

国家统计局有关负责人谈第五次全国经济普查进展

牢牢守住数据质量 有序推进各项工作

普查标准时点为
2023年12月31日

国家统计局有关负责人表示，经济普查是一项重大的国情国力调查，与人口普查、农业普查组成三大周期性全国普查项目。

我国经济普查的历史可以追溯到1950年的全国工矿企业普查。经济普查每5年进行一次，标准时点为普查年份的12月31日，普查时期资料为普查年份的年度资料。目前，我国已在2004年、2008年、2013年和2018年分别开展了四次全国经济普查。

第五次全国经济普查标准时点为2023年12月31日，普查时期资料为2023年年度资料。本次普查将首次统筹开展投入

产出调查。投入产出调查是为系统反映国民经济行业间经济联系组织实施的一项大型调查。

单位清查是重要基础性工作

单位清查是保证普查登记顺利实施必不可少的重要基础性工作。

单位清查的目的是摸清我国内从事经济社会活动的各类法人单位、产业活动单位以及从事第二产业和第三产业活动个体经营户的基本情况和分布状况，准确界定第五次全国经济普查的对象与种类，明确地方普查机构与相关部门的普查登记责任，确保普查对象类型界定准确、普查单位登记不重不漏。

国家统计局有关负责人介绍了单位清查工作的具体进展：

组织完成普查区划分与建筑物信息采集、清查阶段普查员和普查指导员（简称“两员”）选聘工作，截至目前全国已选聘普查“两员”约210万人。协调获取相关部门单位名录信息，整理形成单位清查底册。

全国“地毯式”单位清查已全面铺开，目前各地正在抓紧推进清查登记，及时上报并审核清查数据，后续还将开展查遗补漏、数据检查验收等工作。

牢牢守住数据质量生命线

国家统计局有关负责人表示，第五次全国经济普查将坚持数据质量第一原则，把“牢牢守住数据质量生命线”这一根本要求贯穿于普查工作各方面全过程。

把握源头数据质量。采用入户采集、自主填报、部门报送相结合的方式获取普查对象数据，减少数据采集环节人为干扰。加强普查人员管理和培训，提高普查人员业务能力和调查水平，夯实普查工作质量。

严格数据审核检查。强化普查数据处理系统功能，对普查数据进行在线“即采即审”，综合运用大数据手段和多种分析方法开展验证评估。统一组织事后质量抽查，抽取一定比例的普查对象进行数据检查，接受社会公众监督。

严肃普查法纪。严明普查工作纪律，落实普查责任，将相关部门和各地普查工作开展情况纳入统计督察。落实普查数据质量追溯和问责机制，严肃查处普查违纪违法行为。

（新华社）

2023香港国际慈善论坛开幕

50亿港元启动公益慈善研究院

和政府代表出席。

开幕典礼上，香港特区行政长官李家超表示，香港锐意在公益慈善事业担任更重要的角色，以加强慈善工作的社会影响力。此次论坛及其慈善相关工作，有助实现构建更公平社会的目标。相信公益慈善研究院将有助于特区政府推动中国香港成为领先国际的慈善中心。

据介绍，自立以来的公益慈善研究院集“智·善·行”（智慧、善款、行动）于一身。该研究院的首项活动“公益慈善基金汇”会议将于9月13日在港举行，届时将有超过50个基金会参与。

中国彩妆产品 缘何走俏日本市场

近年来，中国彩妆产品在日本市场销售势头旺盛，日本从中国进口彩妆等化妆品数量快速上升。行业人士和专家认为，中国彩妆走俏日本市场与中式妆容在日本受到欢迎密不可分，同时也折射出中国企业创新能力升级及“中国制造”向“中国创造”的转变。不过，一些业内人士认为，要成为日本化妆品市场的常青树，中国企业需要更深入了解日本市场，悉心培育品牌。

中国彩妆在日销量增长突出

从印有花知晓广告的花车行驶于涩谷的繁华街道，到花女子眼影广告出现在热播日剧《动物》，中国彩妆已悄然走入日本消费者的日常生活。

日本美妆行业人士表示，大约三年前中国美妆产品开始走俏日本，销量快速攀升。与欧美及韩国品牌相比，中国彩妆品牌虽然进入日本市场时间不长，但增长速度突出，发展势头还在进一步增强。

据日本进口化妆品协会统计，2022年日本从中国进口彩妆类产品较上年增长近44%，总额达104亿元（1美元约合145日元），排名第三。今年上半年，日本从中国进口彩妆类产品同比增长约45%至61亿元左右，跃居第二；其中，眼妆类产品进口额达34亿元，同比增长超过51%，增幅排名第一。

中国彩妆品牌心慕与你自2020年进入日本以来，其唇部彩妆产品唇泥已累计销售超过43万支。负责在日本销售心慕与你产品的丽知株式会社社长杨茜对新华社记者说，公司2023年的销售目标是比去年翻一倍以上。

20多岁的东京女孩珍在银座一家商场选购了中国彩妆品牌完美日记的眼影盘。她对新华社记者说：“我感觉广告模特的造型非常可爱，忍不住想尝试一下靓丽明艳的中式妆容。”

中式妆容走红促进文化交流

近年来，一批中国彩妆品牌诞生不久便在中国国内市场赢得庞大客户群，不少品牌将目光投向海外市场。中国海关总署数据显示，今年上半年中国美容化妆品及洗护用品出口额达30.3亿美元，同比增长23.7%。

“华丽”“色彩鲜艳”“妆后气场全开”……使用过中国彩妆产品的日本女性这样评价对中式妆容的印象。

《经济学人》杂志日前刊登一篇题为《日本年轻人想要打扮成中国明星》的文章说，现在日本美妆大师追捧中式妆容，而过去时尚之风通常是从日本吹向中国。

2019年，中式妆容热潮开始在日本兴起。日本网友造了一个词“Chiborg”来形容人间

难寻的中国美人，这个词由China（中国）和cyborg（仿生人）组合而来。如今，越来越多日本年轻女性喜欢上了轮廓清晰、浓眉红唇的中式妆容，使日本时尚文化更丰富多元。

日本美妆博主“鹿之间”在视频分享网站上置顶的中国网红化妆教学视频已获得超过100万观看量。日本《每日新闻》在报道中引用她的点评：中式妆容表达出女性的力量和自信，这在日本是非常新颖的。

天津科技大学外国语学院日语系主任赵俊槐表示，中式妆容在日本的流行是民间友好交流的有力证明，这一潮流和趋势无疑会拉近感情和心理距离，对两国人民深入交流产生积极影响。

《日经亚洲》网站发表评论指出，中式妆容走红日本表明，年轻一代总能拥抱外来文化与潮流，这值得所有人学习。

深度扎根日本市场任重道远

精良的中国制造、精心的市场调研、精密的规划布局，使中国彩妆产品在日本市场受到青睐，中国美妆品牌在日本市场获得良好口碑。不过，多名业内人士表示，中国美妆品牌想要成为日本市场的常青树仍然任重道远。

考虑到日本大众更倾向于线下购物，多数中国彩妆品牌在日本采用了线下为主、兼顾线上的营销方式。杨茜表示，心慕与你品牌已入驻818家店铺，遍布日本全境，同时也入驻了亚马逊等购物网站。此外，在日本销售的心慕与你唇泥色号都是专门挑选的面向日本消费者的色号，目标客户是20岁左右的女性消费群体。

代理多个中国彩妆品牌的日本STAR DESIGN公司亚太区总监季莉对记者说，由于彩妆复购率较低，中国品牌想在日本市场取得长远发展，需要借彩妆产品流行之势推出护肤产品，赢得稳定的客户群。

从事化妆品批发的资深行业人士吉田将认为，中国彩妆公司若想在日本发展顺利，首先在推出新商品时要深入了解日本市场的营商习惯，做足市场调研准备；其次要重视宣传，宣传效果会在很大程度上左右产品销量。他表示，中国彩妆企业应坚定“品牌出海”决心，以深度扎根日本市场。



顾客在日本东京银座的一家商场查看中国彩妆品牌完美日记的眼影盘
新华社发

广东多部门联合印发行动方案 加快提升绿色通道品质



广东将把绿色通道打造成为生态线、风景线、发展线、幸福线（资料图片）

和安全感。

记者了解到，早在2013年全面推进新一轮绿化广东大行动时，就部署实施生态景观林带建设等四大生态工程，推进高速公路、铁路、沿海生态景观林带建设，并已基本形成覆盖广泛的森林景观廊道网络。但随着经济社会的发展，人民群众对优美的林相景观要求逐步增强，现有的绿色通道在品质、连通度、生态效益等方面亟须提升。同时，作为绿美广东生态建设“六大行动”之一，绿色通道品质提升行动重在增强自然生态空间的连通性和观赏性，打造特色鲜明、主题多元的生态景观带。

《行动方案》分为建设意义、总体要求、建设内容和保障措施四大部分，指出开展绿色通道品质提升行动要遵循生态联通、构筑网络；绿化为

主、景观辅之；因地制宜、突出特色；系统谋划、群策群力的基本原则，充分挖掘各地林脉、地脉、水脉、人脉、文脉魅力，科学提升通道两侧绿化品质，持续提升带状生态空间绿化美化水平，将我省独特多样、丰富多彩的自然与人文景观资源串珠成链，把绿色通道打造成为生态线、风景线、发展线、幸福线。

其中，《行动方案》明确提出，要对“快行系统”两侧1公里范围内林地进行森林品质提升，营建多层次、多树种、多功能、多效益的森林群落，对红线内绿化带、隔离带、出入口、互通立交、站场等地段进行绿化品质提升。要对“慢行系统”进行绿化品质提升、景观节点设施完善，营建生态景观多样、意趣丰富的生态步道，推进多道融合。要以生态

海堤、滨海湿地、魅力沙滩、美丽海湾、活力人居海岸线建设为重点，实施沿海防护林体系建设为重点，实施沿海防护林体系建设、保护修复、提质改造和红树林湿地修复，绿化美化岸线，打造滨海绿美景观带、山海相连的林廊绿道。

接下来，广东将以绿美广东生态建设为引领，积极发挥各级河湖长、林长统筹协调作用，将绿色通道品质提升行动纳入林业、自然资源、交通运输、住房和城乡建设、水利、生态环境等领域资金支持范围，鼓励各地通过与社会资本合作、社会资本投资、林权抵押融资、土地流转、合作分成、入股经营等形式，采取市场化运作或政府特许经营的方式，促进社会多元主体参与进来，让绿色通道品质实现量的增加和质的提升，更好构建通道生态安全体系。

“革命遗址与红色文化传承”研讨会在穗举行

羊城晚报 记者黄宇辉、通讯员段澜报道：9月10日-12日，“革命遗址与红色文化传承”研讨会在广州举行。本次研讨会由广东省委党史研究室、广东省文化和旅游厅、广州市委宣传部指导，广州市文化广电旅游局主办，中共三大会址纪念馆承办。

在研讨会上开幕式致辞时，广州市文化广电旅游局二级巡视员欧彩群表示，本次研讨会深入探究革命类纪念馆传承弘扬红色文化的历史使命，从革命遗址的保护和活化利用与新时代红

色文化的传承发扬两个大方向出发，思考如何发挥好革命遗址在传承红色基因、赓续红色血脉、培育时代新人方面的伟大使命。

在主旨发言环节，与会学者围绕“用好宝贵红色资源 凝聚奋进力量”“聚焦革命旧址 激活红色基因”“弘扬伟大建党精神”等话题展开发言。

中国共产党历史展览馆馆长吴向东回顾了高标准高效率高质量完成党史展览馆建设，用心用情用功办好百年党史展览的历程。“我们深深感到，红色场馆正处于大有可为的最好时期。”吴向东表示，党中央对党的历史非常珍视，对红色资源高度

重视，对革命先烈充满深情，对革命精神大力弘扬，干部群众把到红色场馆参观学习作为必修课和“新节俗”，形成了铭记革命传统、传承红色基因的浓厚社会氛围。

广东省社会科学院研究员黄振位阐述了革命遗址的历史定位，并根据新时代的发展形势，加强对革命史迹的保护、利用，以及对革命文博工作的新拓展提出诸多富有启发的建议。关于革命史迹的保护问题，他认为，在严格遵照和执行国家有关法规的前提下，在原有保护的基

础上，亟须拓宽保护视野，包括：历史视野、时代视野、区域视野、国际视野。

中共一大纪念馆副馆长周峰梳理了上海弘扬伟大建党精神、活化红色资源的实践，总结了党的诞生地在传承弘扬伟大建党精神工作中的经验，并总结提炼新时代党的诞生地传承弘扬伟大建党精神的实践路径。

在会议交流环节，与会学者围绕红色资源保护传承法制化、新时代红色场馆建设等话题展开热烈研讨。