资产折旧应与配套建筑物、加油机、储油罐、液位仪等情况相匹配，指导普查员在入户登记时，准确填报加油站固定资产折旧指标；三是通过了解相近地区同规模的“三桶油”加油站规模、利润等，对入户登记的民营加油站营收情况做到心中有数，对财务数据与实际情况明显不符的情况，进一步沟通核实，确保数据真实准确。

（五）积极推动加油站纳统工作。建立加油站入库纳统培育机制，税务部门提供区域内企业营业收入情况，确立“种子企业（达到纳统标准 60%以上）”和“准四上企业（达到纳统标准 80%

以上)”，镇街纳入统计月度跟踪检测，行业主管部门负责落实政策培育纳统，对达到纳统条件的企业及时纳统。建立“政府统一领导、村居全面摸排、职能部门培育、统计部门纳统”的企业高质量纳统工作机制，实现达标企业应纳尽纳、应统尽统。