

7 月份中國製造業 PMI 為 51.4%

2017 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 2017 年 7 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.4%，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，採購量指數、購進價格指數、出廠價格指數、從業人員指數、供應商配送時間指數、生產經營活動預期指數有所上升，其餘 7 個指數均有所下降。總的來看指數升降波動幅度不大。

特約分析師張立群認為：“7 月份 PMI 指數小幅回落，但繼續保持在擴張區間，表明中國經濟繼續保持平穩增長態勢。新訂單、新出口訂單指數回落，顯示未來出口增速可能回檔，但國內外市場需求總體平穩；生產指數回落，顯示工業增長率會有所降低；採購量指數提高、產成品、原材料庫存指數略降，生產經營活動預期指數提高，表明企業生產經營活動繼續保持較為活躍狀態。綜合研判，經濟仍在築底企穩期間，但增長的穩定性趨向提高。”

生產指數為 53.5%，比上月下降 0.9 個百分點。從企業規模來看，大型、中型企業的生產指數高於 50%，分別為 56.0%和 51.2%；小型企業低於 50%，為 48.3%。

新訂單指數為 52.8%，比上月下降 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型企業的新訂單指數高於 50%，分別為 55.4%和 50.2%；小型企業低於 50%，為 47.7%。

新出口訂單指數為 50.9%，比上月下降 1.1 個百分點。從企業規模來看，大型企業的新出口訂單指數高於 50%，為 51.8%；中型和小型企業低於 50%，同為 48.9%。

積壓訂單指數為 46.3%，比上月下降 0.9 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 46.7%、44.5%和 48.2%。

產成品庫存指數為 46.1%，比上月下降 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的產成品庫存指數均低於 50%，分別為 46.3%、46.5%和 44.8%。

採購量指數為 52.7%，比上月上升 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 55.0%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.5%和 49.8%。

進口指數為 51.1%，比上月下降 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型和小型企業的進口指數高於 50%，分別為 52.2%和 51.4%；中型企業低於 50%，為 47.2%。

購進價格指數為 57.9%，比上月上升 7.5 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高於 50%，分別為 57.5%和 58.7%和 58.0%。

出廠價格指數為 52.7%，比上月上升 3.6 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 53.6%、51.1%和 52.1%。

原材料庫存指數為 48.5%，比上月下降 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 48.9%、47.0%和 49.6%。

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，大型和中型企業的從業人員指數均低於 50%，分別為 49.7%、48.0%和 49.4%。

供應商配送時間指數為 50.1%，比上月上升 0.2 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 50.2%和 50.4%；小型企業低於 50%，為 49.0%。

生產經營活動預期指數為 59.1%，比上月上升 0.4 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 61.2%、56.9%和 55.1%。

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/T4754-2011）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