

2016 年 3 月份中國製造業 PMI 為 50.2%

2016 年 04 月 01 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 2016 年 3 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 50.2%，比上月上升 1.2 個百分點。從 12 個分項指數來看，同上月相比，產成品庫存指數有所下降，其餘 11 個指數均有所上升。在上升的指數中，生產、新訂單、新出口訂單等 9 個指數升幅超過 1 個百分點；採購量、購進價格、生產經營活動預期指數升幅最高，超過 4 個百分點。

特約分析師張立群認為：“3 月份 PMI 指數明顯提高，重回擴張區間，在考慮春節因素影響後，仍然可以認為經濟增長已初步觸底企穩。各項訂單指數、採購量指數、生產經營活動預期指數都出現明顯回升，表明企業生產經營活動趨向活躍；購進價格指數持續提高，可能預示去庫存活動將發生轉折性變化。根據 PMI 指數判斷，一季度經濟增速不會再下降。”

生產指數為 52.3%，比上月上升 2.1 個百分點。從企業規模來看，大型、中型企業生產指數高於 50%，分別為 54.4%、50.7%；小型企業低於 50%，為 48.8%。

新訂單指數為 51.4%，比上月上升 2.8 個百分點。從企業規模來看，大型企業新訂單指數高於 50%，為 53.5%；中型企業和小型企業低於 50%，分別為 49.1%和 48.0%。

新出口訂單指數為 50.2%，比上月上升 2.8 個百分點。從企業規模來看，大型企業新出口訂單指數高於 50%，為 51.4%；中型企業和小型企業低於 50%，分別為 47.9%和 46.0%。

積壓訂單指數為 45.7%，比上月上升 1.8 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業積壓訂單指數均低於 50%，分別為 46.4%、44.1%和 45.5%。

產成品庫存指數為 46.0%，比上月下降 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業產成品庫存指數均低於 50%，分別為 46.0%、45.6%和 46.3%。

採購量指數為 52.6%，比上月上升 4.7 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業採購量指數均高於 50%，分別為 53.7%、51.2%和 50.9%。

進口指數為 50.1%，比上月上升 4.3 個百分點。從企業規模來看，大型企業進口指數高於 50%，為 51.2%；中型企業和小型企業低於 50%，分別為 47.0%和 48.5%。

購進價格指數為 55.3%，比上月上升 5.1 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業購進價格指數均高於 50%，分別為 55.6%、55.6%和 53.1%。

原材料庫存指數為 48.2%，比上月上升 0.2 個百分點。從企業規模來看，大型企業、中型企業和小型企業的原材料庫存指數均低於 50%，分別為 48.3%、48.5%和 47.1%。

從業人員指數為 48.1%，比上月上升 0.5 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 48.5%、47.6%和 47.4%。

供應商配送時間指數為 51.3%，比上月上升 1.5 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 51.4%、51.0%和 51.6%。生產經營活動預期指數為 62.6%，比上月上升 4.7 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業生產經營活動預期指數均高於 50%，分別為 64.2%、61.3%和 58.0%。生產指數為 50.2%，比上月下降 1.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型企業生產指數高於 50%，分別為 51.9%、50.2%；小型企業低於 50%，為 42.5%。

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、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 12 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。

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。

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