

2 月中國製造業 PMI 為 50.3%

2018 年 02 月 28 日 09:01

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 2018 年 2 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 50.3%，比上月下降 1.0 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、生產經營活動預期指數有所上升；其餘 11 個指數均有所下降。其中，生產、新訂單、採購量、原材料購進價格、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：“2 月份 PMI 指數中的生產指數和採購量指數降幅超過 2 個百分點，比較明顯的反映了春節因素的影響。PMI 是環比指標，2018 年春節在 2 月份中旬，春節因素影響集中反映在 2 月份。與 1 月份比較，生產和採購量水準下降必然會很明顯。購進價格指數降幅超過 6 個百分點，反映了生產資料供求關係短期調整的影響，也預示企業生產活動將趨向平穩。訂單類指數降幅保持在 2 個百分點以內，生產活動預期指數有所提高，則表明市場需求總體平穩，企業市場預期比較穩定。剔除短期因素影響，可以認為，經濟平穩增長態勢沒有改變。要精心穩定消費、投資增長，穩定內需，為應對外部環境的不確定性和可能出現的出口增長波動提供保障，促進經濟平穩增長和宏觀經濟環境穩定。”

生產指數為 50.7%，比上月下降 2.8 個百分點。從企業規模來看，大型企業的生產指數高於 50%，為 53.7%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.1%和 41.5%。

新訂單指數為 51.0%，比上月下降 1.6 個百分點。從企業規模來看，大型企業的新訂單指數高於 50%，為 55.1%；中型和小型企業低於 50%，分別為 47.3%和 41.4%。

新出口訂單指數為 49.0%，比上月下降 0.5 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 50.9%；中型和小型企業低於 50%，分別為 43.8%和 46.9%。

積壓訂單指數為 44.9%，比上月下降 0.4 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 47.5%、42.5%和 39.0%。

產成品庫存指數為 46.7%，比上月下降 0.3 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 48.8%、45.0%和 41.4%。

採購量指數為 50.8%，比上月下降 2.1 個百分點。從企業規模來看，大型企業採購量指數高於 50%，為 53.9%；中型和小型企業低於 50%，分別為 47.8%和 44.1%。

進口指數為 49.8%，比上月下降 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型企業的進口指數高於 50%，分別為 52.2%；中型和小型企業低於 50%，分別為 43.8%和 40.6%。

購進價格指數為 53.4%，比上月下降 6.3 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 53.6%、53.2%和 53.1%。

出廠價格指數為 49.2%，比上月下降 2.6 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低於 50%，分別為 48.8%、49.6%和 49.9%。

原材料庫存指數為 49.3%，比上月上升 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型企業的原材料庫存指數位於 50%；中型企業高於 50%，為 50.1%；小型企業低於 50%，為 45.0%。

從業人員指數為 48.1%，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 47.9%、48.3%和 48.7%。

供應商配送時間指數為 48.4%，比上月下降 0.8 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的供應商配送時間指數均低於 50%，分別為 48.9%、47.5%和 48.2%。

生產經營活動預期指數為 58.2%，比上月上升 1.4 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均高於 50%，分別為 59.4%、57.6%和 54.7%。

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 綜合指數和各方

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