

## 5 月份製造業 PMI 指數為 49.4%

2019 年 05 月 31 日 09:00 中物聯科技資訊部

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 2019 年 5 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 49.4%，比上月下降 0.7 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，積壓訂單指數、產成品庫存指數、原材料庫存指數、供應商配送時間指數均上升，指數升幅在 0.2 至 1.6 個百分點之間；生產指數、新訂單指數、新出口訂單指數、採購量指數、進口指數、購進價格指數、出廠價格指數、從業人員指數、生產經營活動預期指數均下降，指數降幅在 0.2 至 3 個百分點之間。

特約分析師張立群認為：5 月份 PMI 指數繼續下降，且降幅擴大，表明經濟下行壓力加大。在 3 月份提高到榮枯線以後，5 月份 PMI 指數重新回落到榮枯線以下，表明經濟企穩基礎尚未建立。新訂單指數，出口訂單指數較大幅度下降，反映市場需求不足問題比較突出，特別是出口下行壓力較大；生產指數，採購量指數，進口指數，對未來生產預期指數下降，反映企業信心有所減弱，生產經營活動景氣度較低。綜合研判，當前形勢下行壓力較大，宏觀經濟需求不足問題比較突出。應該進一步做好宏觀政策逆週期調節工作，著力擴大內需，儘快提高應對外需波動衝擊，穩定總需求，穩定經濟增長的能力。

生產指數為 51.7%，比上月下降 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型和中型的生產指數高於 50%，分別為 53.1%和 51.1%；小型企業的生產指數低於 50%，為 48.6%。

新訂單指數為 49.8%，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 51.2%；中型和小型企業的新訂單指數低於 50%，分別為 49.4%和 46.7%。

新出口訂單指數為 46.5%，比上月下降 2.7 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的新出口訂單指數均低於 50%，分別為 46.9%、46.8%和 42.4%。

積壓訂單指數為 44.3%，比上月上升 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的積壓訂單指數均低於 50%，分別為 44.5%、43.3%和 45.2%。

產成品庫存指數為 48.1%，比上月上升 1.6 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%、46.6%和 47.2%。

採購量指數為 50.5%，比上月下降 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的採購量指數均高於 50%，分別為 50.8%、50.2%和 50.2%。

進口指數為 47.1%，比上月下降 2.6 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的進口指數均低於 50%，分別為 47.3%、46%和 48.5%。

購進價格指數為 51.8%，比上月下降 1.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的購進價格指數均高於 50%，分別為 51.5%、51.2%和 53.6%。

出廠價格指數為 49%，比上月下降 3 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 49.8%、47.8%和 48.3%。

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、中型和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%，分別為 47.3%、47.1%和 48.1%。

從業人員指數為 47%，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 47.5%、45.8%和 47.3%。

供應商配送時間指數為 50.9%，比上月上升 1 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高於 50%，分別為 50.8%、51%和 51%。

生產經營活動預期指數為 54.5%，比上月下降 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 55.3%、53.3%和 54.1%。

## 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/T4754-2017)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

(1) 分類指數的計算方法。製造業採購經理調查指標體系包括生產、新訂單、新出口訂單、在手訂單、產成品庫存、採購量、進口、主要原材料購進價格、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 個分類指數。分類指數採用擴散指數計算方法，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。由於非製造業沒有合成指數，國際上通常用商務活動指數反映非製造業經濟發展的總體變化情況。

(2) 製造業 PMI 指數的計算方法。製造業 PMI 是由 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，在合成製造業 PMI 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。現發佈的指數均為季節調整後的資料。