



# 2015-2016年中国消费品工业发展 蓝皮书

The Blue Book on the Development of Consumer  
Goods Industry in China ( 2015-2016 )



中国电子信息产业发展研究院 编著

主 编/刘文强



人 民 交 易 出 版 社



# 2015—2016年中国消费品工业发展 蓝皮书

The Blue Book on the Development of Consumer  
Goods Industry in China ( 2015-2016 )



中国电子信息产业发展研究院 编著

主 编/刘文强

副主编/闫逢柱



人 民 交 易 出 版 社

责任编辑：邵永忠

封面设计：佳艺时代

责任校对：吕 飞

### 图书在版编目（CIP）数据

2015-2016 年中国消费品工业发展蓝皮书 / 刘文强 主编；

中国电子信息产业发展研究院 编著. — 北京：人民出版社，2016.8

ISBN 978-7-01-016520-2

I. ① 2… II. ① 刘… ② 中… III. ① 消费品工业—工业发展—研究报告—中国—2015-2016 IV. ① F426.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 174775 号

## 2015-2016年中国消费品工业发展蓝皮书

2015-2016NIAN ZHONGGUO XIAOFEIPIN GONGYE FAZHAN LANPISHU

中国电子信息产业发展研究院 编著

刘文强 主编

人民出版社 出版发行

（100706 北京市东城区隆福寺街 99 号）

北京市通州京华印刷制版厂印刷 新华书店经销

2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月北京第 1 次印刷

开本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张：15.5

字数：255 千字

ISBN 978-7-01-016520-2 定价：78.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话（010）65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

## 代 序

在党中央、国务院的正确领导下，面对严峻复杂的国内外经济形势，我国制造业保持持续健康发展，实现了“十二五”的胜利收官。制造业的持续稳定发展，有力地支撑了我国综合实力和国际竞争力的显著提升，有力地支撑了人民生活水平的大幅改善提高。同时，也要看到，我国虽是制造业大国，但还不是制造强国，加快建设制造强国已成为今后一个时期我国制造业发展的核心任务。

“十三五”时期是我国制造业提质增效、由大变强的关键期。从国际看，新一轮科技革命和产业变革正在孕育兴起，制造业与互联网融合发展日益催生新业态新模式新产业，推动全球制造业发展进入一个深度调整、转型升级的新时期。从国内看，随着经济发展进入新常态，经济增速换挡、结构调整阵痛、动能转换困难相互交织，我国制造业发展也站到了爬坡过坎、由大变强新的历史起点上。必须紧紧抓住当前难得的战略机遇，深入贯彻落实新发展理念，加快推进制造业领域供给侧结构性改革，着力构建新型制造业体系，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。

“十三五”规划纲要明确提出，要深入实施《中国制造 2025》，促进制造业朝高端、智能、绿色、服务方向发展。这是指导今后五年我国制造业提质增效升级的行动纲领。我们要认真学习领会，切实抓好贯彻实施工作。

**一是坚持创新驱动，把创新摆在制造业发展全局的核心位置。**当前，我国制造业已由较长时期的两位数增长进入个位数增长阶段。在这个阶段，要突破自身发展瓶颈、解决深层次矛盾和问题，关键是要依靠科技创新转换发展动力。要加强关键核心技术研发，通过完善科技成果产业化的运行机制和激励机制，加快科技成果转化步伐。围绕制造业重大共性需求，加快建立以创新中心为核心载体、以公共服务平台和工程数据中心为重要支撑的制造业创新网络。深入推进制造业与互联网融合发展，打造制造企业互联网“双创”平台，推动互联网企业构建制

造业“双创”服务体系，推动制造业焕发新活力。

**二是坚持质量为先，把质量作为建设制造强国的关键内核。**近年来，我国制造业质量水平的提高明显滞后于制造业规模的增长，既不能适应日益激烈的国际竞争的需要，也难以满足人民群众对高质量产品和服务的热切期盼。必须着力夯实质量发展基础，不断提升我国企业品牌价值和“中国制造”整体形象。以食品、药品等为重点，开展质量提升行动，加快国内质量安全标准与国际标准并轨，建立质量安全可追溯体系，倒逼企业提升产品质量。鼓励企业实施品牌战略，形成具有自主知识产权的名牌产品。着力培育一批具有国际影响力的品牌及一大批国内著名品牌。

**三是坚持绿色发展，把可持续发展作为建设制造强国的重要着力点。**绿色发展是破解资源、能源、环境瓶颈制约的关键所在，是实现制造业可持续发展的必由之路。建设制造强国，必须要全面推行绿色制造，走资源节约型和环境友好型发展道路。要强化企业的可持续发展理念和生态文明建设主体责任，引导企业加快绿色改造升级，积极推行低碳化、循环化和集约化生产，提高资源利用效率。通过政策、标准、法规倒逼企业加快淘汰落后产能，大幅降低能耗、物耗和水耗水平。构建绿色制造体系，开发绿色产品，建设绿色工厂，发展绿色园区，打造绿色供应链，壮大绿色企业，强化绿色监管，努力构建高效清洁、低碳循环的绿色制造体系。

**四是坚持结构优化，把结构调整作为建设制造强国的突出重点。**我国制造业大而不强的主要症结之一，就是结构性矛盾较为突出。要把调整优化产业结构作为推动制造业转型升级的主攻方向。聚焦制造业转型升级的关键环节，推广应用新技术、新工艺、新装备、新材料，提高传统产业的质量效益；加快发展3D打印、云计算、物联网、大数据等新兴产业，积极发展众包、众创、众筹等新业态新模式。支持有条件的企业“走出去”，通过多种途径培育一批具有跨国经营水平和品牌经营能力的大企业集团；完善中小微企业发展环境，促进大中小企业协调发展。综合考虑资源能源、环境容量、市场空间等因素，引导产业集聚发展，促进产业合理有序转移，调整优化产业空间布局。

**五是坚持人才为本，把人才队伍作为建设制造强国的根本。**新世纪以来，党和国家深入实施人才强国战略，制造业人才队伍建设取得了显著成绩。但也要看

到，制造业人才结构性过剩与结构性短缺并存，高技能人才和领军人才紧缺，基础制造、高端制造技术领域人才不足等问题还很突出。必须把制造业人才发展摆在更加突出的战略位置，加大各类人才培养力度，建设制造业人才大军。以提高现代经营管理水平和企业竞争力为核心，造就一支职业素养好、市场意识强、熟悉国内外经济运行规则的经营管理人才队伍。组织实施先进制造卓越工程师培养计划和专业技术人才培养计划等，造就一支掌握先进制造技术的高素质专业技术人才队伍。大力培育精益求精的工匠精神，造就一支技术精湛、爱岗敬业的高技能人才队伍。

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”。2016年是贯彻落实“十三五”规划的关键一年，也是实施《中国制造 2025》开局破题的关键一年。在错综复杂的经济形势面前，我们要坚定信念，砥砺前行，也要从国情出发，坚持分步实施、重点突破、务求实效，努力使中国制造攀上新的高峰！

工业和信息化部部长

苗圩

2016年6月

## 前 言

消费品工业是国民经济和社会发展的基础性、民生性、支柱性、战略性产业，涵盖了轻工、纺织、食品、医药等工业门类。改革开放 30 多年以来，我国消费品工业稳步、快速发展，规模持续壮大，结构不断变化，技术装备水平稳步提高，已经建立了较为完善的产业体系，国际化程度日趋加深，成为世界消费品制造和采购中心，对国内外消费需求的保障和引领作用进一步增强。

2015 年是“十二五”规划收官之年，面对复杂严峻的国际和国内环境，消费品工业按照稳中求进的工作总基调，以加快转型升级为抓手，以扩大内需和创新驱动为战略基点，以各项重大政策措施落实为机遇，更加注重推进改革攻坚，更加注重推进产业结构调整，更加注重推进实施扩大内需战略，更加注重推动实施创新驱动战略，更加注重推进应急保障工作，攻坚克难，创新进取，保持了消费品工业持续稳定发展。全年消费品工业增加值同比增长 6.41%，略高于全部工业增速 0.31 个百分点；消费品工业增加值占全部工业的比重达 31.9%。

进入 2016 年，我国消费品工业发展面临的形势更加严峻。从国内看，我国消费品工业面临的国内环境存在不少困难。主要是经济下行压力加大，部分企业生产经营困难，传统产业产能过剩，产业发展方式粗放、自主创新能力低下、自主品牌发展滞后、产能利用率下降等供给侧结构性顽疾凸显。从国际看，我国消费品工业面临的外部困难和风险在增多。主要是世界经济总体放缓，全球市场总需求增速下降，全球贸易保护主义抬头，地缘政治等非经济因素干扰全球经济，消费品工业出口困难增加。

为全面把握过去一年我国消费品工业的发展态势，总结评述消费品工业领域一系列重大问题，中国电子信息产业发展研究院消费品工业研究所在 2014 年积极探索实践的基础上，继续组织编撰了《2015—2016 年中国消费品工业发展蓝皮书》。该

书基于全球化视角,对过去一年中我国及世界主要国家消费品工业的发展态势进行了重点分析,梳理并剖析了国家相关政策及其变化对消费品工业发展的影响,预判了2016年世界主要国家以及主要消费品行业的发展走势。全书共分为综合篇、政策篇、行业篇、区域篇、园区篇、企业篇、展望篇七个部分。

综合篇。从整体、区域和重点国家重点行业三个层面分析了2015年全球消费品工业的发展情况,然后从发展环境、运行状况以及存在问题三个维度分析2015年我国消费品工业的发展状况。

政策篇。梳理总结了2015年我国消费品工业领域出台的重点政策,并进行评析。然后就2015年我国消费品领域的若干热点事件进行分析,探讨这些事件对我国消费品工业相关行业发展的影响。

行业篇。选取纺织、医药、食品和家电四大消费品行业,分析行业发展态势,剖析存在的突出问题。在发展态势上,重点从运行、效益以及重点产品或重点领域三个维度展开分析。

区域篇。从整体、主要行业、重点省(区、市)三个维度,分析2015年我国东部、中部、西部三大区域消费品工业的发展情况,重点分析运行、出口、效益等指标的基本情况。

园区篇。以新型工业化产业示范基地为蓝本,重点选取了黑龙江穆棱经济开发区、景德镇陶瓷工业园、重庆涪陵工业园、广东珠海金湾区生物医药产业园等进行分析 and 整理。

企业篇。选取了医药、食品、轻工等行业中发展较好,具有代表性的五家企业,就其发展历程、发展战略以及经验借鉴进行了分析和归纳。

展望篇。首先梳理了国内主要研究机构对2016年我国消费品工业发展形势的预判。其次,从整体、重点行业两个方面对2016年我国消费品工业的发展态势进行预判。

分析新一年我国消费品工业发展,既面临着困难挑战,也不乏有利因素。为促进消费品工业平稳健康发展,必须全面贯彻落实党的十八届三中、四中、五中全会精神,坚持依法行政,主动适应和引领经济发展新常态,着力推进五个方面工作:一是促进改革和立法工作,培育行业发展新动力;二是落实供给侧结构性改革,增加有效供给;三是促进产业结构优化,推进产业向中高端迈进;四是实施创新驱动战略,增强内生发展活力;五是实施“三品”战略,促进行业健康稳定发展。

作为消费品工业领域的一家专业研究机构，中国电子信息产业发展研究院消费品工业研究所拥有一批专业人才，具备了较强的研究能力，成立5年多以来先后承担了多项课题的研究，对我司工作给予了大力支持。此次编撰的《2015—2016年中国消费品工业发展蓝皮书》内容丰富，资料翔实，具有一定参考价值。但由于消费品工业行业众多，国家间、行业间、地区间差异大，需要深入研究探讨和专题研究的问题很多，因此疏漏和不足在所难免，希望读者以爱护和支持的态度不吝批评指正。

# 目 录

---

代 序（苗圩）

前 言

## 综 合 篇

第一章 2015年全球消费品工业发展状况 / 2

第一节 整体态势 / 3

第二节 发达国家与金砖国家及其他发展中国家的比较 / 4

第二章 2015年中国消费品工业发展状况 / 25

第一节 发展状况 / 25

第二节 存在问题 / 33

第三节 对策建议 / 35

## 行 业 篇

第三章 纺织工业 / 38

第一节 发展情况 / 38

第二节 存在问题 / 44

第四章 医药工业 / 46

第一节 发展情况 / 46

第二节 存在问题 / 57

第五章 食品制造业 / 61

第一节 发展情况 / 61

第二节 存在问题 / 67

第六章 家电制造业 / 69

第一节 发展情况 / 69

第二节 存在问题 / 80

## 区域篇

### 第七章 东部地区 / 84

第一节 东部地区消费品工业发展情况 / 84

第二节 主要行业发展情况：医药工业 / 90

第三节 重点地区发展情况：浙江省 / 94

### 第八章 中部地区 / 100

第一节 中部地区消费品工业发展情况 / 100

第二节 主要行业发展情况：食品工业 / 107

第三节 重点地区发展情况：湖南省 / 111

### 第九章 西部地区 / 116

第一节 西部地区消费品工业发展情况 / 116

第二节 主要行业发展情况：纺织工业 / 121

第三节 重点地区发展情况：四川省 / 127

## 园区篇

### 第十章 黑龙江穆棱经济开发区 / 136

### 第十一章 江西景德镇陶瓷工业园区 / 139

### 第十二章 重庆涪陵工业园区 / 142

### 第十三章 广东珠海金湾区生物医药产业园 / 145

## 企业篇

### 第十四章 安徽贝克艾滋病抗病毒药物国产化之路 / 152

### 第十五章 默沙东的成功之路 / 158

### 第十六章 雀巢集团在中国取得成功的原因探析 / 164

### 第十七章 西门子的标准如何成了国际通用标准 / 170

### 第十八章 中国抗体药物领军企业中信国健的创新之路 / 175

## 政策篇

- 第十九章 新《食品安全法》 / 180
- 第二十章 《关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》 / 183
- 第二十一章 《关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见  
(征求意见稿)》 / 186
- 第二十二章 《关于控制公立医院医疗费用不合理增长的若干意见》 / 189
- 第二十三章 《推进药品价格改革的意见》 / 191
- 第二十四章 《关于加快推进重要产品追溯体系建设的意见》 / 193

## 热点篇

- 第二十五章 屠呦呦“青蒿素”获得诺贝尔奖 / 196
- 第二十六章 福建PX爆炸事件引发医药行业EHS管理的思考 / 200
- 第二十七章 “一带一路”助推消费品工业产能国际合作 / 205
- 第二十八章 欧盟取消牛奶配额给中国乳业带来的危与机 / 210
- 第二十九章 TPP深度影响我国纺织工业 / 214

## 展望篇

- 第三十章 主要研究机构预测性观点综述 / 220
- 第三十一章 2016年中国消费品工业发展走势展望 / 225
  - 第一节 整体运行走势 / 225
  - 第二节 重点行业发展走势展望 / 226
- 后 记 / 231



## 综合篇

---

## 第一章 2015年全球消费品工业发展状况

2015年,全球需求疲软、大宗商品价格下降、投资环境不确定性增加等因素抑制全球经济增长,经济增速继续放缓,制造业增速进一步探底。过去几年,发展中国家一直是全球制造业增长的引擎,但在2015年,由于大宗商品价格下跌、美元升值、区域冲突加剧等因素,多个发展中国家国内经济增长放缓,特别是中国经济进入新常态,制造业增速降至2005年以来的最低值,对原材料和中间品的进口下降加剧了其他发展中国家的经济下滑。可喜的是,受益于内需稳步增长,美国经济复苏加快,制造业亦快速增长,而欧盟受益于石油价格降低和货币贬值引起的出口增加,制造业亦出现恢复增长态势。展望2016年,美国、欧洲等发达国家制造业复苏的迹象更加明显,发展中国家制造业受累于美元升值、投资不确定性增加等因素将有可能进一步放缓,全球消费品工业亦将整体表现增速继续放缓。

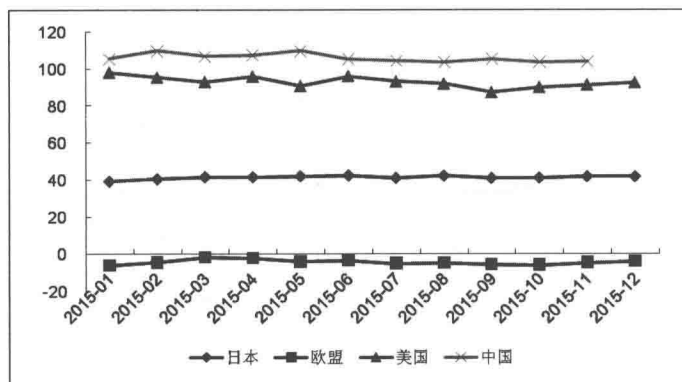


图1-1 2015年1—12月主要经济体消费者信心指数变化情况

资料来源:Wind数据库,2016年1月。

## 第一节 整体态势

全球需求疲软、大宗商品价格下降、投资环境不确定性增加很大程度上影响全球经济增长。2015年,全球制造业增速继续下滑,但下滑趋势放缓。2015年第3季度,整体制造业仅同比增长2.7%,低于2014年同期0.3个百分点。在此背景下,消费品工业整体增长疲软,行业增速分化明显,烟草、印刷与出版等行业增速呈现负增长态势。

与整体制造业相比,消费品行业增长呈现分化态势。2015年第3季度,除食品与饮料、服装、橡胶与塑料、家具及其他制造业增速高于整体制造业,增速分别为3.6%、3.6%、3.4%和5.4%外,烟草、纺织、皮革与鞋帽、木材加工(不含家具)、造纸、印刷与出版增速均低于整体制造业,特别是烟草、印刷与出版两个行业,增速为负,分别同比下降1.5%和0.8%。

与第1、2季度相比,行业增速变化趋势亦整体呈现分化态势。相比第1季度,第3季度除烟草、纺织、皮革与鞋帽、印刷与出版增速继续下滑,分别下滑2.4、0.2、0.8和0.4个百分点外,其他行业增速均逐步走高。

相比2014年,第3季度除食品与饮料、服装、造纸、橡胶与塑料四个行业增速分别高于2014年同期0.8、2.4、0.3和0.5个百分点外,其他行业增速均低于2014年同期。

表 1-1 2015 年前 3 季度全球主要消费品行业产出同比增速

| 行业         | 2014Q1 | 2014Q2 | 2014Q3 | 2014Q4 | 2015Q1 | 2015Q2 | 2015Q3 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 食品与饮料      | 4.0%   | 4.0%   | 2.8%   | 3.5%   | 2.7%   | 3.0%   | 3.6%   |
| 烟草         | 18.7%  | 9.4%   | 7.3%   | 6.0%   | 0.9%   | 3.6%   | -1.5%  |
| 纺织         | 4.9%   | 5.1%   | 3.8%   | 3.2%   | 2.8%   | 3.0%   | 2.6%   |
| 服装         | 7.2%   | 3.5%   | 1.2%   | 3.3%   | 2.7%   | 3.0%   | 3.6%   |
| 皮革与鞋帽      | 7.1%   | 4.1%   | 4.2%   | 2.2%   | 1.1%   | 1.2%   | 0.3%   |
| 木材加工(不含家具) | 3.0%   | 4.2%   | 3.3%   | 2.9%   | 1.9%   | 1.7%   | 2.2%   |
| 造纸         | 4.9%   | 1.4%   | 1.4%   | -2.4%  | 0.5%   | 1.0%   | 1.7%   |

(续表)

| 行业       | 2014Q1 | 2014Q2 | 2014Q3 | 2014Q4 | 2015Q1 | 2015Q2 | 2015Q3 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 印刷与出版    | 1.2%   | 1.3%   | 1.6%   | -0.2%  | -0.4%  | -0.4%  | -0.8%  |
| 橡胶与塑料制品  | 6.2%   | 4.7%   | 2.9%   | 2.8%   | 2.9%   | 3.1%   | 3.4%   |
| 家具及其他制造业 | 9.0%   | 5.5%   | 6.1%   | 7.1%   | 4.4%   | 4.6%   | 5.4%   |
| 整个制造业    | 4.8%   | 3.4%   | 3.0%   | 3.8%   | 2.9%   | 2.6%   | 2.7%   |

资料来源：UNIDO，2016年1月。

## 第二节 发达国家与金砖国家及其他发展中国家的比较

在全球制造业继续探底的背景下，发达国家与发展中国家消费品工业增速继续放缓，但下降程度收窄。相比较而言，发达国家部分消费品行业增长接近停滞甚至多个出现负增长，而发展中国家消费品工业增速（除服装行业）明显高于发达国家。

### 一、发达经济体

2015年，在整体制造业进一步放缓的背景下，发达经济体消费品工业延续不景气态势，部分行业增长停滞甚至负增长，且未来形势不乐观。

与整体制造业相比，2015年第3季度，除食品和饮料、服装、橡胶与塑料、家具与其他制造业增速高于整体制造业，增速分别为2.8%、5.0%、1.4%和1.2%外，其他行业增速均低于整体制造业，特别是烟草、纺织、皮革与鞋帽、印刷与出版呈现负增长态势，增速分别为-4.4%、-1.5%、-4.3%和-1.6%。

与第1、第2季度相比，第3季度行业增速分化明显。相比第1季度，食品和饮料、烟草、服装、造纸呈现复苏态势，分别相比第1季度增速增加2.1、6.9、10.4和0.5个百分点，而其他行业增速均呈现不同程度的放缓趋势。

从区域角度及其原因来看，发达经济体消费品工业增长的贡献主要来源于美国和欧盟消费品工业的复苏。美国受益于内需稳步增长，消费品工业增速加快，而欧盟受益于石油价格降低和货币贬值引起的出口增加，消费品工业亦出现恢复增长态势。

表 1-2 2015 年前 3 季度发达经济体主要消费品行业产出同比增速

| 行业         | 2014Q1 | 2014Q2 | 2014Q3 | 2014Q4 | 2015Q1 | 2015Q2 | 2015Q3 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 食品和饮料      | 2.1%   | 2.0%   | 1.3%   | 2.6%   | 0.7%   | 2.0%   | 2.8%   |
| 烟草         | -2.3%  | -1.4%  | -2.1%  | -6.4%  | -11.3% | -8.7%  | -4.4%  |
| 纺织         | 2.8%   | 1.8%   | 0.9%   | -0.6%  | -1.3%  | -1.3%  | -1.5%  |
| 服装         | 1.2%   | 0.8%   | -5.8%  | -0.6%  | -5.4%  | 0.2%   | 5.0%   |
| 皮革与鞋帽      | -0.8%  | 4.4%   | 1.7%   | -1.8%  | -2.5%  | -5.7%  | -4.3%  |
| 木材加工（不含家具） | 2.6%   | 2.2%   | 1.8%   | -1.3%  | 1.2%   | 0.2%   | 0.5%   |
| 造纸         | 0.6%   | 0.0%   | 0.0%   | -6.3%  | -0.5%  | -0.6%  | 0.0%   |
| 印刷与出版      | -0.3%  | -1.0%  | -0.3%  | -1.3%  | -1.1%  | -0.9%  | -1.6%  |
| 橡胶与塑料      | 5.5%   | 3.9%   | 2.6%   | 2.1%   | 1.4%   | 1.1%   | 1.4%   |
| 家具及其他制造业   | 4.0%   | 3.2%   | 2.9%   | 3.2%   | 1.9%   | 1.1%   | 1.2%   |
| 整个制造业      | 2.5%   | 1.5%   | 1.2%   | 1.5%   | 1.2%   | 0.9%   | 1.2%   |

资料来源：UNIDO，2016 年 1 月。

## 二、EIE 及其他发展中国家

2015 年，EIE 及其他发展中国家制造业增速下滑明显，消费品工业增长低于预期，且增速持续下滑。

2015 年第 3 季度，EIE 及其他发展中国家整体制造业同比增长 5.1%。与整体制造业相比，消费品工业增长分化，其中，木材加工（不含家具）、橡胶与塑料、家具及其他制造业增速高于整体制造业，增速分别为 5.5%、6.6% 和 9.0%，而食品和饮料、烟草、纺织、服装、皮革与鞋帽、造纸、印刷与出版增速均低于整体制造业，增速分别为 4.4%、-1.2%、4.1%、3.1%、2.1%、4.9% 和 3.0%。

与第 1、2 季度相比，第 3 季度行业增速亦分化明显。相比第 1 季度，食品和饮料、烟草、纺织、服装、皮革与鞋帽增速低于第 1 季度，而木材加工（不含家具）、造纸、印刷与出版、橡胶与塑料、家具及其他制造业增速高于 1 季度。

从区域角度及其原因来看，EIE 及其他发展中国家消费品工业增速走低主要原因是中国和拉丁美洲消费品工业增速下滑。2015 年，经济新常态背景下，中国制造业进一步疲软，增速降至 2005 年以来最低值，拉低 EIE 及其他发展中国家消费品工业整体增速。此外，由于中国制造业增速的放缓，其他向中国出口原料的发展中国家亦面临制造业下滑态势，国内经济增速放缓，需求疲软。特别是拉丁美洲，许多国家经济陷入衰退，包括阿根廷、巴西和智利，巴西制造业部门