

3 月份中國製造業 PMI 為 51.5%

字型大小：TIT 2018 年 03 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 2018 年 3 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 51.5%，比上月上升 1.2 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，除原材料購進價格指數持平、出廠價格指數有所下降外，其餘 11 指數均有所上升，升幅大多在 1 個百分點以上。

特約分析師張立群認為：“3 月份 PMI 指數明顯上升，表明隨著春節因素影響的消失，經濟平穩增長的特點進一步明顯。去年 12 月份開始，PMI 指數持續小幅回落；受春節因素影響，今年 2 月份出現較大幅度回落。對經濟增速下行的擔心隨之增加。3 月份資料表明，這一變化主要是季節性因素影響，經濟增長不存在趨勢性下行傾向。3 月份 PMI 主要指標較 2 月份均明顯提高，既表明春節因素產生的波動較為明顯；也表明自去年以來的市場需求平穩、生產經營活動較為活躍、預期良好等基本特點更為鮮明。價格類指數持平或略降，反映生產資料價格漲幅仍在收窄。綜合判斷，經濟平穩增長態勢更加明確。”

生產指數為 53.1%，比上月上升 2.4 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的生產指數均高於 50%，分別為 54.2%、52.0%和 50.6%。

新訂單指數為 53.3%，比上月上升 2.3 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的新訂單指數均高於 50%，分別為 54.4%、52.2%和 50.9%。

新出口訂單指數為 51.3%，比上月上升 2.3 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 49.2%和 46.4%。

積壓訂單指數為 46.0%，比上月上升 1.1 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 47.0%、44.3%和 45.1%。

產成品庫存指數為 47.3%，比上月上升 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的產成品庫存指數均低於 50%，分別為 48.6%、45.1%和 46.3%。

採購量指數為 53.0%，比上月上升 2.2 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的採購量指數均高於 50%，分別為 54.3%、51.3%和 51.0%。

進口指數為 51.3%，比上月上升 1.5 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的進口指數均高於 50%，分別為 51.2%、51.1%和 54.1%。

購進價格指數為 53.4%，與上月持平。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 52.3%、54.6%和 55.7%。

出廠價格指數為 48.9%，比上月下降 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型和中型企業的出廠價格指數低於 50%，分別為 47.7%和 49.8%；小型企業的出廠價格指數高於 50%，為 52.0%。

原材料庫存指數為 49.6%，比上月上升 0.3 個百分點。從企業規模來看，大型企業的原材料庫存指數高於 50%，為 50.1%；中型和小型企業低於 50%，同為 48.9%。

從業人員指數為 49.1%，比上月上升 1.0 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%；中型和小型企業低於 50%，分別為 47.5%和 49.2%。

供應商配送時間指數為 50.1%，比上月上升 1.7 個百分點。從企業規模來看，大型的供應商配送時間指數低於 50%，為 49.8%；中型和小型企業高於 50%，分別為 50.6%、50.2%。

生產經營活動預期指數為 58.7%，比上月上升 0.5 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的生產經營活動預期指數均高於 50%，分別為 59.0%、57.6%和 59.6%。

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