

7 月份中國製造業 PMI 為 51.2%

2018 年 07 月 31 日 09:00 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 7 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.2%，比上月下降 0.3 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，新出口訂單指數與上月持平；積壓訂單指數、產成品庫存指數、主要原材料庫存指、從業人員指數有所上升，升幅均在 1 個百分點以內。其餘 8 個指數均有所下降。其中，採購量指數、原材料購進價格指數、出廠價格指數、生產活動預期指數降幅超過了 1 個百分點。

特約分析師張立群認為：7 月份 PMI 指數小幅下降，繼續保持在榮枯線以上，經濟平穩增長態勢不變。生產指數、採購量指數、生產經營活動預期指數均有下降，表明企業生產經營活動水準略有降低；新訂單指數下降，新出口訂單指數持平，反映市場需求水準總體略降；價格類指數下降，表明需求對供給拉動力度有所減弱。綜合分析，經濟繼續保持平穩增長態勢，但短期下行壓力有所顯現。

生產指數為 53.0%，比上月下降 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的生產指數均高於 50%，分別為 54.5%、51.6%和 50.6%。

新訂單指數為 52.3%，比上月下降 0.9 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 54.3%和 50.2；小型企業低於 50%，為 49.2%。

新出口訂單指數為 49.8%，與上月持平。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 50.1%和 50.5；小型企業低於 50%，為 44.8%。

積壓訂單指數為 45.7%，比上月上升 0.2 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 46.2%、45.7%和 44.2%。

產成品庫存指數為 47.1%，比上月上升 0.8 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 47.7%、47.0%和 45.3%。

採購量指數為 51.5%，比上月下降 1.3 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 53.2%和 50.3；小型企業低於 50%，為 48.0%。

進口指數為 49.6%，比上月下降 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型企業的進口指數高於 50%，為 51.2%；中型和小型企業低於 50%，分別為 45.7%和 45.2%。

購進價格指數為 54.3%，比上月下降 3.4 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 54.3%、53.7%和 55.3%。

出廠價格指數為 50.5%，比上月下降 2.8 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 50.7%、50.2%和 50.5%。

原材料庫存指數為 48.9%，比上月上升 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%；分別為 49.6%、48.8%和 46.7%。

從業人員指數為 49.2%，比上月上升 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型企業的從業人員指數高於 50%，為 50.1%；中型和小型企業低於 50%，分別為 47.9%和 48.4%。

供應商配送時間指數為 50.0%，比上月下降 0.2 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低於 50%，均為 49.9%；中型企業高於 50%，為 50.3%。

生產經營活動預期指數為 56.6%，比上月下降 1.3 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 57.6%、54.4%和 57.2%。

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

電話：010-68391225

郵編：100834

傳真：010-68392179