

3 月份製造業 PMI 為 52.0%

發佈時間：2020-03-31 09:06:19 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 2020 年 3 月份中國製造業採購經理指數 (PMI) 為 52.0%，比上月上升 16.3 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、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上升，指數升幅在 3.0 至 26.3 個百分點之間；購進價格指數和出廠價格指數下降，指數降幅分別為 5.9 和 0.5 個百分點。

特約分析師張立群認為：3 月份 PMI 指數出現大幅提高，顯示復工復產成績顯著。但目前仍處疫情防控的特殊時期，經濟運行各個方面，包括 PMI 指數變動均帶有特殊情景下的明顯特點。PMI 指數反映的是與上個月的環比變化，由於 2 月份經濟活動受疫情衝擊最為嚴重，因此 3 月份 PMI 指數大幅提高符合預期。要特別注意的是：3 月份 PMI 指數處於榮枯線上，不表明經濟活動已全面恢復；必須與 PMI 指數常態水準變動所表達的經濟含義加以區別。要充分認識當前國內外經濟形勢的空前嚴峻和複雜，高度重視疫情對社會生產和三大需求的嚴重衝擊，全面落實中央政治局會議的一系列安排部署，把復工復產與擴大內需更緊密地銜接起來，確保中國經濟底部回升勢頭不斷得到鞏固與加強。

生產指數為 54.1%，比上月上升 26.3 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都高於 50%，分別為 55.3%、53.5%和 51.6%。

新訂單指數為 52.0%，比上月上升 22.7 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 53.2%和 51.4%；小型企業的新訂單指數低於 50%，為 49.7%。

新出口訂單指數為 46.4%，比上月上升 17.7 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都低於 50%，分別為 47.3%、44.2%和 46.3%。

積壓訂單指數為 46.3%，比上月上升 10.7 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都低於 50%，分別為 46.4%、45.2%和 47.7%。

產成品庫存指數為 49.1%，比上月上升 3.0 個百分點。從企業規模來看，小型企業的產成品庫存指數高於 50%，為 51.1%；大型和中型企業的產成品庫存指數低於 50%，分別為 48.6%和 48.8%。

採購量指數為 52.7%，比上月上升 23.4 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都高於 50%，分別為 53.5%、51.7%和 51.8%。

進口指數為 48.4%，比上月上升 16.5 個百分點。從企業規模來看，小型企業的進口指數高於 50%，為 54.1%；大型和中型企業的進口指數低於 50%，分別為 48.5%和 46.4%。

購進價格指數為 45.5%，比上月下降 5.9 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都低於 50%，分別為 44.6%、45.3%和 48.5%。

出廠價格指數為 43.8%，比上月下降 0.5 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都低於 50%，分別為 43.1%、44.4%和 44.8%。

原材料庫存指數為 49.0%，比上月上升 15.1 個百分點。從企業規模來看，小型企業的原材料庫存指數高於 50%，為 50.8%；大型和中型企業的原材料庫存指數低於 50%，分別為 48.8%和 48.2%。

從業人員指數為 50.9%，比上月上升 19.1 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 52.1%；中型和小型企業的從業人員指數低於 50%，分別為 49.5%和 49.7%。

供應商配送時間指數為 48.2%，比上月上升 16.1 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都低於 50%，分別為 49.7%、46.9%和 45.9%。

生產經營活動預期指數為 54.4%，比上月上升 12.6 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都高於 50%，分別為 55.5%、52.5%和 54.0%。

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。