

11 月份製造業 PMI 指數為 50.0%

2018 年 11 月 30 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 11 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 50.0%，比上月下降 0.2 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、產成品庫存指數、原材料庫存指數、從業人員指數和供應商指數有所上升，漲幅在 0.1 至 1.5 個百分點之間；積壓訂單指數同上月持平，其餘 7 個指數均有所下降。其中，購進價格指數、出廠價格指數和生產活動預期指數降幅超過 2 個百分點，其他指數降幅均在 1 個百分點以內。

特約分析師張立群認為: 11 月 PMI 指數繼續下降，表明經濟運行仍處下行態勢。新訂單指數繼續下降，反映國內市場需求不振；生產活動預期指數、採購量和進口指數下降，反映企業市場信心不足，生產經營活動偏謹慎；綜合研判，經濟下行壓力仍比較明顯。考慮中美貿易爭端對未來出口的潛在影響較大，當前應積極擴大內需，促進經濟平穩增長。

生產指數為 51.9%，比上月下降 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型和小型企業的生產指數高於 50%，分別為 53.1%和 51.3%；中型企業位於 50%。

新訂單指數為 50.4%，比上月下降 0.4 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 51.5%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.5%和 48.5%

新出口訂單指數為 47.0%，比上月上升 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業新訂單指數均低於 50%，分別為 47.9%、45.6%和 43.9%。

積壓訂單指數為 44.3%，與上月持平。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 45.6%、41.9 %和 44.1%。

產成品庫存指數為 48.6%，比上月上升 1.5 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 49.3%、48.1%和 47.0%。

採購量指數為 50.8%，比上月下降 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型企業的採購量指數高於 50%，為 52.2%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.3%和 48.7%。

進口指數為 47.1%，比上月下降 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的進口指數均低於 50%，分別為 48.0%、45.0%和 45.1%。

購進價格指數為 50.3%，比上月下降 7.7 個百分點。從企業規模來看，大型和小型企業的購進價格指數高於 50%，分別為 50.8%和 50.3%；中型企業低於 50%，為 49.3%。

出廠價格指數為 46.4%，比上月下降 5.6 個百分點。從企業規模來看，小型企業的出廠價格指數高於 50%，為 50.3%。大型和中型企業低於 50%，分別為 45.5%和 45.9%。

原材料庫存指數為 47.4%，比上月上升 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業均低於 50%，分別為 48.2%、46.2%和 46.9%。

從業人員指數為 48.3%，比上月上升 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的從業人員指數均低於 50%，為 48.3%、48.1%和 48.8%。

供應商配送時間指數為 50.3%，比上月上升 0.8 個百分點。從企業規模來看，大型和小型企業供應商配送時間指數高於 50%，分別為 50.5%和 50.4%。中型企業低於 50%，為 49.9%。

生產經營活動預期指數為 54.2%，比上月下降 2.2 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 55.4%、52.6%和 52.8%。

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

本文來自中國物流與採購網,轉載請注明出處:

<http://www.chinawuliu.com.cn/lhkhx/201811/30/336732.shtml>