

长江商学院 BCI

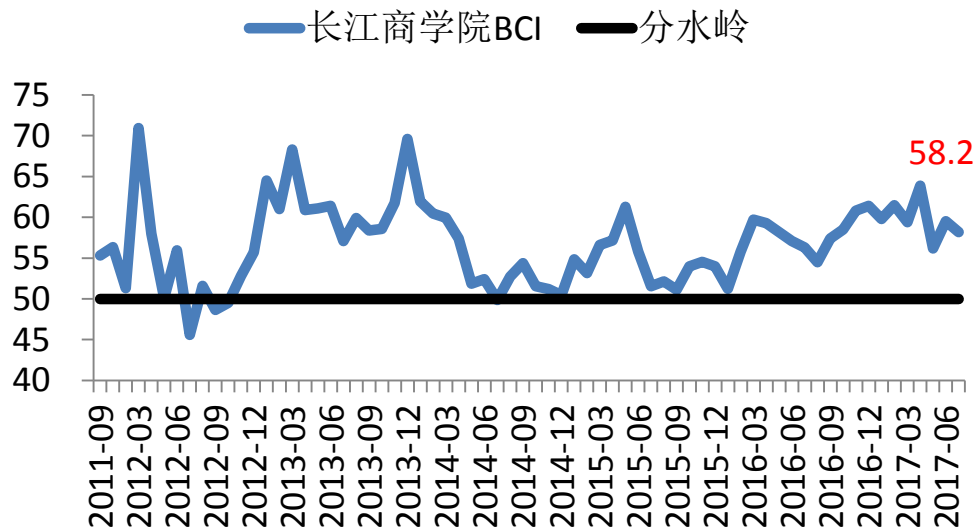
2017 年 7 月

2017 年 7 月 27 日

案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心

根据我们的问卷调研和指数计算，2017 年 7 月的“长江商学院中国企业经营状况指数”（CKGSB Business Conditions Index, 下称 BCI）为 58.2，与上月 59.5 相比有所下滑（**图表 1**）。不过这仍然表明样本企业，即长江商学院的校友企业，对未来半年的企业经营状况仍持较为乐观的预期。

图表 1

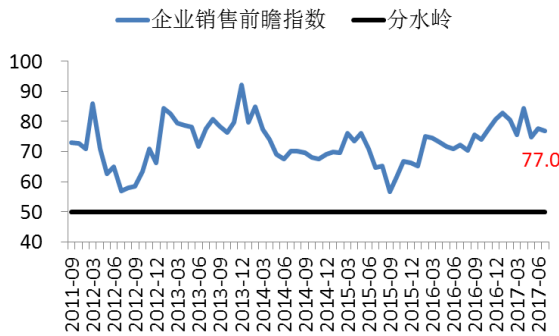


资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

7 月份公布的最重要的一个官方数据无疑就是上半年的 GDP 增速。根据国家统计局的数据，上半年中国 GDP 同比增速达 6.9%，高于去年全年 6.7% 的同比增速，这表明在短期内中国经济出现了企稳。长江商学院的校友企业几乎全部都是民营中小企业，因此 BCI 反映的也是这些企业对未来短期经营状况的预期。从**图表 1**中我们可以清晰的看到，最近半年 BCI 总体上保持在较高的水平上。换句话说，BCI 从微观的角度上部分印证了中国宏观经济短期运行良好的现象。

长江商学院 BCI 是由 4 个分指数以算术平均的方式构成，这 4 个分指数分别为企业销售前瞻指数、企业利润前瞻指数、企业融资环境指数和企业库存前瞻指数。这 4 个分指数中有 3 个为前瞻指数，只有融资环境指数衡量的是当下的状况，下面我们来看 2017 年 7 月这四个分指数的表现：

图表 2



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

图表 3

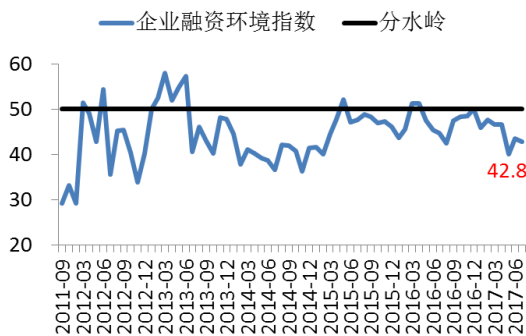


资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

本月这四个指数全部出现下滑。企业销售前瞻指数由上月的 77.6 降至本月的 77.0(图表 2)，利润前瞻指数由上月的 70.8 降至本月的 67.8 (图表 3)。

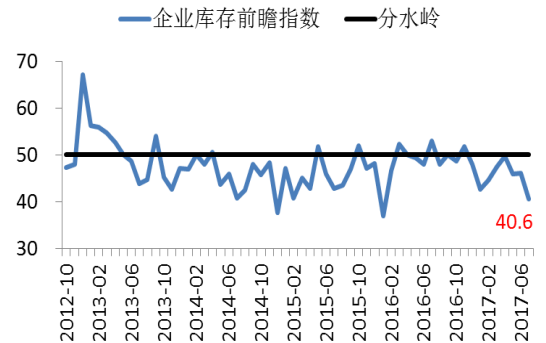
销售是一个企业的生存之本，虽然销售状况好的企业不一定经营业绩也好，但销售状况差的企业肯定不会是一个好企业。从图表 2 中我们可以看到，样本企业的销售状况一直相当不错，尤其是最近两年。再来看利润，从图表 3 中我们可以看到，样本企业最近的利润状况也不错，但从较长的时间来看，利润的波动明显大于销售。

图表 4



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

图表 5



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

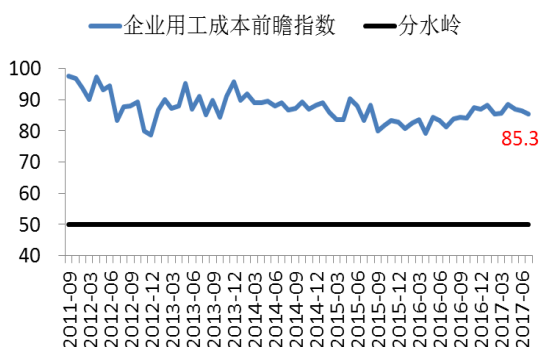
企业融资环境指数从上月的 43.5 滑至本月的 42.8。从图表 4 中我们可以看到，长江的校友企业长期融资环境不佳，存在融资难、成本高的问题，由于样本企业几乎都是民营中小企业，因此这个指标反映的就是它们在资金市场上的现实状况。

实际上，从宏观的角度来说，中国并不缺资金。根据官方的数据，今年上半年的社会融资规模增速是很高的。上半年 6 个月，除 3 月出现了 11% 的下滑之外，其他各月的社会融资规模同比增速都是正数，而且 4 月、5 月的同比增速高达 77% 和 55%。由此可见，资金是有的，但民营中小企业拿不到钱，这与一些局部的数据，例如温州的民间借贷利率，以及新闻媒体报道所反映的情况是一致的。

企业库存前瞻指数本月与上月相比出现大幅下滑，从上月的 46.0 下滑至本月的 40.6(图表 5)。库存前瞻指数也是一个老大难，大部分时间都在 50 以下。

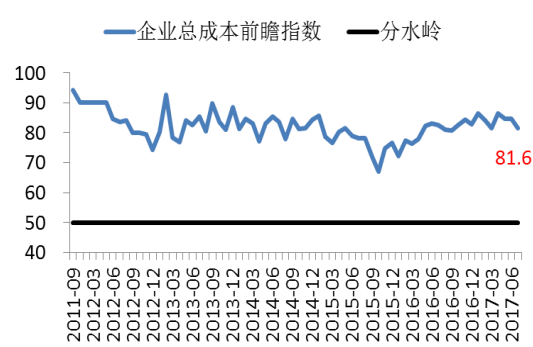
除了 BCI 之外，我们还在问卷中询问了企业对成本、价格、投资和招工情况的预期，并由此形成了以下与 BCI 并列的指数。我们先来看成本端的指数：

图表 6



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

图表 7



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

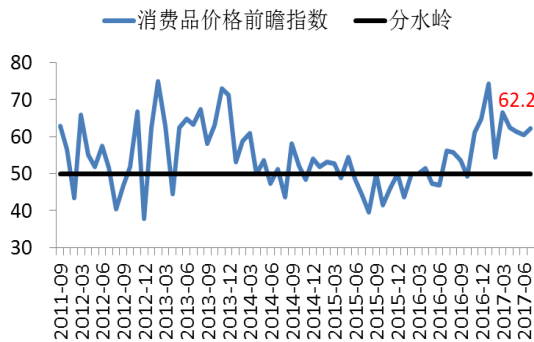
企业用工成本前瞻指数和企业总成本前瞻指数依然处于高位，前者是 85.3，后者是 81.6，具体数据参见图表 6 和图表 7。

成本方面的数据需要多讨论一些。过去中国制造的优势就在于低成本，但从我们的数据来看，这方面的优势目前正在快速消失。在某种意义上说，随着经济的发展，人均收入的提高，成本上升是很正常的，但问题在于成本上升的速度与效率提升的幅度相比是否存在过快的现象。改革开放近 40 年，中国经济取得了巨大的发展成就，但目前中国仍是一个发展中国家，中国的劳动生产率仍然远远赶不上发达国家的水平。根据麦肯锡全球研究院 2016 年的一项研究成果，中国的劳动生产率（每小时产出）是世界经合组织国家平均水平的 15~30%。假如中国制造的投入产出比持续下降，那么中国的经济发展肯定无法持续。目前企业面临多重成本上涨压力，例如社保缴费负担沉重，土地价格高昂等，如何保证中国经济在未来的竞争力，这是一个亟待解决的问题。

下面来看价格端的情况。消费品价格前瞻指数本月出现小幅下滑，从上月的 60.5 升至本月的 62.2(图表 8)。中间品价格前瞻指数本月出现大幅下滑，从上月的 51.1 跌至了本月的 43.1，指数再次掉至 50 以下(图表 9)。

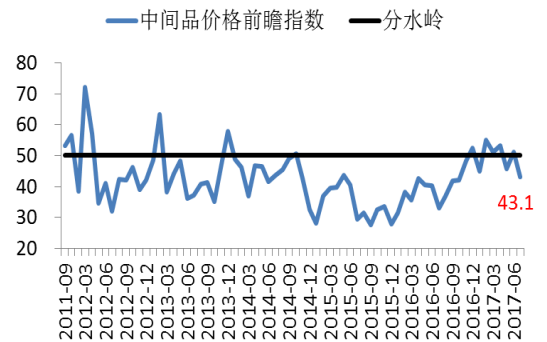
价格端的指数反映了中国经济中的另外一个问题，就是产能过剩，尤其是中间品领域，这个领域大多数属于工业品。消费品价格前瞻指数目前超过 60，但总体还算温和，这也和 CPI 温和上涨的情形相符。中间品价格前瞻指数长期低迷，这个和 PPI 长期萎靡不振也是相符的。将成本端的指数与价格端的指数相结合可以看到，企业成本不断上升，但却无法通过涨价的方式转移给下游厂商或消费者。在这种情况下，企业要么就提高效率，吸收这些压力，要么就开始出现亏损，甚至破产倒闭。不过无论如何，企业都在面临着巨大的压力。

图表 8



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

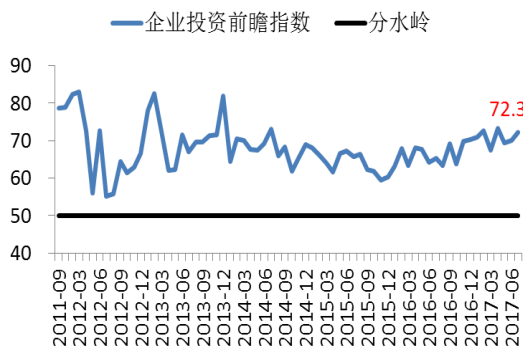
图表 9



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

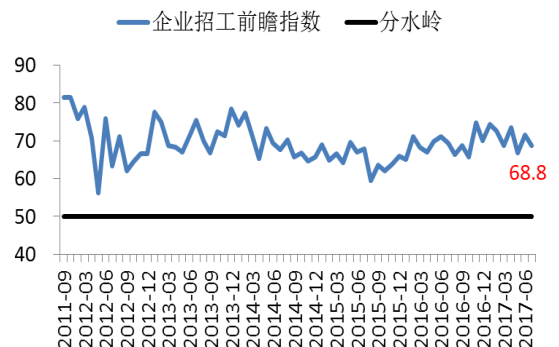
看成本端和价格端的指数，投资和招工前瞻指数将是下一个需要讨论的主题。投资前瞻指数和招工前瞻指数虽然不及成本端指数那么高，但也一直保持在较高的位置上，本月前者为 72.3（图表 10），后者为 68.8（图表 11）。这两个指数颇为有趣，自我们 2011 年 9 月开启本项目以来，很多项目都有较大的起伏，比如企业利润前瞻指数、企业库存前瞻指数，甚至包括 BCI，但有一些项目一直较为稳定，例如成本端的指数和我们这两个指数——企业投资前瞻指数和企业招工前瞻指数。

图表 10



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

图表 11



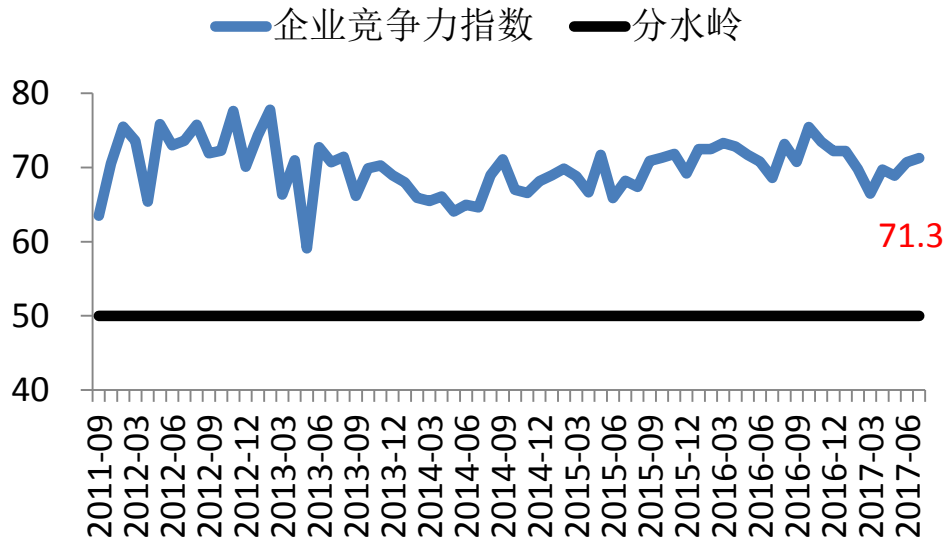
资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

前文已经说过，企业自身面临着巨大的压力，但有趣的是，企业在这种压力下却在不断扩张。这种现象应该如何解释？我们认为有两种可能，一是样本企业是一些优质企业，它们通过提升效率的方法来应对外界的压力，而且这种环境正好给了它们一个低成本扩张的好机会；二是中国政府长期实行逆周期的经济政策，在经济增速下降时往往会推出一些刺激政策，2008 年的“四万亿”经济刺激计划就属于这一类。在这些政策的作用下，经济增速经常会很快反弹。这就造成了一种局面，即采取收缩政策的企业会错过下一个增长点，因此保持扩张才是理性的做法。

下面的企业竞争力指数已经证明，样本企业是一群优质的企业，但鉴于过去中国政府的行为模式，我们认为这些企业采取扩张政策也是为了跟上政府的经济政策节奏。毕竟，在一个即将到来的扩张潮流中，谁保守就意味着谁吃亏，亏吃得多了就会落后于竞争对手，最后甚至可能被竞争对手吃掉。

最后，我们在问卷中设计了一个关于企业竞争力的问题，就是问企业在其所在行业中处于什么地位，是在平均水平以上还是以下，或者持平。根据这个问题的答案，我们制作了企业竞争力指数，该指数越高，企业在行业中的地位就越高。问卷搜集的答案表明大多数样本企业在其行业中都属于佼佼者（**图表 12**）。这也就是说，我们的样本企业是一群相对优秀的民营中小企业。反过来说，目前整个中国企业界的状况应该比我们样本企业的状况差。

图表 12



资料来源：长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心。

附注：

1、调查介绍

2011年6月，长江商学院开始筹备制作“中国企业经营状况指数”。该项目计划通过问卷调查的方式来搜集企业运营的一手数据，并进而制作出一系列反映中国宏观经济整体运行态势的指数，其调查对象为长江商学院来自企业的学员。

2011年7月开始，在李伟教授的指导下，案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心开始了前期的问卷制作和测试等工作。2011年9月，第1次问卷调查顺利展开，此后至2017年7月，案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心在学员中进行了68轮问卷调查（在项目早期，有3个月未进行问卷调研）。截至目前，案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心总共公布了63次数据调研结果，其时间跨度为2012年的5月至2017年7月。

2、指标解释

本报告所涉指数均为扩散指数，而且其中绝大部分为前瞻指数，因此具有较强的预测作用。指数以50为分界点，50以上代表改善或变好，50以下代表恶化或变差，这与PMI指数的标准相同。

在问卷中我们会询问企业的产品是面向消费者还是生产者，同时会询问企业其主要产品的价格在未来6个月的变化趋势。综合这两个问题的答案，我们可以统计出消费品和中间品价格在未来的变化趋势，前者的价格变化趋势指数就是消费品价格前瞻指数，后者的价格变化趋势指数就是中间品价格前瞻指数。

在问卷中我们会询问企业在所涉行业中的状况，即受访企业与所在行业的整体状况相比，是更好、更差，还是差不多，然后根据作答计算出企业竞争力指数。该指数越高，代表样本企业超过行业整体状况的比例越高。

3、计算方法

在调查中，我们询问所有调查对象（抽样总体），他们企业的某一经营状况指标（例如销售额）在未来6个月与去年同期相比，是“改善”（变好），“不变”（相同）或“恶化”（变差）。根据回收的数据，我们计算出“变好”“相同”或“变差”回答的百分比。然后对每个问题分别计算扩散指数，即回答“上升”（变好）的百分比加上“不变”（相同）百分比的一半。

在所有指数中，长江商学院BCI是最重要的指数，该指数来源于销售、利润、融资环境和库存这4个分指数的算术平均值。由于调查中分指数的构成有过多次调整，因此前后数据口径有所不同，不能简单比较。不过该指数的具体计算方式始终保持一致，即先计算每份问卷的企业经营状况指数，然后再计算该轮所有问卷的企业经营状况指数，计算方法均为算术平均。



关于长江商学院

长江商学院是由李嘉诚基金会捐资创办并获得国家正式批准，拥有独立法人资格的非营利性教育机构，为国际管理教育协会（AACSB）和欧洲管理发展基金会（EFMD）成员，是国务院学位委员会批准的“工商管理硕士授予单位”（含EMBA和MBA），其目标是在十年内进入世界十强商学院之列。长江商学院成立以来，一直以“为中国和世界培养一批具有全球视野与全球资源整合能力、人文关怀与社会担当以及创新精神的世界级商业领袖”为己任，致力于通过新视野、新思维、新格局、新境界和新价值取向，打造全球新一代商学院，并积极推动与引领新商业文明。

长江商学院的诞生，旨在把握中国经济持续快速增长的大好机遇，通过“取势、明道、优术”的战略选择和“中西贯通”的办学理念，为中国打造一个享誉全球的世界级商学院。学院通过吸引一批国际一流管理学教授常驻长江、扎根中国，促进西方管理学最新的研究成果与中国本土最新的管理实践相结合，从而为大中华地区造就一大批世界级商界领袖，并为中国企业进军世界提供新思维、新视野和新对策。

声明

本报告资料均来源于公开信息及长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心的实地调研。长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心认为这些资料的来源可靠，但不保证其准确性和完整性。本报告所刊载的资料仅反映长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心在报告发布日的判断，长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心可在无通知的情况下对报告做出更改。本报告不构成任何投资建议或私人咨询建议，长江商学院案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心亦不对因使用该报告的材料而引致的损失负任何责任。收件人不应单纯依靠此报告而取代个人的独立判断，收件人亦应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其个人状况。

经济研究团队

李伟 Wei Li

长江商学院经济学教授

案例研究中心与中国经济和可持续发展研究中心主任

+86 10 8518 8858 ext.8104

wli@ckgsb.edu.cn

杨燕 Yan Yang

长江商学院案例研究中心高级研究员

+86 10 8537 8479

yanyang@ckgsb.edu.cn

谷重庆 Chongqing Gu

长江商学院案例研究中心高级研究员

+86 10 8537 8466

cqgu@ckgsb.edu.cn

周爱炯 Jiong'ai Zhou

长江商学院案例研究助理

+86 10 8537 8477

cc-pt@ckgsb.edu.cn