

## 11 月份中國製造業 PMI 為 51.8%

2017 年 11 月 30 日 09:01

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 11 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.8%，比上月上升 0.2 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，產成品庫存指數持平；購進價格、出廠價格、原材料庫存、從業人員指數有所下降；其餘 8 個指數均有所上升。其中，上升指數升幅均在 1 個百分點內；下降指數中，購進價格、出廠價格指數的降幅超過 1 個百分點。

特約分析師張立群認為：“11 月份 PMI 指數小幅回升，表明經濟平穩增長特點進一步明顯。生產指數由降轉升，預示工業增長平穩；訂單類指數回升，預示國內外市場需求平穩，出口增速可能略有回升；採購量指數略升，庫存類指數總體平穩，價格指數回落，表明市場供求關係趨於平衡，企業預期總體平穩，生產經營活動平穩。綜合研判，未來經濟平穩增長趨勢較為明顯。”

生產指數為 54.3%，比上月上升 0.9 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的生產指數均高於 50%，分別為 56.1%、52.3%和 50.6%。

新訂單指數為 53.6%，比上月上升 0.7 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 55.5%和 51.8%；小型企業低於 50%，為 49.5%。

新出口訂單指數為 50.8%，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 52.5%；中型和小型企業低於 50%，分別為 46.7%和 48.0%。

積壓訂單指數為 46.6%，比上月上升 1.0 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的積壓訂單指數均低於 50%，分別為 47.3%、46.2%和 44.3%。

產成品庫存指數為 46.1%，與上月持平。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%、47.1%和 43.5%。

採購量指數為 53.5%，比上月上升 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型企業採購量指數高於 50%，分別為 55.7%和 51.5%；小型企業低於 50%，為 48.5%。

進口指數為 51.0%，比上月上升 0.7 個百分點。從企業規模來看，大型企業的進口指數高於 50%，為 52.2%；中型和小型企業低於 50%，分別為 48.3%和 45.8%。

購進價格指數為 59.8%，比上月下降 3.6 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 59.6%、60.1%和 60.1%。

出廠價格指數為 53.8%，比上月下降 1.4 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 53.5%、53.7%和 55.2%。

原材料庫存指數為 48.4%，比上月下降 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%，分別為 49.1%、48.0%和 46.1%。

從業人員指數為 48.8%，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 49.3%、47.6%和 49.4%。

供應商配送時間指數為 49.5%，比上月上升 0.8 個百分點。從企業規模來看，大型企業的供應商配送時間指數位於 50%；中型和小型企業低於 50%，分別為 49.2%和 48.2%。

生產經營活動預期指數為 57.9%，比上月上升 0.9 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 59.6%、56.2%和 54.5%。

## 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