第一图书网, tushu007.com

<<消费者价格指数手册>>

图书基本信息

书名：<<消费者价格指数手册>>

13位ISBN编号：9787509510148

10位ISBN编号：7509510147

出版时间：2008-10

出版时间：国际劳动组织、等、 国家统计局国际合作司 中国财政经济出版社 (2008-10出版)

作者：国际劳动组织 编

译者：国家统计局国际合作司

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《消费者价格指数手册:理论与实践》内容包括：消费者价格指数方法简介；消费者价格指数的用途；概念与范围；支出权数及其来源；抽样法；价格采集；质量变化调整等。
《消费者价格指数手册:理论与实践》载有关于编制消费者价格指数（CPI）的详细、全面的信息和说明，概述了统计部门在决定如何处理与编制消费者价格指数相关的各项问题时应考虑的概念问题和理论问题。

<<消费者价格指数手册>>

书籍目录

前言 序言 鸣谢 读者指南 第一章 消费者价格指数方法简介 消费者价格指数的起源和用途 指数的选用 基于产品和服务篮子的价格指数 Lowe指数 Laspeyres指数和Paasche指数 应用Laspeyres指数和Paasche指数 分解现值变化 Lowe和Laspeyres指数比率 更新的Lowe指数 不同固定篮子指数之间的关系 Young指数 Young、Laspeyres和Paasche几何指数 对称指数 定基指数与链指数 指数的公理检验法和随机检验法 第一种公理检验法 根据第一种公理检验法为指数排序 几项进一步检验 随机检验法与第二种公理检验法 非加权随机检验法 加权随机检验法 第二种公理检验法 生活费用指数 生活费用指数的上限和下限 一些特例 使用优指数估算生活费用指数 代表性偏差 数据要求与计算问题 允许替代 集合问题 数据示例 季节性产品 初级价格指数 基本分类的权数 不同初级指数公式之间的关系 初级指数公理检验法 初级指数的经济分析法 概念、范围和分类 获得和使用 无条件的生活费用指数和有条件的生活费用指数 某些类别的交易 住户生产 住户和商户的涵盖范围 价格变化 分类 消费者价格指数与国民账户 支出权数 住户支出调查与国民账户 用于估算支出权数的其他数据源 采集价格数据 随机抽样与主观选样 价格采集方法 连续采集价格 重新抽样 根据质量变化调整价格 评估质量变化对价格的影响 按质量变化进行隐含调整法 显性质量调整 项目替代与新产品 新产品和服务 实际计算消费者价格指数 初级价格指数 高层级指数 组织与管理 发表与公布 第二章 消费者价格指数的用途 可能的消费者价格指数系列 指数化 工资指数化 社会保障福利指数化 用于指数化的指数类型 对利率、租金和其他合同付款的指数化处理 征税 实际消费与实际收入 价格指数与支出序列的一致性 购买力平价 在发生通货膨胀情况下将消费者价格指数用于核算目的 现行购买力账户 现行成本核算 消费者价格指数与广义通货膨胀 消费者价格指数与通货膨胀目标 消费者价格指数与通货膨胀的国际比较 消费者价格指数作为经济指标的普及性 维护消费者价格指数独立性与信誉的需要 第三章 概念与范围 导言 其他消费总量 获取与支出 货币性与非货币性支出 获取与使用 耐用品与非耐用品 基于获取与使用的消费者价格指数 篮子指数与生活费用指数 Lowe指数 生活费用指数 消费者价格指数范围以外的支出和其他付款 转移 保险 博彩 金融资产交易 购买与销售外币 付款、融资与信贷 金融交易与借款 产生金融资产／负债 分期付款租购 利息支付 住户生产 商业活动 自产自用 住户范围与商户 住户的定义 住户类型 地理范围 商户范围 价格差异 价格歧视 不同商户的价格差异 商户轮换 对一些特定住户支出的处理 代理人与中介人的收费 不受欢迎或非法的货物与服务 奢侈货物与服务 二手货物 推算在货物与服务上的支出 价格涵盖范围 税收与补贴 折扣、回扣、忠诚度回赠制度及“免费”产品 分类 对消费支出的分类标准 根据产品类型进行分类 按照目的分类 消费者价格指数分类 发布水平 《按目的划分的个人消费分类》 附录3.1 消费者价格指数与国民核算价格缩减指数 第四章 支出权数及其来源 导言 消费者价格指数的权数结构 中类、小类和细类权数 地区权数 商户或商户类型权数 基本分类权数 数据来源 住户支出调查 国民核算 零售数据 购买点调查 扫描数据 人口普查 权数的实际计算 非消费性支出 次要支出 难以定价的产品 不同资源的使用与结合 调整从住户支出调查中得到的权数 权数参考期 修订权数的必要性 更新权数的频率 分类 需要特殊处理的项目 加权误差 …… 第五章 抽样法 第六章 价格采集 第七章 质量变化调整 第八章 项目替代、样本空间和新产品 第九章 实践中消费者价格指数的计算 第十章 一些特例 第十一章 误差与偏差 第十二章 组织与管理 第十三章 公布、散发和用户关系 第十四章 价格统计体系 第十五章 基本指数理论 第十六章 指数理论的公理法和随机法 第十七章 指数理论的经济分析法：单一住户情况 第二十一章 质量变化和特征 第二十二章 季节性产品的处理 第二十三章 耐用品和用户成本 主要词汇表 词汇表附录 一些基本的指数公式和术语 附件一 调和消费者价格指数（欧盟） 附件二 按目的划分的个人消费分类（COICOP）——摘录 附件三 2003年第十七届国际劳工统计学家会议通过的关于消费者价格指数的决议 附件四 消费者价格的空间比较、购买力平价和国际比较项目 参考文献 索引 表

章节摘录

版权页： 插图： 采集价格数据1.200第九章指出，消费者价格指数涉及两级的计算。
在低层级，采集和处理价格样本，从中获得低层级价格指数。
这些低层级的指数为初级指数。
第二十章论述了初级指数的特性和行为。
在高级，以支出作为权数，对初级指数进行平均，即获得优指数。
在高级，第十五章至第十八章阐述的所有指数理论均适用。
1.201计算低层级指数是针对基本分类。
视国家可用的资源以及所用的程序情况，可按上文阐述的支出分类法，基本分类可为小类或细类。
如果计算不同地区的消费者价格指数，须将细类或微类再细分为不同地区分层。
另外，为了提高价格采集抽样程序的效率，如果可行的话，通常应在分层定义中纳入其他标准，如商户类型等。
如果为采集数据而将小类或细类分层，各分层成为基本分类。
由于需要有每项基本分类的权数才能计算高层级指数，必须估算出每项基本分类中的支出。
但在基本分类中通常并无支出或物量数据，因此必须仅根据价格数据来估算初级指数。
随着电子销售点扫描数据的普及，这一做法可能会变化。
1.202第五章阐述了价格抽样战略。
第六章介绍了实际采集价格的方法和操作程序。
原则上，用于编制消费者价格指数的相关价格应为住户实际支付的买价，但总体而言，尽管在住户支出调查中直接采集住户的支出数据，但每月或每季度直接采集住户的价格既不现实，又无成本效益。
实际上，所采集的价格并非实际交易价格，而是零售点、超市或服务商等商户的产品和服务的标价。
但随着越来越多的产品和服务通过能记录价格和支出的电子销售点销售，采集实际交易价格数据可能会越来越可行。
随机抽样与主观选样1.203由于价格取自商户，产生了两个不同的抽样问题。
第一个问题是如何选取基本分类涵盖的单个样本产品。
第二个问题是如何选取出售这些产品的商户样本。
一些产品可能实行全国统一价格，所以可能不必亲自去零售商户处采集价格数据，只要在中央定价机构那里即可采集此类价格信息。
以下各段阐述的是从大量商户处采集价格数据的较为常见的情况。

编辑推荐

《消费者价格指数手册:理论与实践》既供发达国家使用，又供发展中国家使用。
各章论述了许多专题，其中阐述了现行的各种做法，酌情提出了备选办法，并陈述了每项备选办法的利弊。
手册内容翔实，应能满足许多用户的需求。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com