

12 月份製造業 PMI 指數為 49.4%

2018 年 12 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 12 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 49.4%，比上月下降 0.6 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，生產量指數、新訂單指數、新出口訂單指數、積壓訂單指數、產成品庫存指數、採購量指數、進口指數、購進價格指數、出廠價格指數、原材料庫存指數、從業人員指數和生產經營活動預期指數均下降，其中購進價格指數和出廠價格指數降幅超過 3 個百分點，其餘指數降幅在 0.2 至 1.5 個百分點之間；供應商配送時間指數上升，升幅為 0.1 個百分點。

特約分析師張立群認為: 12 月份 PMI 指數繼續下降，且已落入榮枯線以下，表明經濟下行壓力仍然較大。訂單類指數全面下降，反映國內外市場需求走低。中美貿易爭端對出口的負面影響預計將進一步顯現，消費、投資等內需增長基礎不穩，總需求下行壓力較大。生產指數繼續回落，預示 12 月份工業增速可能進一步下降，從 10-12 月份工業增長態勢看，四季度 GDP 增長率將低於三季度。採購量、進口、原材料庫存、生產經營活動預期指數均下降，表明企業對市場信心不足，生產經營活動較為謹慎。綜上，當前經濟下行壓力比較明顯，要加快落實中央經濟工作會議安排部署，儘快發揮穩增長相關政策的積極效果。

生產指數為 50.8%，比上月下降 1.1 個百分點。從企業規模來看，大型企業的生產指數高於 50%，為 52.1%；中型和小型企業的生產指數低於 50%，分別為 48.9%和 49.5%。新訂單指數為 49.7%，比上月下降 0.7 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 50.8%；中型和小型企業低於 50%，分別為 48.4%和 48.4%。

新出口訂單指數為 46.6%，比上月下降 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業新訂單指數均低於 50%，分別為 47.6%、43%和 49.9%。

積壓訂單指數為 44.1%，比上月下降 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的積壓訂單指數均低於 50%，分別為 45.6%、42.9%和 41.2%。

產成品庫存指數為 48.2%，比上月下降 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的產成品庫存指數均低於 50%，分別為 49.7%、46.6%和 45.8%。

採購量指數為 49.8%，比上月下降 1 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 51.1%；中型和小型企業低於 50%，分別為 48.3%和 48%。

進口指數為 45.9%，比上月下降 1.2 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 46.1%、44.9%和 47.5%。

購進價格指數為 44.8%，比上月下降 5.5 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低於 50%，分別為 44.2%、45.4%和 45.7%。

出廠價格指數為 43.3%，比上月下降 3.1 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低於 50%，分別為 42.2%、44%和 45.7%。

原材料庫存指數為 47.1%，比上月下降 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%，分別為 47.9%、46.1%和 46.1%。

從業人員指數為 48%，比上月下降 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的從業人員指數均低於 50%，為 48.1%、47.8%和 47.9%。

供應商配送時間指數為 50.4%，比上月上升 0.1 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 50.6%和 50.5%。小型企業低於 50%，為 49.7%。

生產經營活動預期指數為 52.7%，比上月下降 1.5 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的生產經營活動預期指數均高於 50%，分別為 54.8%和 50.7%。小型企業低於 50%，為 49.3%。

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。