

5 月份中國製造業 PMI 為 51.9%

字型大小：TIT 2018 年 05 月 31 日 09:03 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 5 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.9%，比上月上升 0.5 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，除積壓訂單指數、產成品庫存指數、供應商配送時間指數下降外，其餘 10 個指數均有所上升。其中，原材料購進價格指數、出廠價格指數升幅顯著，超過 3 個百分點。

特約分析師張立群認為：“5 月份 PMI 指數小幅提高，是該指數在景氣區間的短期波動，不具趨勢性意義。5 月份工作日較 4 月份增加，可能是原因之一。2017 年以來，PMI 指數一直在榮枯線以上小幅波動，可能是其運行的新特點。5 月份 PMI 指數中，出口訂單指數提高，顯示今年以來的出口增長態勢未出現改變；購進價格和出廠價格指數提高，可能預示 PPI 漲幅回落過程接近終結；生產指數、採購量指數、進口指數、產成品及原材料庫存指數的變化則顯示企業生產經營活動比較活躍。綜上，預計 5 月份經濟繼續保持平穩增長態勢。”

生產指數為 54.1%，比上月上升 1.0 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 56.4% 和 52.2%；小型企業低於 50%，為 49.6%。

新訂單指數為 53.8%，比上月上升 0.9 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的新訂單指數均高於 50%，分別為 55.2%、52.8% 和 50.9%。

新出口訂單指數為 51.2%，比上月上升 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的新出口訂單指數高於 50%，分別為 52.0% 和 50.8%；小型企業低於 50%，為 45.1%。

積壓訂單指數為 45.9%，比上月下降 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的積壓訂單指數均低於 50%，分別為 46.9%、44.5% 和 44.8%。

產成品庫存指數為 46.1%，比上月下降 1.1 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 46.6%、45.8% 和 44.8%。

採購量指數為 53.0%，比上月上升 0.4 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 54.6% 和 52.0%；小型企業低於 50%，為 49.5%。

進口指數為 50.9%，比上月上升 0.7 個百分點。從企業規模來看，大型企業的進口指數高於 50%，為 51.7%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.8% 和 46.3%。

購進價格指數為 56.7%，比上月上升 3.7 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 57.2%、56.9%和 54.7%。

出廠價格指數為 53.2%，比上月上升 3.0 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 54.6%、51.2%和 51.6%。

原材料庫存指數為 49.6%，比上月上升 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型企業的原材料庫存指數高於 50%，為 50.4%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.4%和 47.0%。

從業人員指數為 49.1%，比上月上升 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的從業人員指數均低於 50%，分別為 49.9%、47.7%和 49.0%。

供應商配送時間指數為 50.1%，比上月下降 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型和小型企業的供應商配送時間指數高於 50%，分別為 50.2%和 50.9%；中型企業低於 50%，為 49.4%。

生產經營活動預期指數為 58.7%，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均高於 50%，分別為 59.8%、56.9%和 58.2%。

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