

3 月份製造業 PMI 指數為 50.5%

2019 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 2019 年 3 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 50.5%，比上月上升 1.3 個百分點。從 13 個分項指數來看，同上月相比，生產指數、新訂單指數、新出口訂單指數、積壓訂單指數、產成品庫存指數、採購量指數、進口指數、購進價格指數、出廠價格指數、原材料庫存指數、從業人員指數、供應商配送時間指數、生產經營活動預期指數均上升，指數升幅在 0.1 至 3.9 個百分點之間。

特約分析師張立群認為: 3 月份 PMI 指數明顯回升，而且重新回到 50%榮枯線以上，既有春節後恢復生產的季節性因素，也反映穩增長相關政策效果在進一步顯現。從相關指數看，目前企業信心，生產經營活動等都呈恢復態勢。從訂單指數看，新訂單指數環比提高幅度與上月相同，考慮到春節因素影響，可以認為市場需求恢復態勢尚不明顯，仍需在擴大內需上著力；出口訂單指數回升明顯，可能預示出口企業預期有所好轉，中美貿易談判釋放的積極信號開始發生作用。總體看，當前經濟仍處於企穩回升的關鍵時期，要繼續把兩會部署的相關工作做細做實，進一步鞏固和增強信心恢復，市場需求恢復和經濟增長回穩的好勢頭。

生產指數為 52.7%，比上月上升 3.2 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 53.6%、52%和 50.8%。

新訂單指數為 51.6%，比上月上升 1 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 52.5%和 51.2%；小型企業的新訂單指數低於 50%，為 49%。

新出口訂單指數為 47.1%，比上月上升 1.9 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的新出口訂單指數均低於 50%，分別為 48.6%、44.6%和 41.7%。

積壓訂單指數為 46.4%，比上月上升 2.8 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%、45.9%和 45.2%。

產成品庫存指數為 47%，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 47.2%、45.7%和 48.8%。

採購量指數為 51.2%，比上月上升 2.9 個百分點。從企業規模來看，大型企業的採購量指數高於 50%，為 52.3%；中型和小型企業的採購量指數低於 50%，分別為 49.8%和 49.9%。

進口指數為 48.7%，比上月上升 3.9 個百分點。從企業規模來看，小型企業的進口指數均高於 50%，為 54.3%；大型和中型企業的進口指數低於 50%，分別為 49.2%和 45.7%。

購進價格指數為 53.5%，比上月上升 1.6 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 53.4%、53.5%和 53.9%。

出廠價格指數為 51.4%，比上月上升 2.9 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高於 50%，分別為 52.4%和 51.3%。小型企業的出廠價格指數低於 50%，為 49.8%。

原材料庫存指數為 48.4%，比上月上升 2.1 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 48.2%、48.3%和 49.3%。

從業人員指數為 47.6%，比上月上升 0.1 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 48.6%、45.6%和 47.5%。

供應商配送時間指數為 50.2%，比上月上升 0.4 個百分點。從企業規模來看，大型和小型企業的供應商配送時間指數高於 50%，分別為 50.5%和 50.3%；中型企業的供應商配送時間指數均低於 50%，為 49.5%。

生產經營活動預期指數為 56.8%，比上月上升 0.6 個百分點。從企業規模來看，大型、中型和小型企業的生產經營活動預期指數均高於 50%，分別為 57.1%、56.5%和 56.5%。

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/T4754-2017)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。