

12 月份中國製造業 PMI 為 51.6%

2017 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 2017 年 12 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.6%，比上月回落 0.2 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，生產、新訂單等 7 個指數略降，降幅較小，低於 0.5 個百分點；新出口訂單、購進價格、出廠價格等 6 個指數上升，其中購進價格指數上升明顯，升幅超高 2 個百分點。

特約分析師張立群認為：“12 月份 PMI 指數小幅下降，繼續保持在 51% 以上的水準，表明經濟平穩增長的特點更加明顯。生產指數小幅回落，預示今年四季度工業增速平穩；新訂單指數小幅回落，出口訂單指數提高，表明國內外市場需求總體平穩，出口轉好態勢明確。產成品庫存指數繼續降低，幅度較小；採購量指數，進口指數有所提高。表明企業生產經營狀態平穩，去庫存活動趨緩。綜合研判，未來經濟將保持平穩運行。”

生產指數為 54.0%，比上月回落 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業生產指數高於 50%，分別為 56.4% 和 51.8%；小型企業生產指數低於 50%，為 48.8%。

新訂單指數為 53.4%，比上月回落 0.2 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 55.7% 和 51.1%；小型企業低於 50%，為 48.5%。

新出口訂單指數為 51.9%，比上月上升 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 53.5%；中型和小型企業低於 50%，分別為 48.8% 和 45.7%。

積壓訂單指數為 46.3%，比上月回落 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 46.8%、46.6% 和 43.9%。

產成品庫存指數為 45.8%，比上月下降 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的產成品庫存指數均低於 50%，分別為 45.9%、45.4% 和 46.4%。

採購量指數為 53.6%，比上月上升 0.1 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 56.3% 和 51.0%；小型企業低於 50%，為 47.9%。

進口指數為 51.2%，比上月上升 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型和中小企業的進口指數高於 50%，分別為 51.7% 和 50.2%；小型企業低於 50%，為 47.9%。

購進價格指數為 62.2%，比上月上升 2.4 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 62.2%、62.3% 和 62.1%。

出廠價格指數為 54.4%，比上月上升 0.6 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 54.9%、53.5% 和 54.1%。

原材料庫存指數為 48.0%，比上月下降 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%，分別為 48.4%、47.9% 和 46.6%。

從業人員指數為 48.5%，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%，分別為 49.0%、47.9%和 47.8%。

供應商配送時間指數為 49.3%，比上月下降 0.2 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 48.5%和 48.3%。

生產經營活動預期指數為 58.7%，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均高於 50%，分別為 60.7%、57.2%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/T4754-2011)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