

2016 年 4 月 8 日

April 8, 2016

企业景气调查制度的国际比较研究

张萍 潘明霞 计茜 牛立华 范奇¹

摘要：基于市场主体主观判断、估计和预期的企业景气调查数据是官方统计的重要补充，可以为国家宏观调控和企业与机构投资者的决策提供重要的参考依据。本文研究了各国企业景气问卷调查制度，对各国调查时所遵循的基本原理和组织方式的异同点进行了分析。本文分四个部分：第一部分重点从企业景气调查的发展概况、内涵特征、样本抽选、问卷设计、数据汇总及处理等方面进行综述；第二部分以日本、欧盟、美国等发达经济体为代表，重点介绍其企业景气调查制度的基本情况；第三部分对比总结日本、欧盟、美国等发达经济体企业景气调查制度设计的共同特点和差异之处；第四部分结合人民银行 5000 户企业调查开展现状，通过借鉴发达经济体成熟的企业调查制度的经验，在信息披露、样本抽取、质量控制、数据利用及服务等方面提出相关建议。

Abstract: Enterprise surveys provide important information for macroeconomic policy makers, corporates and institutional investors. Due to their timeliness and ability to reveal corporate expectations, they are an important addition to traditional statistics. This paper studies the principles and methodologies used to conduct questionnaire surveys in different countries. The paper is divided into four parts: 1) an overview of enterprise surveys, including methodologies on sample selection, questionnaire design, and data processing; 2) enterprises surveys in Japan, EU and the US; 3) similarities and differences between various enterprises surveys; and 4) a few suggestions on how to improve the survey of 5000 enterprises conducted by the People's Bank of China.

关键词：企业；景气调查；5000 户企业调查；国际比较

声明：中国人民银行工作论文发表人民银行系统工作人员的研究成果，以利于开展学术交流与研讨。论文内容仅代表作者个人学术观点，不代表人民银行。如需引用，请注明来源为《中国人民银行工作论文》。

Disclaimer: The Working Paper Series of the People's Bank of China (PBC) publishes research reports written by staff members of the PBC, in order to facilitate scholarly exchanges. The views of these reports are those of the authors and do not represent the PBC. For any quotations from these reports, please state that the source is PBC working paper series.

¹ 张萍为人民银行成都分行调查统计处工作人员 (zhp1277@163.com)，潘明霞为人民银行成都分行调查统计处工作人员 (pmx0712@sina.com)，计茜为人民银行总行调查统计司工作人员 (jqian@pbc.gov.cn)，牛立华为人民银行银川中心支行调查统计处工作人员 (niulihua520@163.com)，范奇为人民银行重庆营管部调查统计处工作人员 (fanq2007@163.com)。本文内容为作者个人观点，不代表中国人民银行或其他机构。

一、企业景气调查方法概述

（一）企业景气调查及其开展情况

景气调查方法起源于上世纪 20 年代，之后逐步发展并成型。美国供应管理协会（ISM）于 1931 年开展了世界上第一次企业调查。1949 年 11 月，德国伊福经济研究所（IFO）在德国首次正式开始每月定期一次的企业景气调查，1951 年，法国国家统计局（INSEE）和意大利国家经济研究所（ISCO）也分别在本国进行了类似的调查，此后，欧洲其他国家逐步开始采用这种新的调查方法。20 世纪 60 年代初，欧洲经济共同体（EEC）决定在成员国中用统一的调查方案协调各成员国进行调查，极大地推动了景气调查在欧洲的发展。日本在第二次世界大战后也以 IFO 企业调查为蓝本，建立了本国企业景气调查制度。目前，企业景气调查已在包括所有经合组织（OECD）国家在内的世界各国广泛推广，至少有 60 多个国家（地区），100 多家机构开展此类调查，企业景气调查已成为各国观察短期经济运行，监测和预测经济发展趋势重要而又行之有效的工具。

我国在企业景气调查方面起步较晚。随着市场经济深入发展，为满足各级政府宏观决策需要，中国人民银行、国家信息中心和国家统计局等部门，在 20 世纪 90 年代初开始探索在本国开展景气调查。其中，人民银行于 1991 年率先在国内建立了全国 5000 户工业企业景气调查制度，并定期在人民银行官方网站和《中国人民银行统计季报》上公布有关调查结果。人民银行企业景气调查由两部分内容组成，定量月度景气调查主要涉及企业生产、销售、库存等有关经济活动财务指标的实际数据，定性季度景气问卷调查反映了企业家对企业总体状况、生产要素供给状况、市场需求状况、资金状况、成本效益状况和投资状况等 6 个方面 29 项问题的回答。本章主要从景气问卷调查的角度进行阐述，财务数据调查有专门的章节进行论述。

（二）企业景气调查的主要特点

与传统的统计调查相比，企业景气调查有如下几个特点：

1. 是传统统计调查的重要补充

企业景气调查涉及的主要是传统统计方法所没有包含，但与传统统计信息同等重要的不同信息领域，特别是其提供的经济代理人的预期信息，使信息时间范围扩大到了未来。传统统计和企业景气调查是记录同一现象的不同方面，传统统计显示了客观条件的变化，而企业景气调查反映的主要是企业决策者如何阐述和评估这些变化。大家普遍认为，企业景气调查反映的信息对经济行为的影响是重要的，因为经济行为并非由客观情况本身决定，而是由对这些情况的主观解释决定。

2. 调查内容大多为定性指标

企业景气调查主要反映的是经济代理人——企业负责人的主观判断、估计和

预期，因此国际上进行企业景气调查的著名机构大都是以问卷形式的定性判断调查为主。但也有例外，如日本采取了定性和定量调查同时进行的方式，许多转型和新兴市场国家也多采取定性和定量相结合的调查方式。

3. 调查的时效性和可靠性较强

相比传统统计数据，企业景气调查由于调查方式比较简单，数据更容易获取和更快得到，从收集到公布时间短，因而具有较强的时效性，能为社会各界提供及时的信息咨询服务。此外，由于被调查者通常积极地从事实际活动，被问及的是被调查者所熟悉的问题，调查结果很少修正，因此调查所获得的信息有着较强的可靠性，预测质量较高。

4. 调查实施主体通常是与经济主体有密切关系的机构

企业景气调查的特殊性要求该项工作的实施主体容易与调查对象打交道，以保证能够得到及时的回答。实践中，该类调查实施机构通常是与经济主体有密切关系的机构，如统计机构、经济研究机构、中央银行、商业联合会或公共舆论调查机构等。

（三）企业景气调查的抽样方法

企业景气调查的对象原则上是由对总体有较大代表性，同时又尽可能少的调查单位来组成，因此，分层随机抽样是一种较理想的抽样方法。分层抽样的一个优点在于不仅可以各层样本信息综合起来对总体进行推断，还可以利用每层样本的统计信息。企业景气调查分层的依据主要是企业规模和所属行业。但实际中，受多种因素影响，对于选定的样本单位（如企业）在每一层进行严格的随机抽样是比较困难的，某些情况下甚至是不可取的，因此通常还需对分层抽样方法进行一些修正。不使用理想的、纯粹的抽样调查方法主要是基于以下原因：一是实践中的原因。企业景气调查的结果质量主要取决于参与调查企业的配合程度，因此主观抽样可以应用在景气调查中。与严格的随机抽样相比，主观抽样更类似于一种配额抽样。二是方法上的原因。对连续进行的调查来说，基于固定样本的结果比基于完全独立样本的结果差异要小得多。

调查样本选取工作并不是一劳永逸的，一段时间之后，通常需要对样本进行轮换更新，一方面均衡企业的负担，另一方面使样本随着经济的发展变化而变化，始终具有代表性。样本轮换通常按年进行，为保证高的回收率和数据延续性，除非样本企业破产或重组，样本调整时原有的样本企业通常都会继续保留。

（四）调查问卷设计原则及内容

企业景气调查通常采用向企业发放调查问卷的方式进行，调查问卷设计要根据调查目的并结合本国、本地区实际情况进行，调查问卷以定性调查为主，定量为辅。问卷设计的基本要求之一就是简捷，使被调查企业填写问卷的负担在合理范围以内。

问卷涉及的核心问题主要包括以下四类：一是对企业内生变量的实际变动方向与预期变动方向进行判断的问题。这种判断只反映企业认为的变动方向的信

息，不涉及数量问题。这种判断反映问题的时效性强，调查中对变动方向的评价即使是事后进行的，也比用传统统计方法得到的统计数字更早。二是对内生变量实际水平进行判断的问题。这些内生变量是与某种不确定的理想水平相关联的，这个理想水平通常又被称为本季度的正常水平或满意水平。三是企业外生变量实际变动方向或预期变动方向的问题，或者是对某些外生变量发展水平进行评价的问题。如企业竞争力方面的问题。通常情况下，并不给出这些概念的明确定义，而是由回答者根据自己的理解发表看法。四是少量的定量问题。如请回答企业生产经营基本情况、生产能力利用的百分比等。这些定性问题多采取三重或五重选择的形式进行。

（五）调查结果汇总及表述

企业景气调查结果的计算可以看作是一个从个体数据汇总到分层数据，再到整个样本总体数据的过程。计算方法有简单计数法和加权计数法两种。简单计数法就是先计算出选择“正向答案”的企业数量和“逆向答案”的企业数量，再计算选择这些答案的企业数量占该层企业总数的百分比。而加权计数法一般使用企业规模（如营业额、从业人数或生产规模等）作为每个企业的权数。因此，对各种选择所做回答的计算结果就等于选择了相同答案的那些企业的系数之和。一般来说，如果采取的是 PPS 抽样，因其抽样过程中已经考虑了规模 and 行业等因素，汇总通常不再需要加权，若采用其他等概率抽样方法，则汇总时要进行加权处理。

景气调查结果表达的最通行方法就是净差额法（Net Balance），它等于选择“正向答案”的企业所占百分比与选择“逆向答案”的企业所占百分比的差额，如果用 B 表示净差额， P 、 E 和 M 分别表示回答“正向答案”、“不变”和“逆向答案”的企业所占比重，则 $B = P - M$ 。对于有 5 个备选答案（PP, P, E, M, MM）的问题，则 $B = (PP + \frac{P}{2}) - (MM + \frac{M}{2})$ ，用加权法汇总计算，则 $B = \left(PP + \frac{P}{2} \right) - \left(MM + \frac{M}{2} \right)$ 。对于同一变量来说，净差额与定量统计数据时间序列的一阶差分项（指本期数量指标与上期数量指标相减后的差额）是可以进行比较的。计算净差额意味着一些信息的损失，特别是表示回答“没有变化”的百分比的值被舍弃了，意味着一些反映回答中间选项信息的损失。但市场经济国家的实践表明，这些信息的损失对调查结果的使用并不重要，从经济循环分析来看，无论理论上还是实践上，净差额的运用都已足够。

在很多情况下，景气调查中还需要考虑调查对象所说的变化是否归因于季节因素的影响。此外，企业景气调查数据反映出的意见很可能受罢工、大选、汇率波动、极端天气和其他特殊事件的影响。因此，在对变量进行解释时还应该考虑一些不规则因素的影响，这意味着对调查的数据时间序列进行季节调整是非常重要的。常用的季节调整方法有 X12、BLS、MITI、EPA 等，在对企业景气调查数据进行季节调整的多年实践中，欧盟委员会统计局（Eurostat）开发使用 Dainties 季节因素调整法取得了较为满意的效果。企业景气调查反映的是市场主体在某一时点的看法，一般认为对历史资料进行修正是不可取的，而 Dainties 季节调整

法的主要优点就在于对时间序列的末期增加新数据时，不对原数据进行修订，这就提高了资料的确定性。

二、日本、欧盟、美国企业景气调查实践

开展企业景气调查的国家（地区）中，公认比较有代表性的有日本、欧盟和美国等，日本、欧盟和美国的企业景气调查在设计上均遵循共同的理念，但具体实施上各具特色，成为各国开展企业景气调查的指引。

（一）日本银行开展的企业景气调查

在日本，日本银行（日本央行）调查统计局开展的企业短期经济观测调查（Tankan，以下简称短观调查）最具影响力和权威性。短观调查是依据日本《统计法》第 18 条规定，提交总务省批准后实施的一项申报统计调查，包括主要企业短观调查和全国企业短观调查两部分，分别建立于 1957 年和 1974 年。该调查通常被认为是一种商业信心调查，但比一般的信心调查所包括的内容广泛且丰富得多，短观调查的具体实施方案总结如下。

1. 调查对象、方式与频率

全国企业短观调查对象是全国范围内的 11528 家企业²（含 2432 家大型企业、9096 家中小企业）的企业家（总裁或财务负责人），调查企业覆盖了日本总务省统计的 17 个制造行业和 14 个非制造行业。此外，为更好地为短观调查提供补充，从 2004 年 3 月开始，日本银行还将金融机构纳入了调查，2014 年修订后的短观调查包含金融机构样本 193 家。在 2003 年以前，调查问卷主要通过邮寄等较为原始和传统的收集方式回收，此后样本企业逐步通过在线填写的方式提交问卷，至 2007 年所有样本企业全部实现网上直报。从调查频度看，短观调查是季度调查，于每年的 3、6、9 和 12 月份进行，调查结果在 4、7、10 月初和 12 月中旬发布。

2. 抽样方法及样本构成

短观调查抽样设计的基本理念在于达到以下三个目标：增强调查精确度，调查信息采集负担最小化以及保证透明度。前两个目标具有一定矛盾，为较好平衡前两个目标，短观调查采取了分层抽样的方法，主要遵循以下四个步骤：（1）根据日本总务省开展的日本企事业单位普查所发布的《企业统计普查报告》，对目标总体企业根据产业和规模³类别进行分层。（2）设置各个层次的目标精度，并计算达到各个层次目标精度每层需要抽取的样本数量，使通过样本企业销售额估计总体销售额的误差率落在目标范围以内（制造业部门为 3%，非制造业部门为 5%）。（3）检验按照资本规模和员工人数衡量的样本企业分布与总体企业分布是

² 2010 年 3 月调查时样本数量，样本修订约每 2-3 年进行一次，同时每季调查企业样本会有细微差别，如 2014 年 3 月调查时样本为 10483 家，比 2013 年 12 月多 21 家。

³ 2004 年 3 月开始，日本企业规模划分从雇员数目为基础转为以资本为基础，注册资本大于 10 亿日元的为大型企业，1 亿—10 亿日元的为中型企业，2000 万—1 亿日元的为小型企业。

否保持一致。(4) 为达到每层目标精度,同时保证样本分布与总体分布保持一致,必要时随机抽取企业增补进调查样本中。

短观调查最近一次较大的样本调整于 2010 年 3 月进行,目标总体企业是日本总务省开展的日本企事业单位普查中统计的资本金超过 2000 万日元的约 21 万户私有企业(不含金融机构)。调整后样本企业为 11528 户,其中制造业企业 4577 户,非制造业企业 6951 户(参见表 1)。

表 1 日本企业总数与短观调查样本数量

项 目	目标总体企业数	样本企业数
制造业	44525	4577
非制造业	168685	6951
合计	213210	11528

资料来源:日本中央银行网站,本文整理。

一般情况下,短观调查样本是按照上述总务省每 2-3 年开展一次的日本企事业单位普查进行动态调整,在两次调整期间,样本数保持稳定不变。然而,随着经济金融迅猛发展,企业破产、或重组现象日益增多,由此导致样本企业数量减少影响统计精确度。为此日本银行事实上每年都会对短观调查统计精度进行检验,当精度确实下降时会及时调整样本企业。比如 2010 年实施的 4 次调查中,每次的样本企业数量都是不同的(参见表 2)。

表 2 短观调查近年样本构成及变动情况

项目		制造业		非制造业		企业合计	
年份	时间	数量	比例	数量	比例	数量	比例
2010 年	3 月	4527	98.9	6850	98.5	11377	98.7
	6 月	4482	98.8	6780	98.6	11262	98.7
	9 月	4452	99.3	6711	98.7	11163	98.9
	12 月	4410	99.0	6647	98.8	11057	98.9
2011 年	3 月	4243	95.9	6373	95.5	10616	95.6

资料来源:日本中央银行网站,本文整理。

3. 调查基本内容

短观调查主要包括四个方面的内容⁴:判断调查、年度预测、企业通胀预期

⁴ 2014 年,日本银行从三个方面对短观调查进行修订:一是引入企业通胀前景的两项新内容,“产品出厂价格预期”和“产品总价格预期”,预测时间定位在未来一年、三年、以及五年。二是停止部分要求定量回答的问题,包括发行的商业票据及其它季度定量数据,部分年度预测数据等。三是审查有关“商业票据发行的条件”离散指数(DI)的调查方法。

和新招毕业生数量调查。四项调查内容都是独立进行。

(1) 判断调查。包括当前商业情况、国内产品和服务的供求、海外产品供求、产成品和商品库存、批发商库存、企业产能、雇佣、企业财务、金融机构贷款态度、贷款利率的变化、商业票据发行情况、企业产品出厂价格变化、原材料购进价格变化等 13 个方面内容。这 13 项指标的填报要求较为详细一是剔除被调查企业的季节因素；二是从提供的三个选项中判断最能描述当前（从三个月前）和预期（到下个问卷时期）的变化选项；三是考虑到产成品和商品库存、批发商库存、企业财务、贷款态度和商业票据发行共 5 项指标较难把握变化趋势，不做预测填报要求；四是“商业票据发行情况”这项指标，要求由最近两年至少发行过一次商业票据，或者考虑在未来发行商业票据的大型企业（资产过 10 亿日元）填写。

(2) 年度预测。要求企业对 9 个项目的半年和年度结果进行判断和预测，包括销售额、出口额、外汇汇率、营业利润、当前利润、净收入、固定资产投资、土地购置花费、软件投资等。

(3) 企业通胀前景调查。企业通胀预期为 2014 年新增指标，包括产品出厂价格 (Output Prices) 预期、产品总价格 (General Prices) 预期。预测时间被计划为未来一年、三年以及五年；预测时要求剔除被调查企业因体制变化带来的影响，如消费税税率的变化。

(4) 新招毕业生人数调查。该调查仅在 6 月和 12 月进行要求企业填报过去一个财政年度新聘请的毕业生人数和下个财政年度计划录用的数量。

对金融机构开展的短观调查内容相对简单，主要包括：判断调查中关于营业状况、企业设备和就业条件的判断；固定资产投资、土地采购费用和软件投资的年度预测；新招毕业生人数等。

4. 信息披露和运用

日本银行将短观调查结果视作公共产品，一直以来都致力于最大范围披露和公布调查结果以满足用户需求。每季度发布的短观调查汇总结果中，每一问题的调查数据都根据 30 个行业分大、中、小规模共计 90 个分类分别进行披露。此外，为提高透明度，日本银行通常会在 6 月和 12 月向社会公布次年调查结果的披露时间。

日本银行短观调查多年来的实践显示，调查数据对于国民经济未来运行方向具有较强的先行和指示作用，是中央银行判断、分析和预测宏观经济运行情况，研究制定金融宏观政策的重要手段之一。同时短观调查作为了解企业全面情况的权威性调查，以其较强的时效性、调查项目的多样化、较长的时序数据积累及对经济景气波动的高度敏感性赢得了社会各界的高度评价，并跻身利用频度较高的重要统计调查之列。

(二) 欧盟各国开展的企业景气调查

欧盟各国开展的企业景气调查体现在两个层次：一是在《欧盟成员国联合进行的景气调查协调方案》(The Joint Harmonised EU Programme of Business and

Consumer Surveys，以下简称协调调查方案）框架下由各调查机构实施的企业景气调查二是各国有关机构（主要是中央银行）自主开展的部分企业景气调查。

1. 欧盟企业景气调查协调项目

在欧洲，在协调调查方案框架下开展的企业景气调查影响力最大。该项目由欧盟委员会经济金融事务总局（DG—ECFIN）负责，具体实施上是通过与各国相关机构合作来完成，合作机构包括各国统计部门、中央银行、研究机构和商业团体等。实施协调调查的目的旨在实现各个国家数据之间的可比性。为实现可比性，主要遵循以下基本原则：使用统一的调查问卷，样本抽取和结果计算使用相似和可比较的方法，按相同的频次和统一的时间开展调查和报送结果。但统一并不意味着完全一样。除核心问题外，各国调查问卷可含有更多的问题，可根据本国情况选择最适合的模型设置、样本容量、实地调查方式等。

（1）企业景气调查协调项目发展历程

1961 年，欧洲委员会做出在工业行业进行企业景气调查的决定，标志该协调调查方案的开始；1962 年，首先开始了制造业企业调查；1966 年，调查领域扩展到建筑业、制造业投资状况；1984 年，扩展至零售贸易业；1996 年，扩展至服务业；2006 年 4 月又推出欧盟范围内金融服务业调查，以区别之前一般的服务业调查。在调查领域不断拓展的同时，该项目所覆盖的地域范围进行了扩展，目前包括欧盟 27 个成员国以及候选国克罗地亚和土耳其。

（2）调查频率、时间及样本构成

原则上来讲，在制造业、建筑业、零售业和服务业开展的景气调查都是月度调查，但针对制造业企业的投资景气调查一年进行两次。此外，每季度会对制造业、建筑业和服务业的景气调查附加部分问题，称为“季度问题”。所有的企业景气调查时间都是一致的，实地调查在每个月头 2-3 周进行，那些“季度问题”包含在 1 月、4 月、7 月和 10 月进行的月度调查问卷中，调查结果在每月末至少 4 个工作日内通过邮件报送至欧盟委员会；制造业的投资景气调查在每年的 3/4 月和 10/11 月进行，调查结果分别在 5 月底和 12 月底前报送给欧盟委员会。

目前，欧盟范围内每月约 12.5 万家企业的高级经理人会接受调查，其中制造业调查样本约 3.8 万家，投资调查样本约 4.4 万家（多数国家与制造业调查使用相同样本），服务业调查样本约 3.5 万家，零售业、建筑业调查样本分别超过 3.2 万家和 2.1 万家。在每个调查中，各国具体样本容量因各国经济的差异性而不同，但基本与本国人口数量呈正比。

（3）抽样方法

协调方案要求各调查实施机构要保证样本的代表性，并从抽样框选取、抽样方法选择以及样本维护方面等提出了明确要求，如尽量使用官方统计名录、采用分层随机抽样方法、使用固定调查企业名单并定期更新等。但实践中，受多种因素影响，通常会对分层随机抽样方法进行一些修正。以法国国家统计局（INSEE）承担的法国企业景气调查为例，调查样本并不是从法国企业总体中按照随机原则抽取的，而是根据调查目的，或者说是为了保证样本的代表性和连续性而有目的

地抽选的，但在抽选过程中遵循如下原则：一是为保证样本足够代表性，对样本进行分层抽样，分层标志主要是行业或规模；二是大企业进行全数调查，其它层样本量分配采用奈曼分配或按规模比例分配，以提高已定样本量情况下的调查精度；三是每年都进行样本轮换，用条件相同或相近的企业代替不愿合作的企业或破产企业。

（4）调查问卷主要内容

与 2014 年之前定性和定量问题并举的日本短观调查不同，欧盟国家开展的企业景气调查绝大部分问题都是定性问题。其中，制造业调查定性问题主要涉及生产趋势、订货和库存的现有水平，关于生产、价格、雇佣情况的预期等；定量问题主要涉及季度问卷的生产力的使用情况和生产月份数。建筑业调查除了一些定性问题，还有一个季度定量问题反映确保生产的月份数。零售业调查全部是定性问题，涉及近期业务发展、现有库存水平、一系列经济变量的预期（如生产、新订单、雇佣情况）。服务业调查大多数是定性问题，涉及近期业务发展、过去和未来的企业营业额、雇佣水平等情况（参见表 3）。

表 3 欧盟企业景气调查问卷涉及核心内容

调查类型	月度问题	季度问题
制造业	过去 3 个月的生产情况 总订单情况 出口订单情况 成品库存 未来 3 个月的生产情况 未来 3 个月的出售价格 未来 3 个月的雇佣情况	限制当前生产的主要因素 现有生产能力评估 订单能确保生产的月份数（定量） 过去 3 个月的订单变化情况 未来 3 个月出口订单变化情况 生产能力的使用情况（定量） 国内市场的竞争地位变化情况 欧盟市场的竞争地位变化情况 欧盟外市场的竞争地位变化情况
建筑业	过去 3 个月的业务活动变化 限制当前生产的主要因素 国内订单情况 未来 3 个月的雇佣情况 未来 3 个月的出售价格	工作或合同能保证的生产月份（定量）
零售业	过去 3 个月的业务情况 未来 3 个月的业务情况 商品库存情况 未来 3 个月与供应商的订单情况 未来 3 个月的雇佣情况 未来 3 个月价格变化	
服务业	过去 3 个月的业务变化情况	限制当前经营的主要因素

	过去 3 个月营业额变化情况 未来 3 个月营业额变化情况 过去 3 个月雇佣情况变化 未来 3 个月的雇佣情况变化	
--	---	--

资料来源：《欧盟企业与消费者景气协调调查方案》用户手册。

欧盟的投资调查每年在制造业企业中进行两次，大多数国家的投资调查附属
于制造业调查，并使用相同的企业名单，而部分国家（如瑞典）两个调查的企业
对象是不同的，且由不同调查机构开展。欧盟投资调查涉及内容参见表 4。

表 4 欧盟投资调查问卷涉及内容

调查时间	变量	选项内容
3/4 月调查	从 t-2 年到 t-1 年的投资变化	%变化（定量）
	从 t-1 年到 t 年的投资变化	%变化（定量）
10/11 月调查	从 t-1 年到 t 年的投资变化	%变化（定量）
	从 t 年到 t+1 年的投资变化	%变化（定量）
	从 t 年到 t+1 年的投资计划种类	是/否
	从 t 年到 t+1 年影响投资的因素：	
	——需求	
	——融资来源或预计利润	
	——技术因素	(++)，(+)，(=)，(-)，(--)，N
	——其他	(++)，(+)，(=)，(-)，(--)，N
		(++)，(+)，(=)，(-)，(--)，N
		(++)，(+)，(=)，(-)，(--)，N

注：(++)=促进作用很大，(+)=有促进作用，(=)=无影响，(-)=有抑制作用，(--)=抑制作用很大，N=无回答。

资料来源：《欧盟企业与消费者景气协调调查方案》用户手册。

（5）调查结果的应用与披露

欧盟企业景气调查协调项目是一项系统的庞大工程，不仅样本容量较大，更
重要的是涉及到欧盟各成员国。但由于顶层设计的科学合理，保证了调查真实性
和数据质量，为判断经济形势和提供决策参考发挥了相当大的作用。其应用主要
有以下几个方面：一是将调查结果本身直接作为企业经济状况指标和短期经济发
展指标；二是加工成信心指标，信心指标的跟踪质量已得到证实，建筑业信心指
标与建筑业投资额之间、工业信心指标与工业生产增长之间有很高的相关关系；
三是用于构建领先指标体系或与定量统计资料结合起来用于经济预测。如在 BUSY
计量经济模型中采用，用于欧盟经济形势的评估和预测等。

协调调查结果通常于每月最后一个工作日通过媒体发布，同时刊登在《欧洲

经济》（副刊 B）上，时间序列和行业数据可在欧盟经济金融事务总局网站上免费下载。经济金融事务总局每三年会就调查方案的实施、调查结果使用、调查的范围、调查方法诸方面的情况向欧盟委员会提交一次总结报告。除此之外，欧盟委员会还与经合组织（OECD）一道，共同制定关于数据采集、调查设置的国际指导方针和探讨具有共同意义的方法上的问题，这些改进都体现在调查方案的用户手册上。

2. 欧盟部分国家央行开展的企业调查

除协调调查方案框架下由各国调查机构（包括中央银行）开展的企业景气调查工作外，部分欧盟国家的中央银行还结合自身需要，开展了各类企业调查活动，其中较著名的是德国和西班牙央行开展的非金融企业财务调查。

（1）德国中央银行的非金融企业财务评估

德国中央银行也建立了全国范围的企业景气调查网络，但较为出名的是其以统计为目的对非金融企业财务的评估工作，该项工作始于 1966 年，至今已有近 50 年历史。非金融企业的财务数据主要用于分析德国企业的收入、资产等财务状况。作为欧洲中央资产负债数据办公委员会（ECCBSO）成员之一，企业年度财务数据还被德国中央银行用于国际比较分析。

在调查数据获取上，1997 年前，企业在再融资操作中提交的财务报表，是德国中央银行获取企业报表数据的唯一途径。为进一步加大对德国国内非金融企业财务数据的收集调查力度，从 1997 年起，德国中央银行在自愿原则的基础上与银行业机构及其他机构积极合作，更为主动地收集非金融企业的财务报表，并将这些报表集中起来以构建财务报表数据池。其中，部分企业的数据以不记名的形式收集，调动了企业数据报送的主动性，增加了数据池所包含企业的数量。此外，报表数据仍可通过企业在再融资操作中的提交以及与评级机构的交流得到补充。目前，德国中央银行建立起的财务报表数据池每年能提供超过 10 万个非金融企业的财务报表用于评价分析。按营业额流转税量的规模计算，有近三分之二的德国非金融企业商业活动被纳入到了调查范围。

（2）西班牙中央银行的非金融企业财务调查

为深入掌握和了解非金融企业部门生产经营活动，西班牙央行于 1983 年设立了资产负债表办公室（CBSO），开始对非金融企业进行财务调查。该项调查通过收集非金融企业财务经营的详细资料，一方面为西班牙央行分析非金融企业业绩表现以及货币政策对企业融资的影响提供重要参考，另一方面为西班牙的金融账户统计做准备。

CBSO 非金融企业财务调查的内容主要包括收集企业基本情况、资产负债表、损益表以及就业状况等。调查项目主要分为：年度调查（CBA）、与商业注册处合作开展的按年实施的调查（CBB）、季度调查（CBQ）（参见表 5）。其中，CBA 调查的样本企业主要来自于大型企业和工业企业，由企业自愿通过纸质或电子格式填报标准化问卷。收集到的样本企业数据对西班牙总体经济活动具有很强的代表性，其增加值占西班牙总体非金融企业增加值的比重为 30%左右，企业样本每两

年动态调整一次。CBB 调查由 CBSO 与商业注册处共同开展，每年调查企业数约为 80 万户（过滤后的样本约 40 万户），CBSO 负责问卷设计及提供标准化的报表报送和汇总程序，商业注册处负责数据收集。CBQ 调查的样本企业全部来源于 CBB 调查，特别是其中的大型企业，按季度开展调查是为了满足高频分析需求，其样本企业增加值占西班牙总体非金融企业增加值的比重约 15%。

表 5 西班牙 CBSO 非金融企业财务调查概览

	CBA		CBQ	CBB	
调查频度	年度		季度	年度	
调查样本数量	9000 户		700 户	40 万户	
调查内容	标准	简化		标准	简化
资产负债表	130	60	30	130	60
损益表	52	22	41	52	22
额外信息（用于计算现金流）	195	146		195	146
就业	29	5	2	2	2
经营活动	11	10		2	2
特殊调整	4	4			
其他	212	49	3	21	21
调查的会计科目总数	633	296	76	402	253
核对过程					
直接电话联系	是	是	是	否	否
测试程序（测试数量）	1464	837	431	402	201

资料来源：西班牙中央银行网站，本文整理。

（三）美国开展的企业景气调查

在美国，较有名的企业景气调查有美国供应管理协会（ISM）执行的全美采购经理调查和部分地区联储开展的区域性制造业调查。

1. 美国供应管理协会开展的采购经理调查

采购经理调查因其调查对象为企业的采购与供应经理而得名，从本质上说，它是企业景气调查的一种。自 20 世纪 30 年代美国供应管理协会执行全美制造业采购经理调查以来，所有以采购供应经理为调查对象的企业调查都参照此框架。目前，美国供应管理协会开展的采购经理调查包括制造业和非制造业两个部分。其中，制造业调查数据最早可以追溯到 1948 年，非制造业调查于 1998 年 6 月开始对外按月发布。

（1）调查频率、方式及样本构成

目前，美国供应管理协会开展的采购经理调查已经成为规范的月度调查。调查方式主要以定性的问卷调查方式进行，问卷每月被分发到全美约 400 户制造业

企业和 370 户非制造业企业的采购经理手中。样本对象采用分层抽样的方式产生，分层依据以各行业对 GDP 的贡献为主，并结合考虑企业在地理上的分布特征。

（2）调查内容

美国供应管理协会的制造业调查问卷与非制造业调查问卷基本类似，主要包括业务总量、新订单、未完成订单、新出口订单、存货状况、存货意愿、进口、价格、就业状况以及供应商配送等 10 个方面的情况，每个问题均要求被调查者对自己所在企业本月与上月变动情况进行判断。

（3）数据处理及指数编制

在调查数据处理方面，一是采用扩散指数来监测每个被调查指标的动态变化。扩散指数一般通过计算回答“增加”的百分比减去回答“减少”的百分比再经过相应处理得到。二是对调查数据进行季节调整。三是对主要活动指标数据（新订单、生产、供应商配送、存货和就业）经过加权计算合成指数反映总体活动程度。

（4）调查结果发布及运用

美国供应管理协会的调查结果一般在次月月初发布，其中制造业调查数据发布时间为次月第 1 个工作日，非制造业数据发布时间为次月第 3 个工作日。市场主体可通过国家主流的新闻媒体等渠道获得，也可在相关网站查询。调查应用方面，据调查编制的 ISM 采购经理指数对经济状况的追踪效果已经得到广泛证实，并且 ISM 指数系列能给出大体上可靠的关于未来衰退的信号，这也是市场参与者和政策制定者都对 ISM 指数充满兴趣的主要原因。

2. 各地区联储开展的区域性制造业调查

目前共有费城、里士满、亚特兰大、纽约、堪萨斯和达拉斯等 6 个地区联储直接对辖区制造业企业开展问卷调查，纽约联储对所辖第二区开展了非制造业调查，但由于其开展时间短，目前尚未对外公布。此外，芝加哥联储则利用月度统计数据构建合成指数的形式来监测区域制造业运行状况。

（1）调查对象、方式和频率

从调查对象看，与供应管理协会采购经理调查等专业领域调查不同的是，美国各地区联储的制造业调查对象主要面向企业的核心管理人员，一般为企业总裁、财务经理。从调查方式看，调查不采集企业财务数据，主要也以定性的问卷调查方式进行。除堪萨斯联储的调查频度在 2001 年以前为季度外，其它几个地区联储均实行月度调查。

（2）调查样本及其构成

各地区联储制造业调查高度重视样本的代表性。一是样本选取时注重对不同地区、行业和规模的代表性，样本结构与辖区制造商整体构成状况保持了高度一致，各调查有效样本数一般维持在 100-300 之间（参见表 6）。二是参与调查的样本企业均为自愿，如果企业因为各种原因不再参加调查，为确保有足够多的样本容量和样本企业始终在该行政区的制造行业具有代表性，样本每年会进行更

新。

表 6 美国地区联储制造业调查样本情况

	费城	里士满	亚特兰大	堪萨斯	达拉斯	纽约
起始时间	1968 年	1986 年	1991 年	1995 年	2004 年	2002 年
样本企业数量	125 户	220 户	215 户	300 户	80 户	200 户
应答率	40-60%	40%	65%	不详	不详	50%

资料来源：美国各地区联储网站，本文整理。

（3）调查时间及问卷内容

各地区联储对调查问卷的发放与收回有严格时间限定。一般在调查月的中下旬将调查问卷发放至被调查企业。如里士满联储规定每个月第 2 周发放问卷；堪萨斯联储规定每个月最后 1 周的星期一发放问卷；费城联储规定每个月最后一周发放问卷。

各地区联储调查问卷的内容设置既相对统一，又凸显区域特色和央行视角。一是各地区联储问卷都包含有关于生产和需求情况、价格和成本变动情况、出口和投资支出变化、企业管理者对行业整体景气度和本企业景气度的判断等统一的制度性调查问题。二是设置个性化指标突出反映区域特色。如纽约联储辖区高科技制造业相对集中，该区问卷特别设置“技术研发支出”指标反映高科技行业的活跃程度；德州石油工业非常发达，是美国重要能源生产基地，与此相适应，达拉斯联储对工厂的产能利用程度单独设计了 1 项指标进行监测。三是在问卷中设置的就业和通胀压力相关指标，凸显了央行独特视角。如对工厂雇员数量、工资福利和平均周工作时间的调查有助于判断劳动力市场供需形势，对原材料价格、产成品价格及员工工资福利了解有助于监测制造业部门的价格压力。此外，被调查者还可以自愿提交其关于本企业经济状况和相关影响因素的看法。

（4）调查结果发布及应用

地区联储的制造业调查结果发布时间通常是当月中下旬，早于全供应管理协会的采购经理调查。地区联储制造业调查数据经有关经济学家实证检验表明，调查信息与定量数据拟合程度较好，对定量数据有较强的预测能力（参见表 7），其中，纽约和费城联储制造业指数对全国制造业产量月度数据的预测能力超过了全美采购经理指数，原因是这两个地区联储辖区内拥有众多的全国性大型制造工厂，并且制造业行业构成和全国制造业的行业构成非常类似。

表 7 美国主要制造业指数的比较

指数名称	全国制造业产量 指数 IP-M	全国采购经理指数 PMI	中西部制造业指数 MMI	地区联储制造业调查 综合景气指数
编	联储理事会	供应管理协会	芝加哥联储	6 个地区联储

制 者		(ISM, 民间组织)		费城、 纽约	堪萨斯、 达拉斯、 亚特兰大	里士满
编制方法	采用制造业的实物产出数据，如钢产量、产油量、船运量、工作时间以及耗电量等指标（占40%），劳动和资本投入数据（占60%），经加权计算得到的合成指数。	通过对全美约400家制造商采购经理月度调查后，利用5个主要的制造业活动指标数据（新订单、生产、供应商交货、存货与就业）经过加权计算得出合成指数。	利用辖区制造业劳务和资本的月度数据，经加权计算得到各个行业的指数，然后根据各行业产出在总产出中的比重，将分行业的指数合成为制造业综合指数。	问卷中设计专门问题，直接征询制造业厂商对本地区整体经济景气度的判断，以扩散指数表示。		根据调查问卷中几个关键指标的结果，通过加权平均计算（出货量33%，新订单40%，就业27%）构建合成指数。
发布时间	第二月月末	第二月初	当月下旬	当月中下旬 （堪萨斯联储为季度调查除外）		
实用价值	监测全国制造业部门的景气状况，是全国宏观经济运行的一个重要的一致性指标。	预测全国 IP-M 指数和制造业景气度的变化。	监测中西部 5 个州制造业的活动程度，并预测全国制造业产量变动。	监测全国和地区制造业景气度的变化，地区化和全国经济预测。	监测区域制造业景气度的变化，区域经济预测。	

资料来源：美国供应管理协会和各地区联储网站，本文整理。

三、国外企业景气调查制度主要特点比较

（一）日本、欧盟、美国企业景气调查共同之处

1. 多方入手，注重建立并提高调查制度的权威性和透明度

一是建立并完善数据披露制度，扩大调查的透明度和公信力。日本、欧盟及美国的调查机构都有一套规范的信息披露制度，按预定时间表发布调查结果。欧盟、日本在披露调查结果同时，还定期将调查的范围、内容、方法、应用、样本调整和调查方案修订细节等内容进行披露，接受公众检验和评价。二是明确调查机构在相关调查信息采集上的制度支持，确保调查的权威和一定的应答率。如欧盟企业景气协调调查是欧盟统计调查方案的一个组成部分，由欧盟委员会批准执行，部分国家如西班牙、法国、意大利、荷兰、波兰、葡萄牙的调查对象有义务完成调查；日本短观调查依据《日本统计法》规定进行，属于日本三大统计调查制度中的申报统计调查。三是注重提高调查数据、报告的利用率和社会作用，以扩大调查制度的影响力。各调查机构都尽可能地扩大调查结果向公众开放的范围和深度，一般调查数据和信息都可在网站查询和下载，最大限度地为社会其他机

构和个人的分析研究提供便利。日本银行甚至在公共信息平台上设置照会窗口，接收并答复数据用户的咨询。

2. 高度重视样本代表性，在多个环节采取措施保证抽样精度

各调查实施机构从抽样框确定、样本覆盖率、抽样方法选择、样本轮换、汇总加权等多个环节采取了系列措施来降低代表性误差。一是抽样框选取上，欧盟、日本都主张使用官方定期更新的统计名录，美国供应管理协会和各地区联储的调查一般也是通过工业目录或其他反映地区制造业特征的途径选取样本。二是抽样方法上，大多采取按行业和规模分层的抽样方法。在样本分配上，大企业往往进行全数调查，其它层样本分配欧盟通常采用奈曼分配或按规模比例分配，美国则基于各行业对 GDP 的贡献对行业进行样本分配，而日本则通过设定各层目标精度来计算出各层需要的样本数。三是保持样本企业相对稳定的同时，定期进行样本轮换，通过补充新的样本和替换不回答或破产的企业样本来保证代表性。四是日本尤其是欧盟调查机构注重通过加权汇总来纠正样本的结构偏差，通常应用行业增加值对行业分层结果进行加权。

3. 调查内容和方式设计上，尽量使被调查者负担最小化

各国企业景气调查在变量选择和问卷编排上都尽可能的精练、简洁。问题一般都限制为最主要变量，篇幅通常安排在一页或两页，以使被调查者负担在合理范围之内，月度景气调查问卷更是如此。如欧盟多数国家的工业景气调查月度问卷仅包括 7 个问题，季度问卷再额外增加 9 个问题。纽约联储月度制造业调查也仅涉及到对 12 个变量当前和（或）未来 6 个月后情况进行判断。日本的短观调查虽然是季度调查，也很注重减少被调查企业的负担。如 1997 年后，主要企业短观调查项目减少了一半，全部企业短观调查项目与简化后的主要企业调查项目保持一致；2014 年后，停止了部分季度和年度需企业定量回答的指标。在调查方式或数据采集上，各调查机构也特别注重调查对象的舒适感，如收集数据方式多样化，尽量让受访者按自己喜欢的方式接受调查，简化数据收集程序等。欧盟景气协调方案甚至建议定期对调查对象进行调查，了解被调查者喜欢的调查方式，在互联网问卷设计时考虑颜色、字体大小、不同电脑配置对调查效果的影响等。

4. 调查领域逐步扩大，适时拓展到建筑、商业和服务等部门

日本、欧盟与美国的企业景气调查都经历了由制造业逐步扩展到非制造业领域的过程。日本银行的全国企业短观调查在 1974 年刚建立时仅包含制造业，但经过几次扩展，调查对象目前已涵盖多个行业，非制造业样本已超过 60%。从欧盟景气调查协调方案看，调查对象覆盖的领域也先后拓展到建筑业、零售贸易业和服务业等行业，为使调查更具整体代表性，2006 年 4 月起，金融服务业也纳入了调查。金融服务业调查涵盖了欧盟经济活动分类（NACE）下的 J 部分，包括金融中介、保险和养老金融、金融中介附加活动等分支。即使是美国，非制造业调查也逐渐受到重视，在 2008 年以来的这一轮金融危机中，由于房地产及相关部门首先发生衰退，更是备受关注。目前美国供应管理协会的非制造业调查包

括除制造业外的其余 18 个类别共 62 个行业。尽管由于编制时间短，影响力不及制造业调查，但随着美国产业结构进一步演变，其影响力有望达到或超过制造业调查。

5. 高度重视调查数据质量，多个环节采取多种方法加以控制

各调查实施机构对企业调查数据质量均高度重视，采用了多种方法来控制数据质量。一是在问卷设计上较为规范和合理，便于调查对象直接判断，而不用查找复杂的会计、统计记录和企业计划等。这是数据质量最基础也是最重要的保证。二是加强与企业的沟通和协调，提高数据填报的准确性。各调查机构都致力于与企业建立良好的合作关系，确保企业是自愿参与调查。三是充分借助电子信息技术对调查数据进行收集和处理，减轻企业报送成本的同时，有效提高数据质量。四是注重数据收集后续工作，运用逻辑校验和相关数据处理方法从技术角度确保数据质量。如加强数据的交叉复核，对疑问数据及时向企业确认或咨询，密切监测缺失数据对调查结果的影响，用相似样本替代无回答样本，谨慎使用缺失数据的归集方法等。

6. 注重以用户需求为核心，有针对性地发布调查结果

企业景气调查结果存在不同的潜在用户，主要有两大类：一类是要对调查结果进行细致地分析，主要包括研究、分析人员和被调查者等；另一类用户只需要知道一些主要调查结果，比如“决策者”。各国调查实施机构在发布调查结果时，特别注重不同用户的需求特点，有针对性地提供调查报告和服务（参见表 8）。此外，为使企业更好地配合参与调查，提高其继续填写调查问卷的动力，调查机构往往还为他们提供专门的资料和特殊服务。这些资料和服务往往包括详细的、分行业的调查结果及分析，根据景气调查序列或结合定量统计序列进行的行业预测等。

表 8 对不同用户展示的企业景气调查结果

用户	内容特点	报告内容
新闻发布稿	调查主要结果	文字报告/调查的特点
决策者	调查主要结果	文字报告/统计图/调查的特点/调查结果注解
研究分析人员	总体看法 行业特点	文字报告/统计图/统计表/细节数据/调查特点/调查结果注解/有关方法信息
调查对象	总体看法/行业特点/ 企业专门信息	文字报告/统计图/统计表/细节数据/专门表格/调查特点/调查结果注解/有关方法信息

资料来源：据 OECD《Business Tendency Surveys: A Handbook》第 55 页整理。

7. 重视调查数据深度开发和利用，广泛用于经济循环监测与预测

景气调查统计数据序列的特点，决定了其较适合用来监测和预测经济循环。日本、欧盟及美国等都非常重视企业景气调查在经济分析和预测中的应用，并取

得了较好的效果。以法国国家统计局为例，其每年发布 5 次短期经济趋势报告，企业景气调查和季度国民经济核算是其中两个主要分析工具，而企业景气调查又处于支配地位；国民经济季度核算的初始数据也是根据景气调查的平衡差序列推断得到。总结各国企业景气调查在经济循环分析和预测中的应用，主要包括四种分析工具：一是桥式模型，主要用于分析经济定量数据与调查数据之间的线性关系。二是合成综合指标，利用统计学中的主成分法计算多个调查指标的主因子，该主因子对多个调查指标具有很强的解释力。三是计算拐点指标，得到经济处于转折点的概率。四是建立合成指标，形成先行指标、一致指标和滞后指标等。这些分析工具涵盖了数据分析中的单个指标、合成指标、预测模型等各个方面，使得调查数据得到充分挖掘和利用。从国际上几大机构领先指标序列看，企业景气调查序列在欧盟委员会和经合组织的指标体系中大部分被用作领先指标（参见表 9）。

表 9 国际三大机构的领先指标体系

按经济领域划分的指标	指标被用作领先指标的国家数		
	OECD(经合组织)	CIBCR(国际经济循环研究中心)	EC(欧盟委员会)
产量、库存和订货			
工业生产	4		
订货	4	5	
库存	6	7	
建筑、销售和贸易			
建筑许可	9	10	
机动车销售或注册数	5		
劳动力			
失业人数	2	4	
工作时间	2	8	
价格、成本和利润			
单位产出工资	3		
失业率、劳动力价格		9	
价格指数	5	8	
利润、资金流量	2	6	
货币和金融			
消费信贷		7	
外币持有量	2		
存款/信贷	4		
货币供应量	17		
利率	11		

股票价格	12	11	12
企业结构	1	6	
对外贸易			
出口	3		
贸易条件	8		
企业景气 and 消费者调查			
总体经营状况	6		12
生产	12		12
新订单	8		12
订单	10		12
库存	13		12
雇员			12
住户经济状况			12
住户购买			12
国外经济活动指标	4		

资料来源：OECD《Business Tendency Surveys: A Handbook》第 72 页。

（二）日本、欧盟、美国企业景气调查存在的差异

由于国情不同、组织方式的差异等原因，不同国家（地区）的企业景气调查也呈现出不同的特点。且调查统一、标准化也并不意味着完全一致，各调查实施机构可根据实际选择更多的调查变量，更适合的样本容量，以及模型设置和调查方式等。日、欧、美三地企业景气调查的差异主要体现在以下几个方面：

1. 定量调查在各国调查内容中所处地位明显不同

在欧盟景气协调调查框架下开展调查的各调查机构（如德国伊佛经济研究所 IFO、法国国家统计局 INSEE、英国工业联盟 CBI、比利时国民银行 NBB 等），以及美国的供应管理协会及各地区联储开展的企业景气调查都以定性的判断调查为主，而日本企业短观调查尽管在 2014 年后大幅削减了需企业量化回答的问题，但在年度预测等调查项目里仍要求企业对诸如销售、出口、利润和投资等核心指标实际和预测进行量化回答⁵。尽管日本央行的调查涉及问题和变量相对较多，但自 1964 年以来调查问卷回收率都高于欧盟各国和美国，调查可信度也较高，在国内最具影响力和权威性。此外，由于欧洲国家普遍编制金融账户，各中央银行特别重视对大样本非金融企业财务数据的采集工作，部分国家中央银行设立了资产负债表办公室，按年或按季开展对非金融企业的财务调查。

2. 欧盟和日本抽样方案设计得更为精细

⁵ 2014 年前，日本银行定量调查涉及企业生产、销售、库存等方面，有关经济活动财务指标的实际数据和预测（或计划）共达 62 项。

各国调查机构都高度重视样本代表性，但在抽样方法上，欧盟特别是日本设计得更精细。以日本为例，日本短观调查分行业和规模设定了误差率的目标值（参见表 10），其中，6 个目标精度值具有约束力，通过样本企业销售额估计总体企业销售额的误差率需落在目标精度范围以内。各层误差率计算公式为：

误差率=样本标准差的平均数/总体平均数

$$\text{样本标准差的平均数} = \sqrt{\sum_{i=1}^L W_i^2 \cdot \frac{N_i - n_i}{N_i - 1} \cdot \frac{\sigma_i^2}{n_i}}, \quad \text{总体平均数} = \sum_{i=1}^L W_i \bar{Y}_i$$

其中， N_i ：i 类别中总体企业的个数； n_i ：i 类别中样本企业的个数； $\bar{Y}_i$ ：i 类别总体企业销售额的平均数； σ_i^2 ：i 类别总体企业销售额的偏差； W_i ： N_i 与总体企业个数的比率(*)； L ：总体企业所分类别的个数(*)。(*)：在计算各行业或规模的误差率时用“该行业或规模的总体企业”代替“总体企业”。

日本银行每年对调查的统计精度进行检验，当统计精度确实下降时，及时抽取样本增补进调查样本中。

表 10 日本银行短观调查误差率目标值

	大型企业	中型企业	小型企业
制造业	3%	3%	3%
非制造业	5%	5%	5%
各个行业（不具约束力）	大约 10%	大约 10%	大约 10%

资料来源：日本央行网站。

3. 各国调查的样本数量存在较大差异

因各国经济和调查目的的差异，各机构开展企业调查时选取的样本数量差异较大。在美国，不管是美国供应管理协会的全美采购经理调查还是地区联储的制造业（或非制造业）调查，目的主要是监测全国（地区）制造业（非制造业）景气度变化，主要针对主要行业的大型企业，调查设置特别简单，样本数量也就相对较少。美国供应管理协会的制造业和非制造业调查样本数量分别约 400 和 370 个，各地区联储调查的样本也都不超过 300 个。而与之相比，日本和欧盟各国的企业调查样本则多出许多。欧盟范围内约 12.5 万家企业每月接受调查，样本分布基本与各国人口数成正比。为得到一个可接受的估计精度，每个细类的样本量通常达到 30 个。在日本，由于每层（产业、规模等）抽取的样本数量是根据各层次设定的目标精度计算得出，样本量就更大，2010 年 3 月，日本企业短观调查的样本数量为 11528 家，其中中小企业 9096 家。

4. 利用样本数据进行推算时，是否进行加权处理存在差异

对样本数据进行加权是为了调整样本的代表性，即修正样本覆盖不全或超范围覆盖问题。欧美诸国对企业景气调查各问题的回答往往进行加权计算，而日本的短观调查则未进行加权计算，即无论企业规模大小，其回答均视为一个企业的判断。其理由主要在于：一是与各国调查形式密切相关。日本定量调查项目较多，

而欧美对企业生产、销售额等本适合进行定量分析的项目，也侧重使用“增加”或“减少”等定性调查，如不按企业规模加权计算，可能会导致对整体景气动向判断失误。二是在调查企业状况变化时，将一家企业的回答仅仅看作是一个经营者的判断，其调查结果或将更接近实际情况。需要说明的是，尽管对个体回答进行加权是积极亦或消极存在较大争议，但应用适当权重（增加值比重）对行业层面和国家层面的结果进行加权是没有任何问题的。此外，如果是 PPS 抽样，因其在抽选过程中考虑了企业规模因素，汇总时往往不再加权。

5. 欧盟和日本企业调查项目相对较多，且频度不同

美国供应管理协会和地区联储的企业调查项目单一，主要由制造业和非制造业的月度定性调查构成。而日本特别是欧盟各国的企业调查项目相对较多，是一个具有不同调查频度，涉及国民经济大多数行业的调查体系。以在欧盟景气协调调查框架下开展调查的法国国家统计局为例，目前实施的企业景气调查制度有 15 项，涉及工业、批发和零售贸易业、服务业、建筑业、建材业、公用事业、房地产业等多个行业，调查频度有月度、双月、季度、半年和年度。日本的短观调查也包括判断、季度数据、年度预测、新生招聘数量调查等四大项，调查频度有季度、半年度和年度。

6. 日本和欧盟较重视对调查各环节的数据保密工作

由于定量调查项目较多，日本注重从制度层面完善对企业调查数据的保密工作。如《日本统计法》第 14 条、第 15 条第 2 款和第 3 款分别做了如下规定：应为被调查企业决策人士提供的信息保密，通过调查表取得的企业个体数据不得用于统计以外的任何用途，注意保管好调查问卷和其他材料。而实施英国企业景气调查的英国工业联盟（CBI）则规定调查的所有环节及相关要素都属于涉密性质。为有效完善企业调查的保密性，英国工业联盟（CBI）与所有的被调查对象签署了保密协议，内容包括英国工业联盟（CBI）对所有调查问卷、数据计算和分析进行匿名处理，如果调查样本量太少易造成单家企业信息泄露，则终止此次数据发布等。

四、对人民银行 5000 户企业调查工作的启示及借鉴

（一）完善信息披露制度，不断提高调查的权威性和影响力

应借鉴欧盟、美国和日本的经验，完善已有调查结果发布制度，按照预定时间表进行披露，尽可能扩大调查数据和报告公开的范围和深度，加强对各调查数据及其编制方法的解释宣传，并注意听取数据用户的意见和建议，不断提高调查的透明度、公信力和权威性。

（二）改进抽样方法，进一步提高样本代表性

分层抽样能较好地平衡提高抽样精确度和信息采集负担最小化这两个目标。今后应逐步将分层抽样方法应用到景气调查样本的调整中，加强对样本企业分布与总体企业样本分布的统计检验，当统计精度下降时，及时进行动态调整，进一

步提高样本代表性。

（三）样本适时拓展到建筑、零售、商业、服务等非工业部门

应根据经济发展阶段的需求，适时将景气调查从工业领域扩展到建筑、批发零售、服务业等国民经济其他领域，使企业景气调查涵盖面更广，更准确地反映经济运行态势。此外，随着金融服务业在经济中地位的提高，应在已开展的银行家问卷调查基础上，逐步将保险、证券和其他金融中介纳入景气调查。

（四）对问卷调查内容进行适度调整和更新

调查问卷调整既要考虑历史数据能够延伸利用，同时也应设立一些在内涵和外延上与国际通行，在经济分析预测中有迫切需求的指标。因此，对问卷的修订主要应是归类梳理、化繁为简、增强问题之间的逻辑结构和因果链结构，剔除部分“过时”、“过细”问题。对一些核心变量应予以保留或尽量不做大的变动。新增一些更贴近社会经济发展情况的问题，如就业人员、产能利用情况等。

（五）加强调查数据在经济循环分析和预测中的应用

理论和实践表明，景气调查序列特别适合用来监测和预测经济循环。下一步，可借鉴欧盟、日本、美国经验，建立完善基于人民银行 5000 户企业景气调查的经济波动循环指标体系，努力发挥景气调查对实际经济运行应有的跟踪和预测价值。利用桥式模型、主成分分析方法等加大对景气调查指数与主要经济指标相关性的分析力度。根据跟踪和预测效果不断完善现有景气合成指数的编制方法。加大对利用循环指标体系、构建各类概率模型对经济周期波动转折点加以预测的研究力度等。

（六）加大对企业的信息反馈和个性化服务力度

应进一步创新工作机制，深入了解调查对象个性化需求。一方面基于人民银行各项职能，整合系统资源，在相关业务与宏观政策等信息咨询方面及时为企业答疑解惑，进一步提高配合度。另一方面可借鉴欧盟和日本做法，基于调查结果为企业提供更专门的资料和服务。如详细的、分行业的调查结果及分析，据景气调查序列或结合定量统计序列进行的行业预测等。

参考文献

- [1] 陈雷, 2001, 《企业景气调查方法概述》, 《统计研究》第 5 期 12-16 页。
- [2] OECD, 2003, “Business Tendency Surveys: A Handbook,” Paris: Renonf Publishing Company Limited.
- [3] European Commission, 2007, “A User Manual to the Joint Harmonized EU Programme of Business and Consumer Surveys,” http://ec.europa.eu/economy-finance/db_indicators/surveys/documents/userguide_en.pdf.
- [4] European Commission, 2006, “European Economy,” http://ec.europa.eu/economy-finance/publications/publication7568_en.pdf.
- [5] Bank of Japan, 2004, “Sample Design and Sample Maintenance of TANKAN,” http://www.boj.or.jp/en/statistics/outline/notice_2004/nttk14.html.
- [6] Bank of Japan, 2011, “Explanation of the Short-Term Economic Survey of Enterprises in Japan (Tankan),” <http://www.boj.or.jp/en/statistics/outline/exp/tk/extk.htm>.
- [7] Kenichiro T., 2005, “Why is the Response Rate of the TANKAN High,” <http://www.oecd.org/dataoecd/54/8/35564041.pdf>.
- [8] Bianca M. M., 2005, “Relationship between Response Rates and Data Collection Methods,” <http://www.oecd.org/dataoecd/55/40/35558806.pdf>.
- [9] Marco M., 2005, “Efficient Sample Design and Weighting Methodologies,” <http://www.oecd.org/dataoecd/56/16/35634012.pdf>.

《工作论文》目录

序号	标题	作者
2014 年第 1 号	政策利率传导机制的理论模型	马骏、王红林
2014 年第 2 号	中国的结构性通货膨胀研究——基于 CPI 与 PPI 的相对变化	伍戈、曹红钢
2014 年第 3 号	人民币均衡实际有效汇率与汇率失衡的测度	王彬
2014 年第 4 号	系统重要性金融机构监管国际改革：路径探微及启示	钟震
2014 年第 5 号	我国包容性金融统计指标体系研究	曾省晖、吴霞、李伟、廖燕平、刘茜
2014 年第 6 号	我国全要素生产率对经济增长的贡献	吴国培、王伟斌、张习宁
2014 年第 7 号	绿色金融政策及在中国的应用	马骏、施娱、姚斌
2014 年第 8 号	离岸市场发展对本国货币政策的影响：文献综述	伍戈、杨凝
2014 年第 9 号	特征价格法编制我国新建住宅价格指数的应用研究	王毅、翟春
2014 年第 10 号	2015 年中国宏观经济预测	马骏、刘斌、贾彦东、洪浩、李建强、姚斌、张翔
2015 年第 1 号	核心通货膨胀测度与应用	王毅、石春华、叶欢
2015 年第 2 号	中国普惠金融发展进程及实证研究	焦瑾璞、黄亭亭、汪天都、张韶华、王瑱
2015 年第 3 号	移动货币：非洲案例及启示	温信祥、叶晓璐
2015 年第 4 号	我国理财产品收益率曲线构建及实证研究	吴国培、王德惠、付志祥、梁垂芳
2015 年第 5 号	对中国基础通货膨胀指标的研究	Marlene Amstad、叶欢、马国南
2015 年第 6 号	结构时间序列模型的预测原理及应用研究	朱苏荣、郇志坚
2015 年第 7 号	构建中国绿色金融体系	绿色金融工作小组
2015 年第 8 号	关于国际金融基准改革的政策讨论	雷曜
2015 年第 9 号	2015 年中国宏观经济预测(年中更新)	马骏、刘斌、贾彦东、李建强、洪浩、熊鹭
2015 年第 10 号	城投债发行定价、预算约束与利率市场化	杨娉
2015 年第 11 号	利率传导机制的动态研究	马骏、施康、王红林、王立升
2015 年第 12 号	利率走廊、利率稳定性和调控成本	牛慕鸿、张黎娜、张翔、

		宋雪涛、马骏
2015 年第 13 号	对当前工业企业产能过剩情况的调查 研究——基于江苏省 696 户工业企业的实证分析	王海慧、孙小光
2015 年第 14 号	“营改增”对中小微企业税负影响的 实证研究——来自浙江省湖州市抽样 调查的分析	吴明
2015 年第 15 号	2016 年中国宏观经济预测	马骏、刘斌、贾彦东、李建强、陈辉、熊鹭
2016 年第 1 号	收益率曲线在货币政策传导中的作用	马骏、洪浩、贾彦东、张施杭胤、李宏瑾、安国俊
2016 年第 2 号	PPP 模式推广困难原因探析及对策建议	崔晓芙、崔凯、徐红芬、李金良、王燕、崔二涛
2016 年第 3 号	企业景气调查制度的国际比较研究	张萍、潘明霞、计茜、牛立华、范奇