

# 启用新权重,1月份我国CPI涨4.9%

■ 食品类降低2.21个百分点,居住类提高4.22个百分点,新权重对指数影响不大  
 ■ 1月份CPI中,食品价格上涨10.3%,居住类价格上涨6.8%,依然领跑价格指数

国家统计局15日发布的报告显示,1月份全国居民消费价格总水平(CPI)同比上涨4.9%。

1月份的CPI同比涨幅,比去年12月份的同比涨幅上扬了0.3个百分点,但比去年11月份创下28个月来新高的同比涨幅回落了0.2个百分点。

从更能反映价格变动最新情况的环比数据看,受春节和低温冰冻天气影响,1月份CPI环比上涨1.0%,是

近一年来环比涨幅第三高的月份。其中,食品价格上涨2.8% (鲜菜价格上涨14.4%、鲜蛋价格上涨2.3%)。

从同比情况看,1月份CPI中,食品价格上涨10.3%,其中粮食价格上涨15.1%,肉禽价格上涨10.9%,鲜蛋价格上涨20.2%,鲜果价格上涨34.8%;居住类价格上涨6.8%,其中住房租金价格上涨7.1%;衣着类、交通和通信类价格略降。

按照统计制度规定,今年起对CPI进行第二次例行基期更换,其中居住类权重提高4.22个百分点,食品类权重降低2.21个百分点。烟酒降低0.51个百分点,衣着降低0.49个百分点,家庭设备用品及服务降低0.36个百分点,医疗保健和个人用品降低0.36个百分点,交通和通信降低0.05个百分点,娱乐教育文化用品及服务降低0.25个百分点。

## 预期1 | 食品价格:关注两大新因素

食品上涨依然强劲,全年市场会何去何从?专家指出,在2011年,除了常规的流动性以及国际市场传导等因素将继续影响农产品价格外,两大新的因素也值得关注。

其一是工资上涨带动的成本上涨。其二是油价的

演绎。分析人士指出,进入2011年,一方面,油价在2010年相对于其他大宗商品的表现很可能会出现一轮补涨。另一方面,发达经济体的经济持续增长也会推动油价上行。油价上涨对农业成本影响较大,农业生产中运输和化肥等都和油价相关联。

## 作了哪些调整? 调整涉及四个方面

据国家统计局城市司相关负责人介绍,调整涉及对比基期、权重构成、调查网站和代表规格品。

一、从2011年1月起,我国CPI开始计算以2010年为对比基期的价格指数序列。这是自2001年计算CPI定基价格指数以来,第二次进行基期例行更换,首轮基期为2000年,第二轮

基期为2005年。调整基期,是为了更容易比较。因对比基期越久,价格规格品变化就越大,可比性就会下降。选择逢0逢5年度作为计算CPI的对比基期,目的是为了与国民经济和社会发展五年规划保持相同周期。

二、具体权重的调整。  
三、根据各选中调查市县2010年

最新商业业态、农贸市场以及服务消费单位状况,按照国家统一规定的原则和方法,增加了1.3万个调查网站,达到6.3万个。

四、各选中调查市县根据当地居民的消费水平、消费习惯按照国家统一规定的原则和方法,对部分代表规格品及时进行了更新。

## 预期2 | 物价走势:可能会前高后低

今年初,我国出现了“南冻北旱”的极端天气。极端异常天气为农产品供给带来了较大不确定因素。随着“国八条”以及房产税等一系列房地产调控政策密集出台,不少人在观望心态下“转购为租”,不少城市房租价格在春节前后出现了一波明显上涨。春节过后,“用工荒”再次席卷东部沿海地区,用工成本不断提高。

专家认为,食品价格易涨难跌,房租价格持续上涨,

劳动力成本不断提高等都将助推CPI,短期来看我国物价上涨压力仍较大,上半年CPI将保持高位震荡。

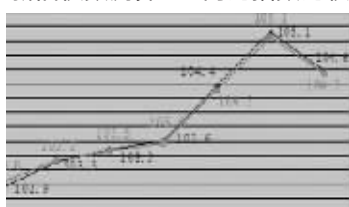
专家普遍预计,今年物价走势可能会呈现前高后低的局面。上半年由于翘尾因素较大、涨价因素较多,CPI同比涨幅将维持在较高位置。而下半年随着翘尾因素的逐渐消失,以及稳定物价的政策效应进一步发挥,CPI同比涨幅可能会有所回落。

## 数据有啥变化? 新旧数据基本一致

国家统计局昨日在发布根据新的权重计算的1月份CPI数据时,还公布了权重调整的详细情况以及权重调整对CPI数据的具体影响。

与有媒体报道的权重调整会拉低CPI数据0.3个百分点相反,与国家统计局公布的按照原有权重计算的CPI数据相比,权重调整提高了1月份CPI同比数据0.024个百分点。究其原因,主要在于食品权重虽然降低了2.21个百分点,但涨幅也非常突出的居住类价格权重一举提高了4.22个百分点。

新旧权重测算CPI同比指数比较



从理论上讲,CPI权重构成的调整自然会影响到价格总指数的计算,但影响的方向和影响程度的大

小,既取决于权重构成的调整力度,也受到分类价格指数高低的影响。”国家统计局城市司负责人说。

国家统计局用旧权重对今年1月份的CPI进行了测算,结果同比涨幅为4.918%,而用新权重计算的是4.942%;同时旧权重测算的环比涨幅为1.070%,而用新权重是1.021%。

此外,国家统计局还用新权重测算了2010年月度CPI,测算结果与已发布的数据基本一致,说明误差较小,衔接较好。

## 数据是否有效? 调整有专业的背景

怎么什么上涨了,就把什么的权重给调低了? CPI能否准确反映物价的情况呢?

财经专家左小蕾接受央视采访时表示,其实,这里有个很大的误区,权重的调整不是说调就调的,实际上统计局去年十月份就告诉大家,今年开始实施新的权重规则,半年之前,就确定了基本方案,然后才有把握去操作。因为现在食品价格的涨高,所

以就调整了权重,这个说法,缺乏专业的背景。实际上这个4.9的结果与心理预期的5.1和5.2没有实际上的区别。只是有一个心理上的坎。

左小蕾认为,这样的调整,从统计上来讲,是一个规律,它背后的道理就是,随着经济的发展,随着大家收入的增加,食品的支出在总支出中间的比重是逐渐下降的。

国家统计局城市司负责人接受

新华社记者采访时说,这次调整是为更好地适应我国经济社会发展和城乡居民消费结构变化,切实保障CPI计算的科学性和准确性。

国务院发展研究中心宏观经济部研究员张立群指出,随着经济社会的发展,居民消费支出结构必然发生变化,食品价格权重的下调和居住价格的上调是大势所趋。

综合新华社、央视、中国信息报等消息

## 预期3 | 加息难题:关键是推进改革

央行行长周小川在日前接受媒体采访时表示,就当前形势来看,加息是个两难选择。

“在平衡控制物价上涨和经济平稳增长矛盾中,非对称加息或是可运用的方式。”中国社科院金融所货币理论与政策研究室副主任杨涛认为,通过大幅上调存款利率、小幅上调贷款利率,一方面可缓解负利率程度,另一方面,也可以减轻企业借贷压力,不至造成因大幅加息而让企业陷入经营不畅的后果。

专家指出,运用财税手段,通过给居民和中小企业增加收入、减少税费,也是缓

解加息两难的手段之一。

“之所以出现两难问题,是由于过分依赖短期政策。破解这一难题,关键是要推进改革,实现经济发展方式的转型。”经济学家吴敬琏认为,要解决我们长期经济增长所存在的问题,而不是光在短期政策上,即财政货币政策的松紧上。

吴敬琏认为,通过提高技术、知识、信息在生产中的作用,进而增加普通劳动者和专业劳动者的收入,最终提高整个消费在经济中的比重,提升经济健康程度和内生动力,这才是破解政策两难的根本途径。

# 中国石化江苏石油 2011年“持卡加好油 中奖中石化” (春节)营销活动中奖公告

经南京市石城公证处现场监督,2月15日下午,在江苏交通广播网101.1“开心方向盘”栏目,由主持人程鸣、梁爽现场抽出150名中奖卡号,公告如下:

- |                     |                      |                     |                     |                      |                     |                      |                     |
|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| 1000113200003737899 | 1000113200002858978  | 1000113200004570781 | 1000113200002817164 | 1000113200002857781  | 1000113200003386353 | 1000113200004316644  | 1000113200002700369 |
| 1000113200003960697 | 1000113200003386829  | 1000113200000924994 | 1000113200002482288 | 1000113200003199004  | 1000113200004002671 | 1000113200002902906  | 1000113200003221131 |
| 100011320000186517  | 1000113200001845378  | 1000113200002211879 | 1000113200003332682 | 1000113200002456485  | 100011320000342193  | 1000113200004264566  | 1000113100003356449 |
| 1000113200003449704 | 1000113200002880337  | 1000113200002796541 | 1000113200002548465 | 1000113200002773990  | 1000113200003976067 | 100011320000432437   | 1000113200003833272 |
| 1000113200003425978 | 1000113200001764247  | 1000113200002262667 | 1000113200004289912 | 1000113200002719297  | 1000113200004224612 | 1000113200003737780  | 1000113200002765264 |
| 1000113200003029491 | 10001132000032699380 | 1000113200002287362 | 100011320000394683  | 1000113200003062118  | 1000113200002655142 | 1000113200004307797  | 1000113200002765264 |
| 1000113200004047112 | 1000113200003185691  | 1000113200003446744 | 1000113200003357907 | 1000113200003085101  | 1000113200002788805 | 1000113200003351247  | 1000113100002859084 |
| 1000113200004267485 | 1000113200003884618  | 1000113200003201994 | 1000113100003925490 | 1000113200003109158  | 1000113200004162478 | 1000113300001460446  | 1000113200004538995 |
| 1000113200002695031 | 1000113200001232631  | 1000113200001874280 | 1000113100003918633 | 1000113200003994657  | 1000113200002186776 | 1000113200003682117  | 1000113200002812815 |
| 1000113200002985990 | 10001132000034164716 | 1000113200004071774 | 1000113200002529446 | 1000113100004363444  | 1000113200004291653 | 1000113200004158382  | 1000113200002647269 |
| 1000113200001557117 | 1000113200001371792  | 1000113200001945292 | 100011320000394224  | 10001131000030759012 | 1000113200004307797 | 10001132000032520520 | 1000113200002605670 |
| 1000113200004427975 | 1000113200003873989  | 1000113200002383154 | 100011320000199615  | 1000113200003346816  | 1000113200003828105 | 10001132000042988713 | 100011320000311148  |
| 1000113200004269406 | 100011320000407525   | 1000113100002670052 | 1000113100003687122 | 100011320000223202   | 1000113200002561051 | 10001132000033251797 | 1000113200001544885 |
| 100011320000275945  | 1000113200003780859  | 1000113200002984709 | 1000113200002756047 | 1000113200004257945  | 1000113200004450274 | 10001132000032575719 | 1000113200003032616 |
| 100011320000354861  | 1000113200004157074  | 1000113200001846118 | 1000113200002856566 | 1000113200002794153  | 1000113200003629257 | 1000113200003664268  | 1000113200002414301 |
| 1000113200002341939 | 1000111100001693019  | 100011110000544826  | 1000113200004049624 | 1000113200004280525  | 1000113200002757279 | 1000113200004179441  | 1000113200001231497 |
| 1000113400003786700 | 1000113200003292259  | 1000113200003402275 | 1000113200003078005 | 100011320000332765   | 1000113200003024717 | 1000114100002148781  | 1000113200003257217 |
| 1000113200003804156 | 1000113200004164734  | 1000113200003874494 | 1000113200003432653 | 1000113200003144421  | 1000113200004397791 | 1000113200004424361  | 1000113200003386784 |
| 1000111100003313863 | 1000113200003408942  | 1000113200002891162 | 1000113200004314061 | 1000113200003208242  | 1000113200004153058 |                      |                     |

各位中奖人获得中国石化江苏石油“节日幸运奖”,奖品为价值3000元的加油充值卡或易捷便利店商品,客户可任选一种。请中奖人携身份证及中奖卡,自公布之日起至3月15日到中国石化江苏石油全省指定加油站兑奖。咨询电话:95105888, 95105988。

★加油,让有车生活更美好!江苏石油正搭建会员平台,为全省开车人提供会员增值服务,欢迎与车友消费相关的地产、保险、旅游、汽修、4S店、餐饮等各行业共同参与,垂询电话:95105888, 95105988, 18913394266 邮箱:jssyhypt@163.com