

1 月份中國製造業 PMI 為 51.3%

2017 年 02 月 01 日 09:00

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 2017 年 1 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.3%，比上月下降 0.1 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，原材料庫存指數與上月持平，生產指數、新訂單指數、原材料購進價格指數、出廠價格指數、供應商配送時間指數有所下降，其餘 7 個指數均有所上升。其中，上升的指數升幅均在 1 個百分點內；下降的指數中，只有原材料購進價格指數、出廠價格指數降幅超過 1 個百分點，其餘指數降幅均在 1 個百分點內。

特約分析師張立群認為：“1 月份 PMI 指數小幅下降，但生產指數繼續保持在 53% 以上的較高水準，工業運行繼續保持在景氣區間。產成品庫存、採購量、進口等指數均有提高，生產經營活動預期指數提高。表明工業企業對未來市場前景預期比較穩定，對春節後的生產經營所做準備比較充分。綜合研判，2017 年經濟運行有望平穩開局。”

生產指數為 53.1%，比上月下降 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的生產指數高於 50%，分別為 55.1% 和 53.1%；小型企業低於 50%，為 44.8%。

新訂單指數為 52.8%，比上月下降 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的新訂單指數高於 50%，分別為 55.4% 和 51.5%；小型企業低於 50%，為 44.3%。

新出口訂單指數為 50.3%，比上月上升 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型企業的新出口訂單指數高於 50%，為 51.1%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.3% 和 44.9%。

積壓訂單指數為 46.3%，比上月上升 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的積壓訂單指數均低於 50%，分別為 48.1%、45.3% 和 40.4%。

產成品庫存指數為 45.0%，比上月上升 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的產成品庫存指數均低於 50%，分別為 45.3%、46.4% 和 41.1%。

採購量指數為 52.6%，比上月上升 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的採購量指數高於 50%，分別為 55.0% 和 51.1%；小型企業低於 50%，為 45.5%。

進口指數為 50.7%，比上月上升 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型和小型企業的進口指數高於 50%，分別為 51.2%、53.0%；中型企業低於 50%，為 48.3%。

購進價格指數為 64.5%，比上月下降 5.1 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的購進價格指數均高於 50%，分別為 65.0%、64.6% 和 62.4%。

出廠價格指數為 54.7%，比上月下降 4.1 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的出廠價格指數均高於 50%，分別為 54.8%、55.2% 和 53.0%。

原材料庫存指數為 48.0%，比上月持平。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%，分別為 49.1%、47.6% 和 44.3%。

從業人員指數為 49.2%，比上月上升 0.3 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 49.6%、49.5% 和 47.2%。

供應商配送時間指數為 49.8%，比上月下降 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的供應商配送時間指數高於 50%，分別為 50.1%、50.7%；小型企業低於 50%，為 46.4%。

生產經營活動預期指數為 58.5%，比上月上升 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的生產經營活動預期指數高於 50%，分別為 60.5%、57.5% 和 51.9%。

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、出廠價格、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 13 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。其中出廠價格指數於 2017 年 1 月起發佈。

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。2017 年 1 月起改進了生產經營活動預期指數的季節調整方法，並對歷史資料進行修訂。

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