



2002

中国营商环境指数 • 问卷调查报告 暨 2003 年展望

主办机构	国中道经济研究		联合主办	经济观察报	搜狐
媒体伙伴	中国经营报	新经济	中国经济信息	招商周刊	中国经贸
	经理人	环球财经	今日财富	21 世纪人才报	
网络伙伴	搜狐.net	21CN.com	智囊财经报道	3721	人民网
资料查询	index.DAOchina.com		Research.DAOchina.com		



深圳市国中道经济研究有限责任公司

DAOchina.com Knowledge Corporation

中华人民共和国 518003 深圳市
东门北路 1006 号怡泰中心 C 座 18 楼
Research.DAOchina.com

电话: 86-755-2519 1291
传真: 86-755-2519 1292
Info @ DAOchina.com

我们的理想

构建中国经济及商务的
研究和智囊网络

Our Vision

To establish a research and intelligence network
with focus on the economy and businesses in China

我们的使命

协助我们的用户及合作伙伴
实现理想

Our Mission

To assist our clients and partners to succeed
with our supports of knowledge and solutions

我们的理念

以坦诚待人, 以严谨处事;
以知识敬业, 以创意取胜。

Our Principles

Honest, Straight-forward, Due care
Knowledge, Creative

在中国投资及营商的 **实证性** 参考资料

助您把握中国的投资环境、营商环境、竞争环境 **!**

主办机构



赞助机构



联合主办



媒体伙伴



网络伙伴



前言

进入 WTO, 对中国企业一方面意味着将面临新的机遇, 而更多的是严酷的竞争和挑战。伴随着政府职能的转变, 企业将真正成为中国市场经济的主角, 而企业的经营管理阶层将更多地拥有对社会经济的话语权, 因为正是你们实践着社会财富的保值和增值, 并最真切地感受着经济的起伏和波动; 同时也正是你们最需要与其他人分享和交流对中国营商环境的体验, 以辅助企业的投资及经营决策。

中国营商环境指数直接以企业为调查及服务的对象, 并量化企业经营管理阶层的体验, 以形成反映宏观经济和行业经济发展趋势的前瞻性指数。作为与政府统计数据来源不同的实证性指标体系, 中国营商环境指数将为企业的投资及经营决策提供前瞻性的宏观经济和行业经济的实证数据支持。

在此, 我们感谢参与本次问卷调查的机构及个人、联合主办调查的经济观察报和搜狐、媒体伙伴、网络伙伴以及 DAOchina.com 项目小组全体成员的积极支持, 令到我们按照预定的计划完成了问卷发布、回收以及报告撰写工作。作为专业的研究及顾问机构, 我们通过实证性调查和体系化研究形成调查报告, 希望可以为企业的投资及经营决策提供有关中国整体营商环境的参考资料。此外, 如果企业需要了解及掌握特定行业或特定地区的营商环境状况、商业竞争情报, 我们可以在本次调查的更细化数据的基础上, 协助企业进行专题调查研究和分析, 并提供专业而独立的研究服务和咨询服务。

在设计调查问卷和编写调查报告的过程中, 我们参考及借鉴了众多的相关资料, 并获得了外部智慧资源的支持。在调查报告中, 经核实的资料来源已在辅助资料中做出了标注或特别说明; 然而由于辅助资料的数量较多、类型复杂而且有部分经过再加工, 因此未必能完全核实并标注, 就此我们均表示衷心感谢。

何德勇 知识总监
DAOchina.com Knowledge Corporation

二零零三年二月二十八日 谨呈

项目小组

策划组织: 何德勇
实施支持: 刘志凌、朱素贞
钟铃、何秀丹等
技术支持: 张伟、钟玲
平面设计: 易际辉、何德勇
联系我们: 86-755-2519 1322
index.DAOchina.com Info@DAOchina.com

目录

页码

指数体系、指标要素、辅助资料说明	1
第一部分 2002 年度调查与 DAOchina	5
一、 中国营商环境指数 — 2002 年度问卷调查	5
二、 DAOchina.com Knowledge Corporation	9
三、 中国营商环境指数 — 2003 年度问卷调查	9
第二部分 调查报告概要	10
一、 经济及产业指数	10
二、 基础设施及社会指数	13
三、 商业运作环境指数	14
四、 企业营商状况指数	15
五、 行业营商环境指数	17
六、 地区营商环境指数	18
第三部分 经济及产业指数	19
第一节 2002 年度经济和产业的景气情况及 2003 年度展望	22
一、 中国经济的发展：总体分析	24
二、 中国经济的发展：不同行业对中国经济景气的评价	25
三、 中国经济的发展：不同经济类型企业对中国经济景气的评价	27
四、 所在行业的发展	28
五、 所在行业的上游行业和下游行业的发展	29
第二节 2002 年度社会生产和消费及 2003 年度展望	30
一、 企业客户的购买意欲和个人消费者的消费意欲	32
二、 所在行业的生产及经营规模	34
三、 物价水平	38
第三节 发展最好的产业	39
一、 被评价为发展最好的第一位的产业：2002 年度评价	40
二、 被评价为发展最好的前三位的产业：2002 年度评价	40
三、 被评价为发展最好的第一位的产业：未来三年展望	41
四、 被评价为发展最好的前三位的产业：未来三年展望	41
五、 产业背景资料：无线通讯	42
六、 产业背景资料：房地产开发	44
七、 产业背景资料：互联网及数据服务	46
八、 产业背景资料：综合物流服务	48
第四部分 基础设施及社会指数	49
第一节 交通运输及物流	51
一、 航空	54
二、 铁路	56
三、 公路	58
四、 内河	60
五、 远洋	61
六、 综合物流	63

目录

	页码
第二节 通讯及传媒服务	64
一、 有线通讯	66
二、 无线通讯	67
三、 互联网及数据服务	68
四、 公共邮政及速递	69
五、 电视新闻及资讯服务	70
六、 报刊、杂志等纸质媒体	72
第三节 能源及水电的供应及价格	75
一、 石油及衍生能源	78
二、 天然气及煤气等	79
三、 煤炭	81
四、 电力	82
五、 其他能源	83
六、 供水及供热	84
第四节 科学技术及知识产权	86
一、 尊重知识和科技的意识	87
二、 社会的求知和创新意识	88
三、 政府的科技政策及资助	88
四、 开展研究及开发的条件	89
五、 吸引科技人员的能力	89
六、 科技产业化的条件和环境	90
七、 知识产权的申请和保护	90
八、 背景资料	91
第五节 人力资源	96
一、 一般劳动力的供应量	97
二、 高素质人员的供应量	98
三、 人力资源的整体质量	98
四、 人员的技术创新能力	99
五、 人员的经营管理能力	99
六、 人员的工资及其他薪酬水平	100
七、 人力资源的流动	100
八、 吸引国外人才的环境和条件	101
九、 背景资料	102
第六节 社会环境	103
一、 社会文化及价值观	104
二、 社会教育及培训	105
三、 健康及医疗	105
四、 环境保护及治理	106
五、 社会公益事业	106
六、 个人信用水平	107
七、 企业信用水平	107
八、 对外来人口的接纳程度	108
九、 背景资料	109

目录

页码

第五部分	商业运作环境指数	114
第一节	政府行政	117
一、	政府行政的透明度	118
二、	公务员队伍的素质	119
三、	行政体制的运作效率	119
四、	行政服务的服务态度	120
五、	行政体制的廉洁度	120
六、	政策的连续性及效果	121
七、	特定行业的准入限制	121
八、	企业设立的审批	122
九、	社会福利及保障	122
十、	社会公正及治安	123
十一、	防灾救灾	123
十二、	背景资料	124
第二节	法律法规	127
一、	法律法规的类别完备	128
二、	法律法规的条款完善	129
三、	法律法规的宣传普及	129
四、	法律法规的执行效果	130
五、	执法过程的态度	130
六、	反不正当竞争的法律	131
七、	金融市场监管法规	131
八、	国际贸易和商务法规	132
九、	涉及外资企业的法律	132
第三节	财政税收	133
一、	财政政策的调控效果	134
二、	财税法规的类别完备	135
三、	财税法规的条款完善	135
四、	所得税、增值税、营业税、消费税、土地增值税、资源税	136
五、	背景资料	137
第四节	商会及行业协会	138
一、	商会的基本服务	139
二、	商会的增值咨询服务	139
三、	商会对企业业务的促进	139
四、	协会的基本服务	139
五、	协会的增值咨询服务	140
六、	协会对企业业务的促进	140
第五节	金融服务及资本市场	141
一、	资金结算	143
二、	金融机构贷款	143
三、	证券市场融资	146
四、	非上市股权融资	147
五、	租赁及典当	147

目录

	页码
六、 投资银行及融资顾问.....	148
七、 融资担保.....	148
八、 证券市场投资.....	149
九、 直接投资.....	150
十、 投资管理及投资顾问.....	151
十一、 保险服务.....	152
十二、 外汇交易.....	153
十三、 商品期货交易.....	153
十四、 利率.....	154
第六节 进出口贸易.....	155
一、 进出口法规及执行.....	156
二、 外汇管理法规及执行.....	157
三、 货物、服务及技术进口.....	157
四、 货物、服务及技术出口.....	158
五、 转口贸易.....	158
六、 易货贸易.....	159
七、 加工及装配.....	159
八、 进出口信贷及担保.....	160
九、 进出口保险.....	160
十、 进口关税、出口关税、出口退税、人民币汇率.....	161
第七节 商业服务机构.....	163
一、 财务、税务及评估公证.....	165
二、 工商、商标及专利.....	165
三、 律师及法律顾问服务.....	166
四、 企业经营及管理顾问.....	166
五、 公关、会议及展览.....	167
六、 环保服务.....	167
七、 广告、设计及印刷包装.....	168
八、 软件、信息及商务顾问.....	168
九、 资产及产权交易或处置.....	169
第八节 营商成本及费用.....	170
第六部分 企业营商状况.....	172
第一节 2002 年度企业总体评价及 2003 年度展望.....	175
一、 所在行业的生产及经营规模.....	178
二、 市场规模.....	179
三、 企业业务规模.....	179
四、 企业人员规模.....	180
五、 经营及管理水平.....	181
六、 竞争环境及市场机会.....	181
七、 企业整体发展.....	182
第二节 2002 年度业务经营评价及 2003 年度展望.....	183
第三节 2002 年度投资评价及 2003 年度展望.....	187

目录

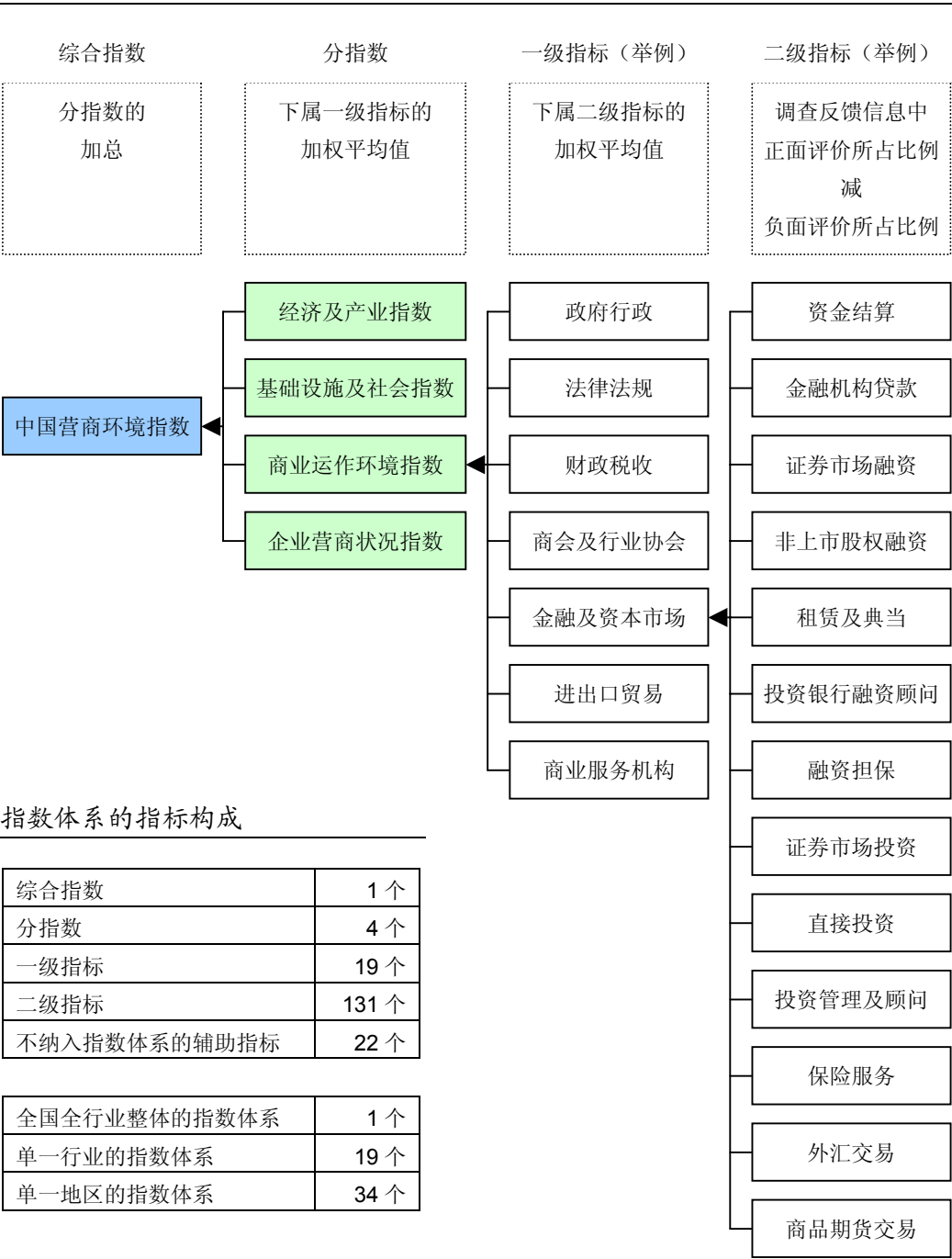
	页码
第四节 投资倾向	189
一、 被评价为最愿意投资的第一位的产业	190
二、 被评价为最愿意投资的前三位的产业	190
三、 被评价为最愿意投资的第一位的城市	191
四、 被评价为最愿意投资的前三位的城市	191
五、 背景资料	192

指数体系、指标要素、辅助资料说明

在本次调查中，我们规划及设计了一个综合反映中国营商环境状况的指标体系，构成中国营商环境指数的四个分指数为：经济及产业指数、基础设施及社会指数、商业运作环境指数、企业营商状况指数。

我们将中国营商环境指数的指数体系和指标要素汇总如下(含 2002 年度指标值)，希望可以帮助到您阅读调查报告，以及更好地进行数据分析和评估。

指数体系的结构图示



指数体系的指标构成

综合指数	1 个
分指数	4 个
一级指标	19 个
二级指标	131 个
不纳入指数体系的辅助指标	22 个

全国全行业整体的指数体系	1 个
单一行业的指数体系	19 个
单一地区的指数体系	34 个

指数体系的含义说明

指数 / 指标	指标含义	2002 指标值
中国营商环境指数	指标体系的综合指数，即四个分指数的合计	+ 36.13
经济及产业指数	反映景气情况、企业和个人消费者的购买欲	+ 30.11
基础设施及社会指数	反映对基础设施和社会环境的整体满意度	- 5.92
商业运作环境指数	反映对商业运作环境的整体满意度	- 10.49
企业营商状况指数	反映企业就自身营商状况的评价（质、量）	+ 22.43
经济及产业指数	2 个一级指标、6 个二级指标	+ 30.11
经济和产业的景气情况	整体经济环境和相关行业的景气情况	+ 37.02
中国经济的发展	对中国整体经济发展状况的评价（好、差）	+ 59.31
所在行业的发展	对本企业所在行业发展状况的评价（好、差）	+ 33.91
所在行业的上游行业发展	对本企业上游行业发展状况的评价（好、差）	+ 41.80
所在行业的下游行业发展	对本企业下游行业发展状况的评价（好、差）	+ 13.07
社会生产和消费	企业购买意欲和个人消费者的消费意欲	+ 16.28
企业客户的购买意欲	对企业客户购买意欲的评价（强、弱）	+ 19.98
个人消费者的消费意欲	对个人消费者消费意欲的评价（强、弱）	+ 12.58
相关指标（企业营商状况指数中）		
所在行业的生产及经营规模	对所在行业经营规模的评价（扩大、收缩）	+ 46.61
辅助指标		
物价水平	对社会整体物价水平的评价（高、低、合适）	+ 9.00
基础设施及社会指数	6 个一级指标、41 个二级指标	- 5.92
交通运输及物流	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	+ 8.01
通讯及传媒服务	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	+ 32.90
能源及水电的供应及价格	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	+ 16.34
科学技术及知识产权	对营商环境要素的满意度评价 - 7 个指标	- 22.49
人力资源	对营商环境要素的满意度评价 - 8 个指标	- 22.41
社会环境	对营商环境要素的满意度评价 - 8 个指标	- 31.17

指数体系的含义说明

指数 / 指标	指标含义	2002 指标值
商业运作环境指数	7 个一级指标、60 个二级指标	- 10.49
政府行政	对营商环境要素的满意度评价 - 11 个指标	- 36.54
法律法规	对营商环境要素的满意度评价 - 9 个指标	- 26.89
财政税收	对营商环境要素的满意度评价 - 3 个指标	+ 1.77
商会及行业协会	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	- 14.45
金融服务及资本市场	对营商环境要素的满意度评价 - 13 个指标	- 9.40
进出口贸易	对营商环境要素的满意度评价 - 9 个指标	+ 14.19
商业服务机构	对营商环境要素的满意度评价 - 9 个指标	+ 10.04
辅助指标		
国内税率	对营商环境要素的评价（高、低）- 7 个指标	不适用
利率	对营商环境要素的评价（高、低）- 1 个指标	不适用
进出口税率	对营商环境要素的评价（高、低）- 3 个指标	不适用
人民币汇价	对营商环境要素的评价（高、低）- 1 个指标	不适用
营商成本及费用	对营商环境要素的评价（高、低）- 9 个指标	不适用
企业营商状况指数	4 个一级指标、24 个二级指标	+ 22.43
企业总体评价 - 数量化	从数量的角度评价企业的总体营商状况	+ 30.18
所在行业的生产及经营规模	对所在行业经营规模的评价（扩大、收缩）	+ 46.61
市场规模	对本企业潜在市场规模的评价（扩大、收缩）	+ 34.03
企业业务规模	对本企业业务规模的评价（扩大、收缩）	+ 30.70
企业人员规模	对本企业人员规模的评价（扩大、收缩）	+ 9.37
企业总体评价 - 质量化	从质量的角度评价企业的总体营商状况	+ 20.14
经营及管理水平	对本企业经营管理水平的评价（改善、恶化）	+ 32.31
竞争环境及市场机会	对竞争环境及市场机会的评价（改善、恶化）	+ 0.99
企业整体发展	对本企业整体发展的评价（改善、恶化）	+ 27.13
业务经营评价	评价企业的经营收支和损益情况 - 13 个指标	+ 23.19
投资评价	对企业投资的评价（扩大、收缩）- 4 个指标	+ 13.93

辅助资料及来源说明

在《中国营商环境指数 • 2002 年度调查报告》中，我们在分析有关的指标要素时引用了一些外界的数据资料，而最主要的资料来源是 2002 年度和 2001 年度的《中国统计年鉴》。

由于援引自 2002 年度和 2001 年度《中国统计年鉴》的资料众多，我们在以下的报告中并未一一做出标注，而仅在此处特别说明：除单独标注来源的辅助性背景资料外，其他在“背景资料”中引用的数据等资料均源自 2002 年度和 2001 年度《中国统计年鉴》中的数据。

对于其他经核实来源的外界资料，其来源已在辅助资料中做出了标注。然而由于辅助资料的数量较多、类型复杂而且有部分经过再加工，因此未必能完全核实并标注，就此我们均表示衷心感谢。

第一部分 2002 年度调查与 DAOchina

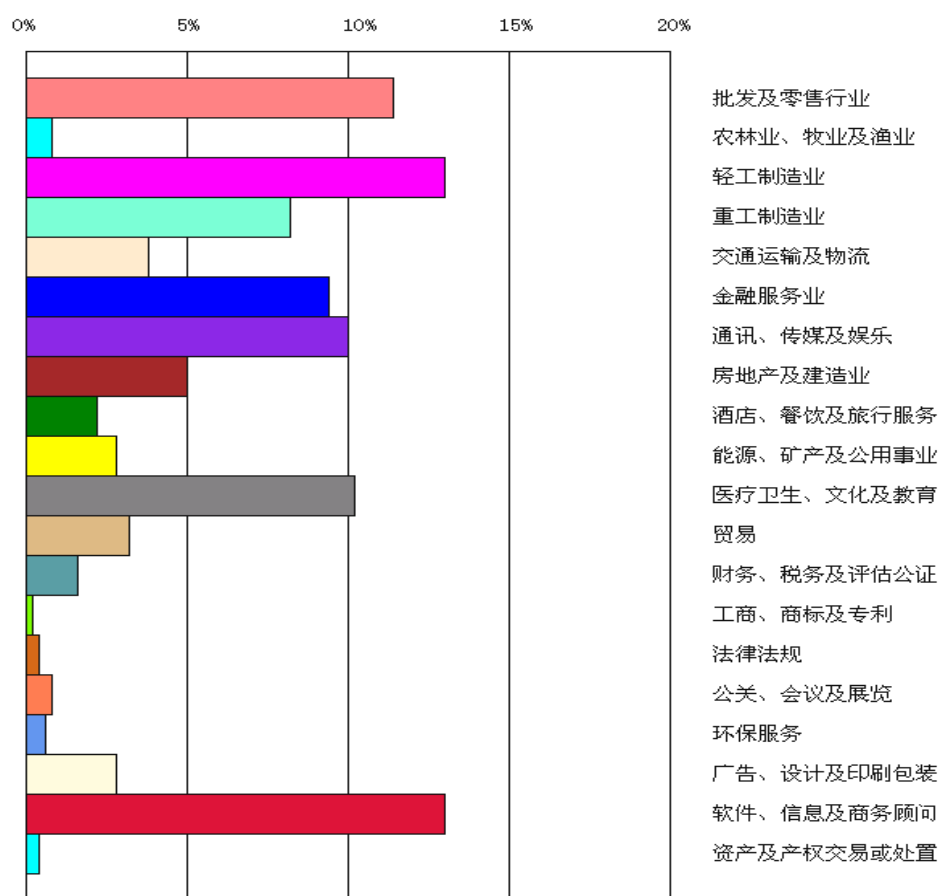
一、 中国营商环境指数 • 2002 年度问卷调查

主办机构:	深圳市国中道经济研究有限责任公司 DAOchina.com Knowledge Corporation
赞助机构:	兴中堂机构
联合主办机构:	《经济观察报》、搜狐 – SOHU.com
媒体伙伴 – 杂志:	《经理人》、《新经济》、《中国经济信息》、《招商周刊》 《中国经贸》、《环球财经》、《今日财富》
媒体伙伴 – 报纸:	《中国经营报》、《21 世纪人才报》
网络伙伴:	搜狐 – SOHU.net、21CN.com、《智囊财经报道》、 3721、人民网（人民日报社）
资料查询:	index.DAOchina.com 及 Research.DAOchina.com

调查背景:	企业将真正成为中国市场经济的主角，企业的经营管理阶层将更多地拥有对社会经济的话语权，因为正是他们实践着社会财富的保值和增值，并最真切地感受着经济的起伏和波动；同时也正是他们最需要与其他人分享和交流对中国营商环境的体验。
调查目的:	取得研究数据以量化地反映企业经营管理阶层对中国营商环境和企业经营状况的体验； 建立权威的反映中国宏观经济和行业经济发展趋势的前瞻性指标体系； 辅助和支持企业的投资及经营决策。
调查时间:	2002 年 9 月至 12 月 – 问卷发布及回收 2002 年 12 月至 2003 年 2 月 – 统计分析 & 报告撰写
调查方式:	邮寄调查问卷（10000 余份）至大中型企业 and 专业机构 平面媒体、调查网站（index.DAOchina.com）
调查问卷:	内容 – 4 个部分，197 项问题，问卷内容 7 页 印刷 – A4 幅面，封面封底彩色铜板纸，共 12 页
回函数量:	回函 1334 份（有效回函 811 份）

回函企业及个人情况：按行业划分

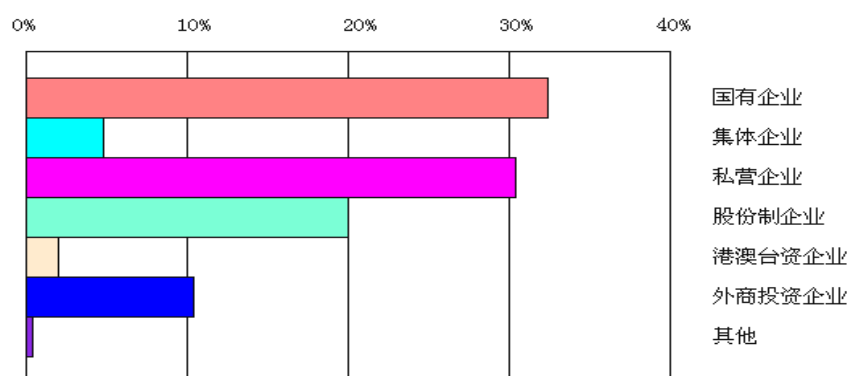
图 1-0-1-1



资料来源：DAOchina.com

回函企业及个人情况：按企业性质划分

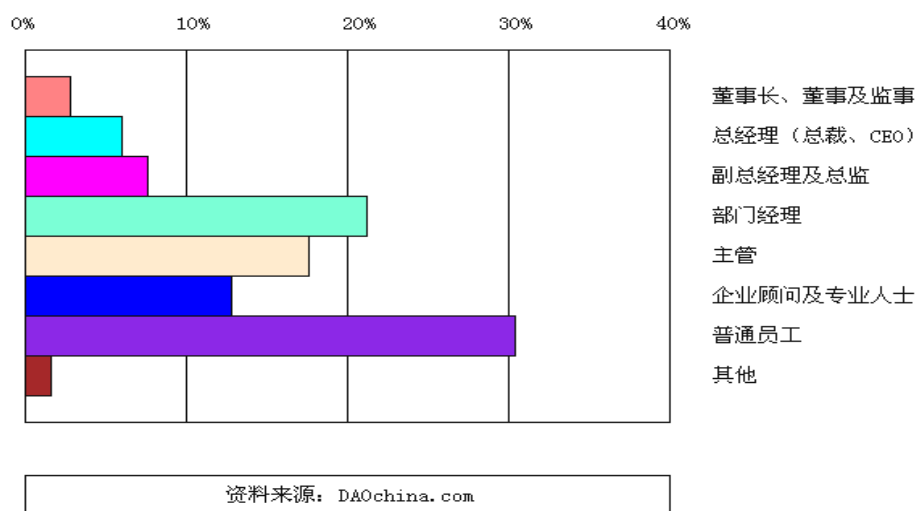
图 1-0-1-2



资料来源：DAOchina.com

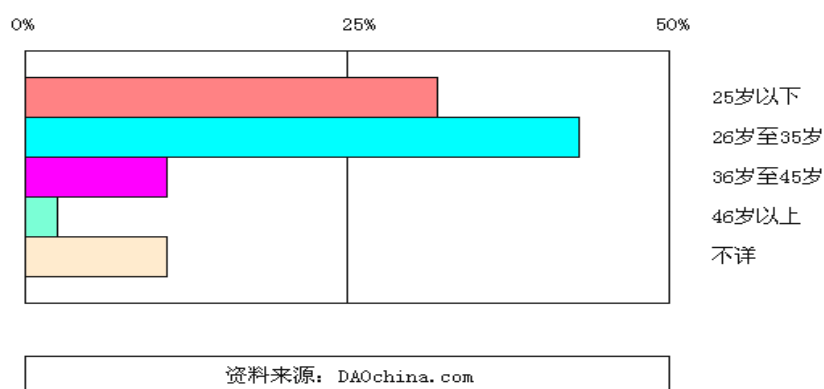
回函企业及个人情况：按回函者的企业职位划分

图 1-0-1-3



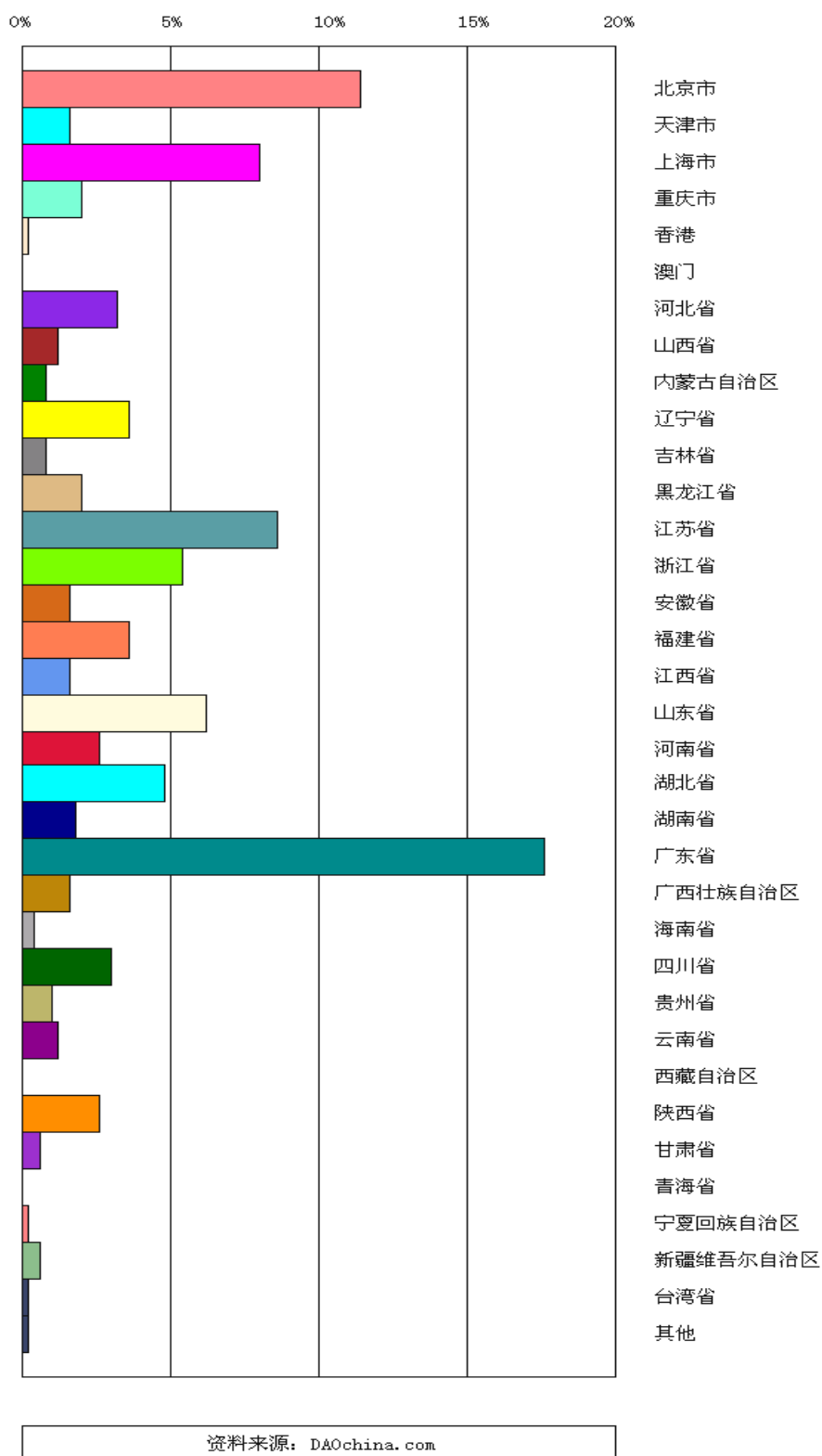
回函企业及个人情况：按回函者的年龄划分

图 1-0-1-4



回函企业及个人情况：按地区（省、市、自治区）划分

图 1-0-1-5



二、 DAOchina.com Knowledge Corporation

深圳市国中道经济研究有限责任公司，是从事经济及商务调研和企业顾问服务的专业机构。结合长期汇聚资源建立的网上专业知识平台 – www.DAOchina.com，我们的专业顾问人员为企业提供以下的专业服务：

■ 经济专题研究 (Research.DAOchina.com)

根据企业的具体需要，DAOchina 协助进行有关中国宏观经济及行业经济的专题资料搜集、整理和分析，并提供专题研究分析报告（含经营风险分析和管理建议报告）以辅助企业的经营决策。同时，DAOchina 亦协助搜集有关国际经济的专题资料。

■ 专项商务调查 (Research.DAOchina.com)

结合企业的实际业务需要，DAOchina 帮助搜集特定市场、相关机构及具体事项的背景资料和统计信息等，并提供专项调查分析报告（含经营风险分析和管理建议报告）以辅助企业商务计划和商务活动。

■ 基于互联网的商业知识平台自助服务 (www.DAOchina.com)

中国商业知识库、商业咨询及顾问服务的交易平台、个性化知识管理平台

三、 中国营商环境指数 • 2003 年度问卷调查

DAOchina 将在 2003 年 9 月至 2004 年 3 月主办 2003 年度的中国营商环境指数问卷调查，并欢迎平面媒体、网络机构及其他机构作为合作伙伴或赞助机构参与。

联系方式

电话：86-755-2519 1322, 2519 1291

传真：86-755-2519 1292

Info@DAOchina.com

第二部分 调查报告概要

指数 / 指标	指标含义	2002 指标值
中国营商环境指数	指标体系的综合指数，即四个分指数的合计	+ 36.13
经济及产业指数	反映景气情况、企业和个人消费者的购买欲	+ 30.11
基础设施及社会指数	反映对基础设施和社会环境的整体满意度	- 5.92
商业运作环境指数	反映对商业运作环境的整体满意度	- 10.49
企业营商状况指数	反映企业就自身营商状况的评价（质、量）	+ 22.43

2002 年度问卷调查的结果显示，中国营商环境指数的指标值为+36.13，而其四个分指数的 2002 年度指标值则是泾渭分明：经济及产业指数和企业营商状况指数为正值，而基础设施及社会指数和商业运作环境指数为负值。

调查结果从整体上反映出，回函企业及个人对整体经济发展、企业个体营商状况均积极看好，但对中国的基础设施及社会环境、商业运作环境的整体满意度较低。这一方面说明中国营商环境中的客观要素尚不如人意，同时表明企业对中国整体经济发展充满信心，并在低满意度的客观要素环境中创造了理想的企业经营成果。

一、经济及产业指数

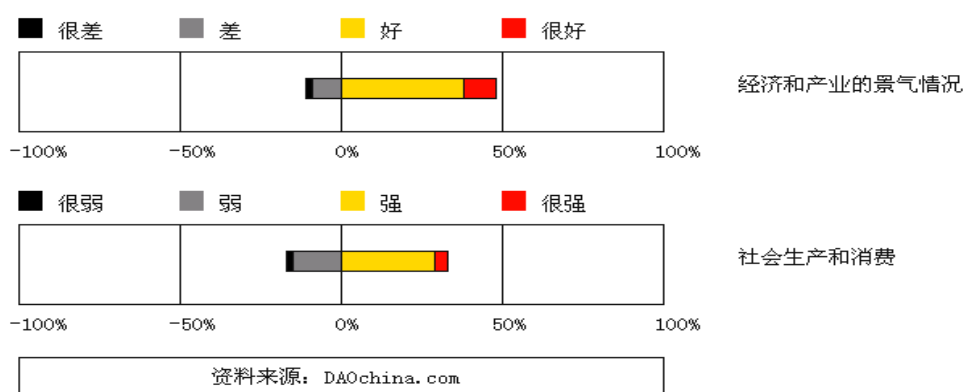
指数 / 指标	指标含义	2002 指标值
经济及产业指数	2 个一级指标、6 个二级指标	+ 30.11
经济和产业的景气情况	整体经济环境和相关行业的景气情况	+ 37.02
社会生产和消费	企业购买意欲和个人消费者的消费意欲	+ 16.28
相关指标（企业营商状况指数中）		
所在行业的整体生产规模	对所在行业生产规模的评价（扩大、收缩）	+ 46.61
辅助指标		
物价水平	对社会整体物价水平的评价（高、低、合适）	+ 9.00

数据反映出看好 2002 年度经济及产业的回函比例较看淡的高出约 30 个百分点，而对 2003 年度展望的经济及产业指数值更高达+47.53，其中经济及产业的景气情况指标为+53.33（比 2002 年度高出约 16 个百分点）、社会生产和消费指标为+35.94（比 2002 年度高出约 20 个百分点），显示出回函企业及个人对中国 2002 年度的经济运行状况评价很高，而对 2003 年更是信心十足。

在整体乐观的心理期望下,可以预期机构及个人在 2003 年度的投资和消费驱动都会有所增强,并将对中国经济的增长带来正面的推动力。然而,在社会生产规模持续扩张的情况下,如果无法有效地提升出口、保持政府消费及投资,将需要进一步刺激机构及个人的投资及消费,否则将可能导致严重供过于求的危险局面。

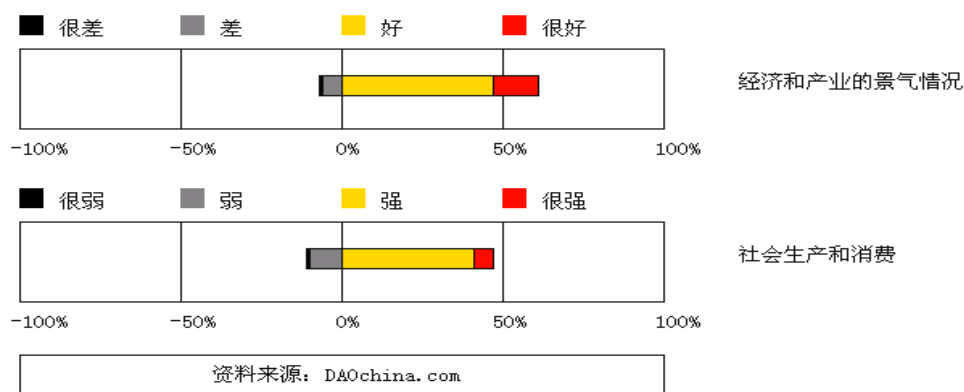
经济及产业：2002 年度评价

图 2-0-1-1



经济及产业：2003 年度展望

图 2-0-1-2



经济及产业指数除了反映出回函企业及个人看好经济前景外，相关的细化指标、其他指标和辅助指标同时揭示出以下特征：

- 对 2002 年度和 2003 年度整体经济发展看好的比例分别高达约 63% 和 73%，而看淡的则分别只有约 3% 和 2%，纵观经济发展史，我们可以看到一边倒的乐观心理预期往往会掩盖某些危机。

因此，在 2003 年度的政府经济管理和企业经营管理中应该保持应有的冷静和警醒，在战术上切忌盲目妄为。

- 企业对 2003 年度企业客户购买意欲和社会消费者的消费意欲的期望颇高，分别为 +39.33 和 +32.55，较 2002 年度分别增加了约 19 个百分点和 20 个百分点。这种乐观估计下，约 56% 的企业认为其所在行业在 2002 年度扩大了经营规模（只有约 9% 的企业认为行业收缩），而更有约 62% 的企业预期其所在行业在 2003 年度的经营规模将继续扩大（约 6% 认为收缩）。

社会生产规模的扩大需要理性地跟随社会需求的增长，而日益扩大的制造业规模将进一步增加中国经济对世界经济的依赖度，甚至可能导致中国经济的某些命脉被大量进口中国产品的某些经济实体所掌控，进而影响中国政府的经济和政治决策。产业结构落后的中国整体经济有可能陷入买方市场的巨大陷阱，在价格及其他商业条款上更加被动受制。而这也是中国政府需要密切关注和有序调控的，在产能扩大之余，加快引导产业升级和产品出口。

- 回函者对 2002 年度物价水平的评价相对平和，认为合适的约占 54%，认为过高、高、低、过低的分别约为 3%、27%、15%、1%，这也间接地反映了生产过剩的局面。在对于 2003 年度物价水平的预测中，上升、持平和下降分别约占 25%、63% 和 12%，平稳度较 2002 年度更高。

- 2002 年度被评价为发展得最好的五个产业分别为：通讯、传媒及娱乐产业、房地产及建筑业、金融服务业、交通运输及物流、软件信息及商务顾问。

回函企业及个人预期未来三年发展最好的产业包括：通讯、传媒及娱乐产业、金融服务业、交通运输及物流、软件信息及商务顾问、医疗卫生及教育、房地产及建筑业。

二、 基础设施及社会指数

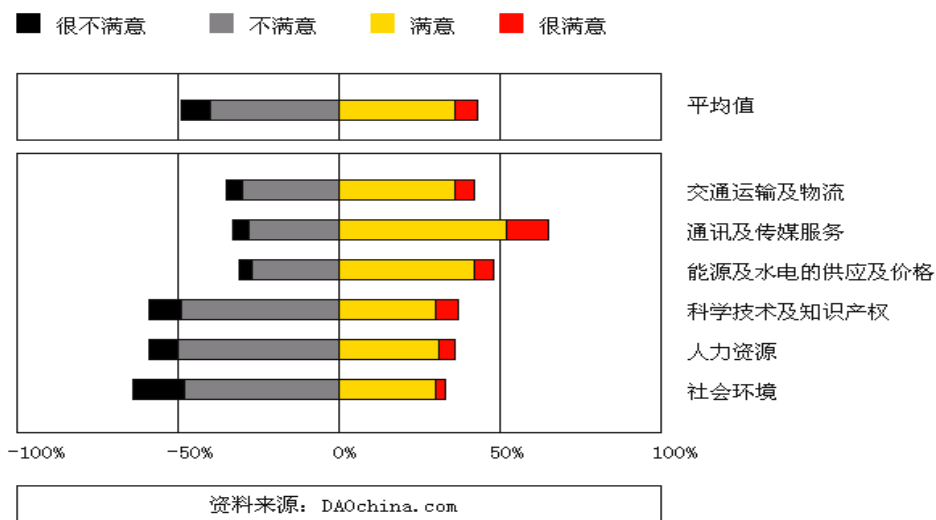
指数 / 指标	指标含义	2002 指标值
基础设施及社会指数	6 个一级指标、41 个二级指标	- 5.92
交通运输及物流	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	+ 8.01
通讯及传媒服务	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	+ 32.90
能源及水电的供应及价格	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	+ 16.34
科学技术及知识产权	对营商环境要素的满意度评价 - 7 个指标	- 22.49
人力资源	对营商环境要素的满意度评价 - 8 个指标	- 22.41
社会环境	对营商环境要素的满意度评价 - 8 个指标	- 31.17

根据 2002 年度的调查结果，基础设施及社会指数的整体负值显示出低满意度，而反映基础设施及社会环境的 6 个一级指标也是泾渭分明，代表硬件、有形设施及环境的 3 个一级指标都是正值，代表软件、无形设施及环境的 3 个一级指标都是负值。数据揭示了中国在培育和优化基础设施及社会环境的过程中的误区和问题，也就是重视硬件及有形要素却忽视和未能有效地改善软件及无形要素。

与此同时，2002 年度社会环境指标为最低的-31.17，表明另一个值得忧虑的问题：在以经济为中心的指导思想下，国家和社会忽视了道德（社会道德、商业道德）、文化和公益。但是，缺乏道德、文化和公益的国家是不堪一击的国家。

基础设施及社会指数：2002 年度评价

图 2-0-2-1



三、 商业运作环境指数

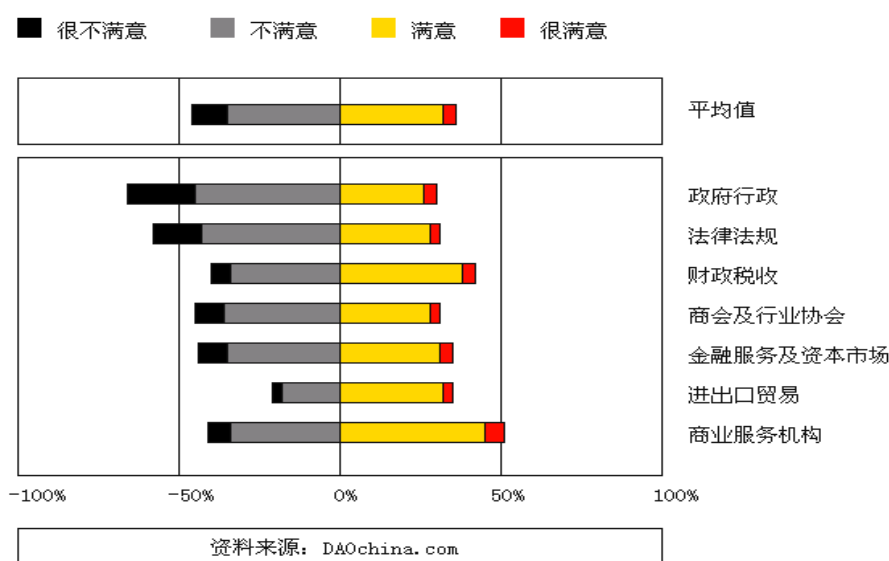
指数 / 指标	指标含义	2002 指标值
商业运作环境指数	7 个一级指标、60 个二级指标	- 10.49
政府行政	对营商环境要素的满意度评价 - 11 个指标	- 36.54
法律法规	对营商环境要素的满意度评价 - 9 个指标	- 26.89
财政税收	对营商环境要素的满意度评价 - 3 个指标	+ 1.77
商会及行业协会	对营商环境要素的满意度评价 - 6 个指标	- 14.45
金融服务及资本市场	对营商环境要素的满意度评价 - 13 个指标	- 9.40
进出口贸易	对营商环境要素的满意度评价 - 9 个指标	+ 14.19
商业服务机构	对营商环境要素的满意度评价 - 9 个指标	+ 10.04
辅助指标 (21 个)		

国内税率、利率、进出口税率、人民币汇价、营商成本及费用

调查结果显示，回函企业及个人对 2002 年度的商业运作环境的整体满意度很低，而其 7 个一级指标中有四项是负值，三项是正值。其中，回函者满意度相对较高的是“进出口贸易”和“商业服务机构”，而最不满意的领域在于“政府行政”和“法律法规”，这显示出政府职能的优化严重滞后于社会发展和经济发展。

商业运作环境指数：2002 年度评价

图 2-0-3-1



四、 企业营商状况指数

指数 / 指标	指标含义	2002 指标值
企业营商状况指数	4 个一级指标、24 个二级指标	+ 22.43
企业总体评价 - 数量化	从数量的角度评价企业的总体营商状况	+ 30.18
企业总体评价 - 质量化	从质量的角度评价企业的总体营商状况	+ 20.14
业务经营评价	评价企业的经营收支和损益情况 - 13 个指标	+ 23.19
投资评价	对企业投资的评价 (扩大、收缩) - 4 个指标	+ 13.93

调查结果显示,认为 2002 年度企业营商状况改善的回函比例比表示企业营商状况恶化的高出约 22 个百分点,而 2003 年度展望的企业营商状况指数值高达+47.83,显示对企业现状和前景的乐观。

企业总体评价的数量化指标共 4 个,反映企业的规模扩大及收缩,整体而言认为 2002 年度的企业及市场规模扩大的比认为收缩的高出约 30 个百分点(2003 年度展望: 预计规模扩大的比认为会收缩的高出约 52 个百分点)。企业总体评价的质量化指标共 3 个,反映企业的经营及管理水平、竞争环境及市场机会、企业整体发展状况,2002 年度的综合指标显示,认为企业及市场状况改善的比认为恶化的高出约 20 个百分点(2003 年度展望: 预计情况会进一步改善的比认为会恶化的高出约 56 个百分点)。

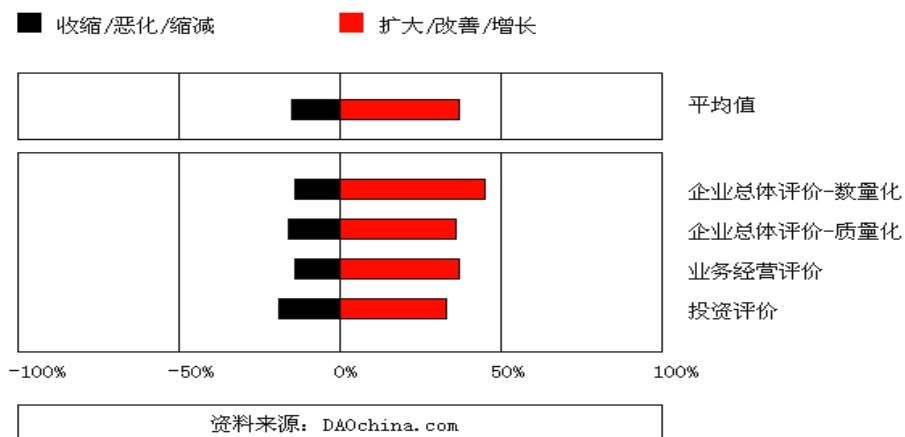
反映企业具体业务经营状况的二级指标有 12 个,分别调查企业的收入、开支以及盈利状况,2002 年度认为业务增长的回函比认为业务缩减的高出约 23 个百分点(2003 年度展望: 预计业务增长的比认为会缩减的高出约 48 个百分点)。

与企业投资相关的指标共 4 个,反映企业投资的规模,整体而言认为 2002 年度的投资规模扩大的回函比认为投资规模收缩的高出约 14 个百分点(2003 年度展望: 预计投资规模进一步扩大的比认为会收缩的高出约 38 个百分点)。

就企业投资倾向,未来被看重的产业包括: 通讯、传媒及娱乐产业、金融服务业、医疗卫生及教育、房地产及建筑业、交通运输及物流、酒店、餐饮及旅行服务、软件、信息及商务顾问。

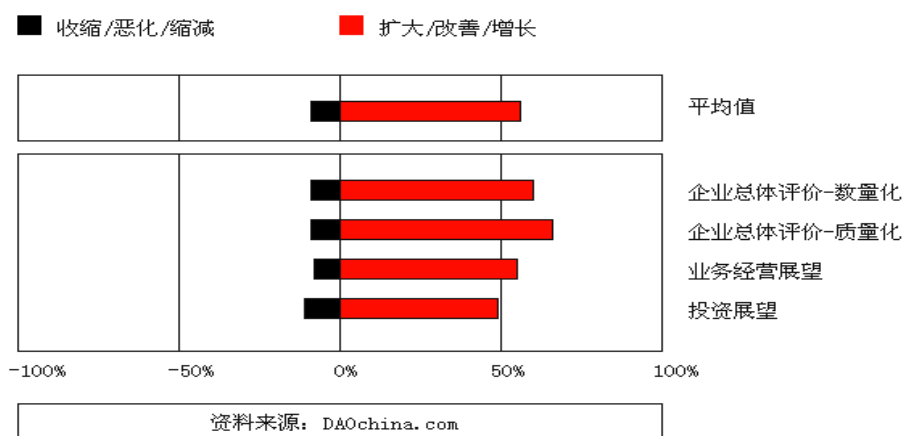
企业营商状况：2002 年度状况

图 2-0-4-1



企业营商状况：2003 年度展望

图 2-0-4-2



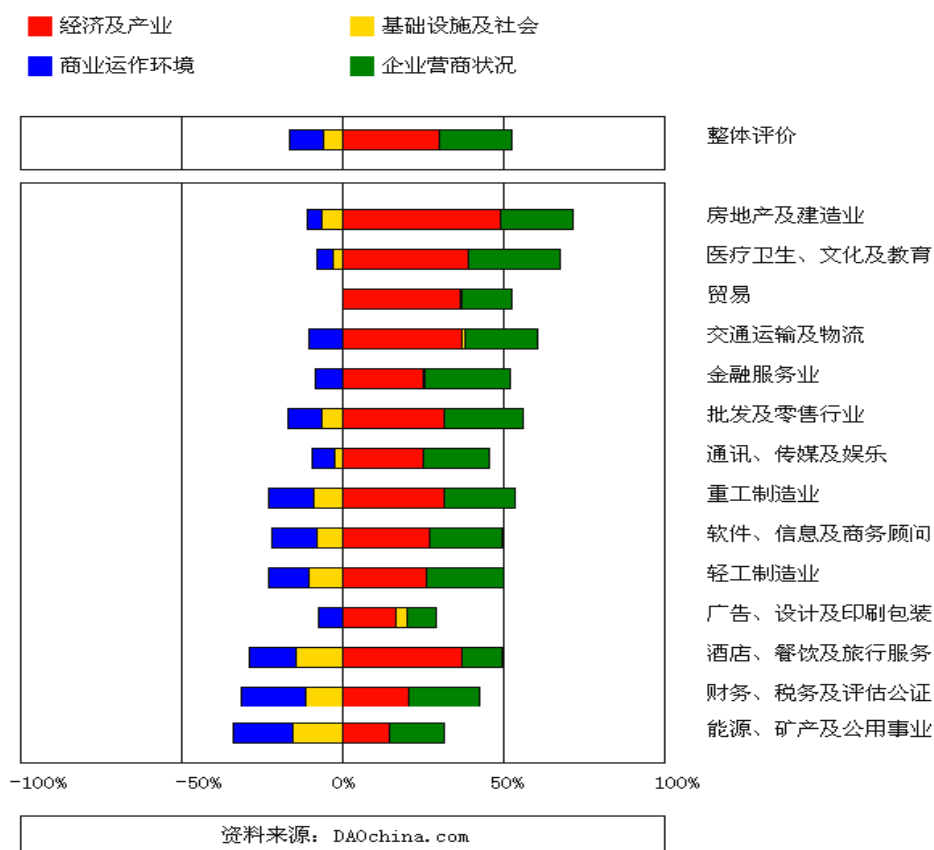
五、 行业营商环境指数

作为有关中国“整体”营商环境的参考资料，本报告可以辅助企业在中国的投资及经营决策；如果企业需要了解及掌握特定行业的营商环境状况、商业竞争情报，我们可以基于本次调查的更细化数据等提供中国营商环境指数 - 行业报告，或者进一步协助企业进行有关行业的专题调查研究和分析，并提供专业而独立的研究服务和咨询服务。

调查结果显示，不同行业的回函企业及个人对中国营商环境指数的指标评价存在一定的差异，这种差异主要源自回函企业及个人对中国“整体”营商环境的不同体验和评价，但这种评价差异并不代表不同行业的营商环境差异。如果企业需要研究特定行业的营商环境状况，我们可以提供专项服务。

中国营商环境指数的行业差异：2002 年度评价

图 2-0-5-1



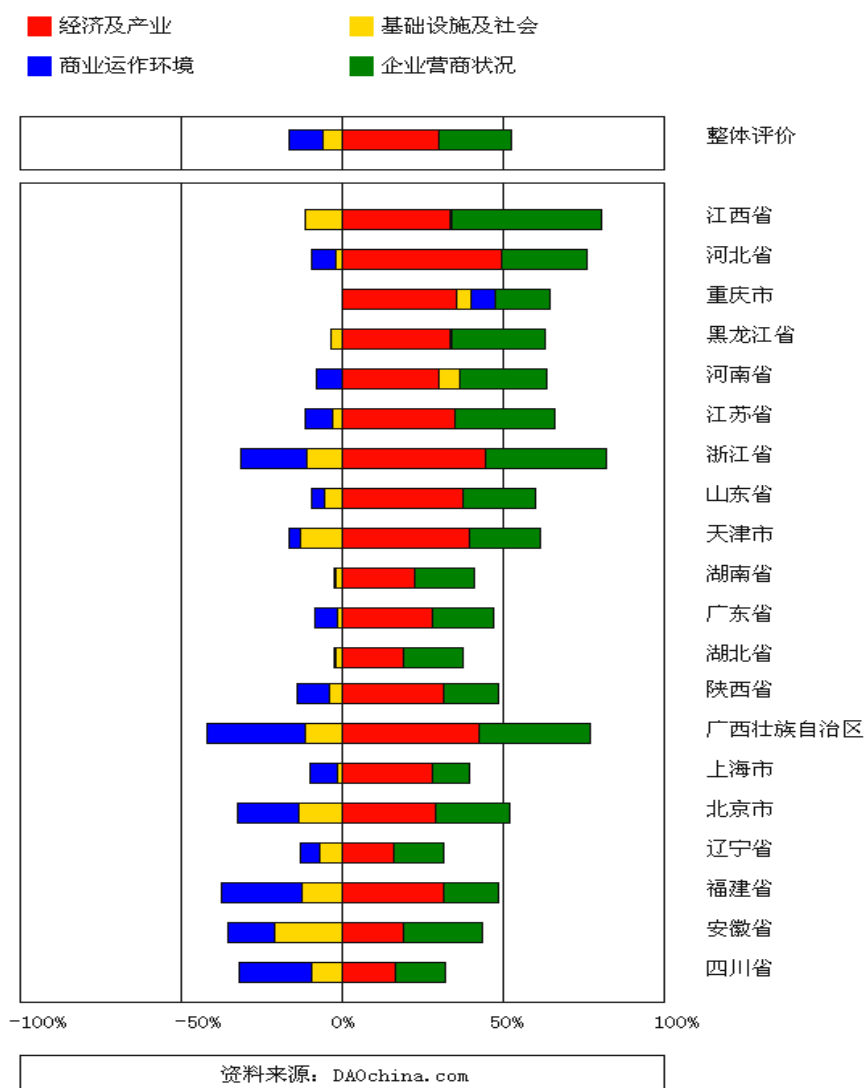
六、 地区营商环境指数

作为有关中国“整体”营商环境的参考资料，本报告可以辅助企业在中国的投资及经营决策；如果企业需要了解及掌握特定地区的营商环境状况、商业竞争情报，我们可以基于本次调查的更细化数据等提供中国营商环境指数 - 地区报告，或者进一步协助企业进行有关地区的专题调查研究和分析，并提供专业而独立的研究服务和咨询服务。

调查结果显示，不同地区的回函企业及个人对中国营商环境指数的指标评价存在一定的差异，这种差异主要源自回函企业及个人对中国“整体”营商环境的不同体验和评价，但这种评价差异并不代表不同地区的营商环境差异。如果企业需要研究特定地区的营商环境状况，我们可以提供专项服务。

中国营商环境指数的地区差异：2002 年度评价

图 2-0-6-1





2002

中国营商环境指数 • 问卷调查报告 暨 2003 年展望

主办机构	国中道经济研究		联合主办	经济观察报	搜狐
媒体伙伴	中国经营报	新经济	中国经济信息	招商周刊	中国经贸
	经理人	环球财经	今日财富	21 世纪人才报	
网络伙伴	搜狐.net	21CN.com	智囊财经报道	3721	人民网
资料查询	index.DAOchina.com		Research.DAOchina.com		



深圳市国中道经济研究有限责任公司

DAOchina.com Knowledge Corporation

中华人民共和国 518003 深圳市
东门北路 1006 号怡泰中心 C 座 18 楼
Research.DAOchina.com

电话: 86-755-2519 1291
传真: 86-755-2519 1292
Info @ DAOchina.com

我们的理想

构建中国经济及商务的
研究和智囊网络

Our Vision

To establish a research and intelligence network
with focus on the economy and businesses in China

我们的使命

协助我们的用户及合作伙伴
实现理想

Our Mission

To assist our clients and partners to succeed
with our supports of knowledge and solutions

我们的理念

以坦诚待人, 以严谨处事;
以知识敬业, 以创意取胜。

Our Principles

Honest, Straight-forward, Due care
Knowledge, Creative