

## 8 月份製造業 PMI 為 51.0%

發佈時間：2020-08-31 08:59:34 溫東

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 2020 年 8 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.0%，比上月下降 0.1 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，新訂單指數、新出口訂單指數、積壓訂單指數、購進價格指數、從業人員指數、生產經營活動預期指數和出廠價格指數上升，指數升幅在 0.1 至 1.0 個百分點之間；供應商配送時間指數與上月持平；生產指數、產成品庫存指數、採購量指數、進口指數和原材料庫存指數下降，指數降幅在 0.1 至 0.7 個百分點之間。

特約分析師張立群認為：8 月份 PMI 指數小幅下降，表明經濟恢復進程減緩。從生產方面看，生產指數、採購量和原材料庫存指數等，都有不同幅度下降，表明企業進一步擴大生產的活動趨於謹慎；從需求方面看，新訂單、出口訂單、積壓訂單等指數，都有小幅提高，表明擴大內需政策效果繼續顯現；特別是出口有逆勢回升跡象。綜合研判，當前正處於生產與市場需求動態協調時期，需求恢復慢於生產恢復；對經濟回升的遲滯作用開始顯現。企業調查中，仍有超過半數的企業將市場需求不足列為主要困難。應著力加強擴大內需政策的實際效果，儘快提高市場需求的回升速度。

生產指數為 53.5%，比上月下降 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的生產指數高於 50%，分別為 55.3%和 54.1%；小型企業的生產指數低於 50%，為 48.1%。

新訂單指數為 52.0%，比上月上升 0.3 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 53.4%和 53.5%；小型企業的新訂單指數低於 50%，為 46.2%。

新出口訂單指數為 49.1%，比上月上升 0.7 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 50.3%；中型和小型企業的新出口訂單指數低於 50%，分別為 48.0%和 44.1%。

積壓訂單指數為 46.0%，比上月上升 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的積壓訂單指數都低於 50%，分別為 46.7%、46.8%和 43.2%。

產成品庫存指數為 47.1%，比上月下降 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的產成品庫存指數都低於 50%，分別為 47.4%、46.6%和 47.1%。

採購量指數為 51.7%，比上月下降 0.7 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 52.1%和 52.5%；小型企業的採購量指數低於 50%，為 49.6%。

進口指數為 49.0%，比上月下降 0.1 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的進口指數低於 50%，分別為 48.9%和 47.9%；小型企業的進口指數高於 50%，為 53.4%。

購進價格指數為 58.3%，比上月上升 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的購進價格指數都高於 50%，分別為 59.3%、57.6%和 56.8%。

出廠價格指數為 53.2%，比上月上升 1.0 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都高於 50%，分別為 54.5%、52.6%和 50.5%。

原材料庫存指數為 47.3%，比上月下降 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的原材料庫存指數都低於 50%，分別為 47.5%、47.4%和 46.6%。

從業人員指數為 49.4%，比上月上升 0.1 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%；中型和小型企業的從業人員指數都低於 50%，分別為 49.1%和 48.0%。

供應商配送時間指數為 50.4%，與上月持平。從企業規模來看，大型和中型企業的供應商配送時間指數都高於 50%，分別為 50.7%和 50.3%；小型企業的供應商配送時間指數低於 50%，為 49.8%。

生產經營活動預期指數為 58.6%，比上月上升 0.8 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的生產經營活動預期指數都高於 50%，分別為 60.6%、58.3%和 53.8%。

### 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/T4754-2017)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。