

2016 年 2 月份中國製造業 PMI 為 49.0%

字型大小：TIT 2016 年 03 月 01 日 09:21

科技資訊部

中國物流與採購聯合會、國家統計局服務業調查中心發佈的 2016 年 2 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 49.0%，比上月下降 0.4 個百分點。從 12 個分項指數來看，同上月相比，出口訂單、積壓訂單、產成品庫存、購進價格、原材料庫存、生產活動預期 6 個指數有所上升，其餘 6 個指數有所下降。其中，在上升指數中，產成品庫存、購進價格、原材料庫存、生產活動預期 4 個指數升幅超過 1 個百分點，生產活動預期指數升幅最高，為 13.5 個百分點；在下降指數中，生產、採購量 2 指數下降較為明顯，降幅超過了 1 個百分點。

特約分析師張立群認為：“2 月份 PMI 指數繼續下降，表明當前經濟增長仍存在下行壓力。其中生產和採購量指數下降，應考慮春節因素的影響。購進價格指數、生產活動預期指數較大幅度提高，預示製造業生產經營活動有回暖跡象。PMI 的 12 個分項指數中，6 個提高，6 個下降，表明當前經濟增長的趨勢性特徵還不明顯。綜合判斷，經濟仍處於底部企穩過程中。”

生產指數為 50.2%，比上月下降 1.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型企業生產指數高於 50%，分別為 51.9%、50.2%；小型企業低於 50%，為 42.5%。

新訂單指數為 48.6%，比上月下降 0.9 個百分點。從企業規模來看，大型企業新訂單指數高於 50%，為 50.5%；中型企業和小型企業低於 50%，分別為 47.5%和 41.6%。

新出口訂單指數為 47.4%，比上月上升 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業新出口訂單指數均低於 50%，分別為 46.9%、49.3%和 46.1%。

積壓訂單指數為 43.9%，比上月上升 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業積壓訂單指數均低於 50%，分別為 45.0%、44%和 38.0%。

產成品庫存指數為 46.4%，比上月上升 1.8 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業產成品庫存指數均低於 50%，分別為 46.9%、48.3%和 40.3%。

採購量指數為 47.9%，比上月下降 1.1 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業採購量指數均低於 50%，分別為 48.9%、49.7%和 39.3%。

進口指數為 45.8%，比上月下降 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業進口指數均低於 50%，分別為 45.2%、48.9%和 41.4%。

購進價格指數為 50.2%，比上月上升 5.1 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業購進價格指數均高於 50%，分別為 50.2%、50.3%和 50.0%。

原材料庫存指數為 48.0%，比上月上升 1.2 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%，分別為 48.3%、49.0%和 44.4%。

從業人員指數為 47.6%，比上月下降 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的從業人員指數均低於 50%，分別為 47.1%、48.4%和 48.0%。

供應商配送時間指數為 49.8%，比上月下降 0.7 個百分點。從企業規模來看，中型企業供應商配送時間指數高於 50%，為 50.1%；大型和小型企業低於 50%，分別為 49.9%和 48.8%。

生產經營活動預期指數為 57.9%，比上月上升 13.5 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業生產經營活動預期指數均高於 50%，分別為 59.1%、57.0%和 53.9%。

製造業採購經理調查說明

1. 主要指標解釋+

採購經理指數（PMI），是通過對企業採購經理的月度調查結果統計匯總、編制而成的指數，它涵蓋了企業採購、生產、流通等各個環節，是國際上通用的監測宏觀經濟走勢的先行性指數之一，具有較強的預測、預警作用。PMI 通常以 50%作為經濟強弱的分界點，PMI 高於 50%時，反映製造業經濟擴張；低於 50%，則反映製造業經濟收縮。

2. 調查範圍

涉及《國民經濟行業分類》（GB/T4754-2011）中製造業的 31 個行業大類,3000 家調查樣本。

3. 調查方法

製造業採購經理調查採用 PPS（Probability Proportional to Size）抽樣方法，以製造業行業大類為層，行業樣本量按其增加值占全部製造業增加值的比重分配，層內樣本使用與企業主營業務收入成比例的概率抽取。

本調查由國家統計局直屬調查隊具體組織實施，利用國家統計聯網直報系統對企業採購經理進行月度問卷調查。

4. 計算方法

製造業採購經理調查問卷涉及生產量、新訂單、出口訂貨、現有訂貨、產成品庫存、採購量、進口、購進價格、原材料庫存、從業人員、供應商配送時間、生產經營活動預期等 12 個問題。對每個問題分別計算擴散指數，即正向回答的企業個數百分比加上回答不變的百分比的一半。

PMI 是一個綜合指數，由 5 個擴散指數（分類指數）加權計算而成。5 個分類指數及其權數是依據其對經濟的先行影響程度確定的。具體包括：新訂單指數，權數為 30%；生產指數，權數為 25%；從業人員指數，權數為 20%；供應商配送時間指數，權數為 15%；原材料庫存指數，權數為 10%。其中，供應商配送時間指數為逆指數，在合成 PMI 綜合指數時進行反向運算。

5. 季節調整

採購經理調查是一項月度調查，受季節因素影響，資料波動較大。現發佈的 PMI 綜合指數和各分類指數均為季節調整後的資料。

中國物流與採購聯合會（簡稱 CFLP）

地址：中國 北京 月壇北街 25 號 郵編：100834

電話：010-68391225 傳真：010-68392179