

财新中国通用制造业 PMI™

3月份制造业运行回稳

要点归纳:

企业产出恢复增长

新订单连续两月下滑

新冠疫情继续影响供应与产能

2月份,在新冠疫情影响下,工厂曾大面积停工停产,交通出行普遍受限,中国制造业破纪录式下行。时至3月份,企业陆续复工复产,产出轻微回升,制造业运行基本回稳。不过,疫情仍然影响需求与供应链,新订单总量连续两月下行,供应速度急剧下降。

尽管如此,企业仍然乐观认为未来一年产出会有增长,许多制造商预期一旦疫情消退,需求将会复苏。

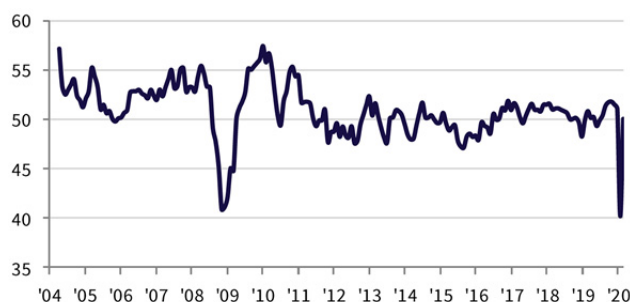
作为一个以单一数值概括制造业经济运行状况的综合指标,经季节性调整的**采购经理人指数 (PMI™)**在3月份录得50.1,较2月份的历史低点(40.3)回升,说明行业景气度基本回稳。相比上月为遏制疫情蔓延而全国实施严控,3月份改善幅度可谓强劲。

因工厂大面积停工和交通出行受限,制造业产量曾在2月份创下调查历史最大降幅,直至一季度末,随着部分限制措施放松,产出呈现回升苗头。不过,需求仍然疲弱,新订单总量连续两月下行。许多受访企业反映新冠疫情持续,导致订单被推迟或取消。此外,因全球各地都在竭力遏制疫情,3月份新出口订单量明显减少。

与此同时,就业数据显示用工进一步收缩,但收缩率较2月份放缓。据调查样本企业反映,用工收缩是员工自动离职和企业压缩成本所共同导致。另一方面,由于最近数月企业减产,产能压力继续存在,工作积压率虽然较上月放缓,仍然显著。

财新中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



资料来源: 财新, IHS Markit

随着复工复产,制造业采购活动在一季度末也轻微回升,但厂商反映原料短缺,需要增加动用原有库存,投入品库存因此明显下降。成品库存则呈现上升,但升幅轻微,原因与防疫限行导致物资运输困难有一定关系。

3月份,供应链压力仍然紧张,企业反映供应商产能收缩、原料短缺,导致投入品平均供应速度下降,降幅为略逾12年来次高。

平均投入成本则在去年8月份后首次出现下降,但降幅轻微。许多企业表示,成本下降与全球需求减弱有关。在成本下降的传导作用下,制造商普遍下调产品售价,以期提振销售。

对于未来一年的产出前景,制造商的乐观度仍接近2月份创下的5年高点。许多厂商乐观预期,一旦疫情好转,需求将会回升。

点评

财新智库莫尼塔研究董事长兼首席经济学家钟正生博士评论中国通用制造业 PMI™ 数据时表示：

“2020年3月，财新中国制造业PMI从上月的历史低点显著修复，但仅略高于荣枯线，录得50.1。这意味着，相比于2月经济活动的大面积停滞，3月制造业活动改善幅度仍然比较有限，本次调查是在12日-23日收集数据，也就是说到3月中旬，企业复工复产还在有序进行当中。扩张速度达到疫情之前的中枢水平。”

1) 制造业产出呈现扩张，但订单仍处于收缩状态。2月21日以来，海外疫情出现扩散、恶化，截至3月25日，中国以外确诊病例已达39.4万人，美国、欧洲、伊朗都是重灾区，相反，中国疫情已基本得到控制。海外疫情恶化，对制造业需求构成第二次冲击，导致新订单指数连续第二个月处于收缩区间，尤其是出口新订单指数，相较于疫情前的水平仍有一定差距。

2) 制造业采购库存仍显著收缩，而成品库存进一步扩张，积压工作仍快速增长，体现复工复产依然不足。受制于新订单的低迷，以及仍然受限的人流、物流，企业并没有增加原材料库存的行动，采购库存指数从上月历史低点，只出现了有限的修复，仍然处于近年来低位。而成品库存指数显著上升，主要与产品运输困难有关。积压工作指数仅较上月小幅回落，处于历史高位，这意味着企业复工复产仍然是不足的。

3) 工业品价格继续下跌。投入价格指数仍然高于产出价格指数，由于消费等终端需求尚未大面积恢复，制造业下游面临更大的降价的压力，原材料价格下跌向产成品价格下跌的传导较为充分。

4) 企业家对未来一年的景气度依然保有较高信心。未来产出指数仅从上月略微回落。制造业就业状况也相对稳定，本月就业指数已回到疫情前的中枢水平，尽管仍处于收缩区间。经济的基本运行条件（企业信心、居民收入）没有发生显著恶化，这是比较可喜的。

总结而言，3月制造业承受双重压力：一方面是复工复产尚不充分；另一方面，外需恶化、国内消费需求尚未大面积启动，因而造成生产扩张仍比较有限，没有看到明显的生产回补。但是企业家信心仍然较足，就业吸纳基本恢复到疫情之前的水平，这给经济在疫情之后的快速修复奠定了良好基础。”

新出口订单指数

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



资料来源：财新, IHS Markit

积压工作指数

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



资料来源：财新, IHS Markit

联络方式

钟正生博士
财新智库莫尼塔研究
董事长兼首席经济学家
电话: +86-10-8104-8016
zhongzhengsheng@cebm.com.cn

马玲
财新智库品牌传播部
高级总监
电话: +86-10-8590-5204
lingma@caixin.com

Annabel Fiddes
IHS Markit 首席经济师
电话: +44-1491-461-010
annabel.fiddes@ihsmarkit.com

Bernard Aw
IHS Markit 首席经济师
电话: +65 6922 4226
bernard.aw@ihsmarkit.com

Katherine Smith
IHS Markit 公关部
电话: +1-781-301-9311
katherine.smith@ihsmarkit.com

如果您不想收到来自 IHS Markit 的新闻稿, 请发送电子邮件至 katherine.smith@ihsmarkit.com。了解我们的隐私政策, 请点击[此处](#)。

调查方法

“财新中国通用制造业 PMI™”通过每月向组成样本库约 500 家私营或国有的制造业企业发出调查问卷, 由其采购主管负责填写, 然后由 IHS Markit 根据收集到的回复编制而成。调研样本库根据行业对中国国内生产总值 (GDP) 的影响, 按行业详细分类和公司用工规模予以分层抽样。本报告数据来自中国大陆, 不包括来自香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的数据。

调查问卷于每月下半月回收, 调查结果能够反映当月对比上月的变化趋向。每个单项指标的计算皆采用扩散指数方式, 指数值是回复“升高”的问卷比例与半数回复“不变”的问卷比例之和。指数值介于0至100之间, 高于50表示该单项相比上月整体上升, 低于50表示整体下降。然后, 还要根据季节因素对指数值加以调整。

当中的标题数据是“采购经理人指数 (PMI)”。PMI 乃以下五个单项指数的加权平均值: 新订单 (30%)、产出 (25%)、就业人数 (20%)、供应商供货时间 (15%)、采购库存 (10%); 其中供应商供货时间指数作反向计算, 使其可比性与其他指标一致。

主要调查数据一经发布后不再作任何修订, 但对于需要按季节调整的因素, 则会按实际情况不时修正, 这些修正可能会影响经季节性调整的系列数据。

有关 PMI 报告的调查方法, 敬请联系 economics@ihsmarkit.com。

数据收集及展示方法

3 月份数据于 2020 年 3 月 12-21 日收集。

本项调查数据采集于 2004 年 4 月。

关于财新

财新传媒是提供财经新闻及资讯服务的全媒体集团, 依托专业的团队和强大的原创新闻优势, 以网站、移动端、期刊、视频、图书、会议等多层次的业务平台, 为中国最具影响力的受众群, 提供准确、全面、深入的财经新闻产品。财新智库是财新传媒通过孵化另行建立的高端金融资讯服务平台, 旨在通过发展金融数据业务, 壮大宏观经济研究队伍, 服务于智库业务客户。

详细信息, 敬请浏览 www.caixin.com 和 www.caixinglobal.com。

关于 IHS Markit

IHS Markit (NYSE: INFO) 是世界首屈一指的资讯服务公司, 专注环球经济发展中的主要产业与市场, 提供与之相关的关键资讯、分析和方案。公司为商界、金融界、政府机关制订新时代的资讯、分析和方案服务, 致力提高客户的运作效率, 并提供精辟深入的独到见解, 以利客户在掌握充分资讯的基础上作出可靠决策。IHS Markit 拥有逾 50,000 家企业及政府客户, 包括 80% 财富世界五百强, 以及全球顶尖的金融机构。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其关联公司的注册商标。所有其他公司及产品商标, 皆归属其相应拥有者。© 2020 IHS Markit Ltd 版权所有。

关于 PMI

“采购经理人指数 (PMI)”调查目前涵盖全球逾 40 个国家及欧元区等重要区域。该指数系列已成为全球密切关注的商业调查资料, 因能够适时、准确而独到地把握每月经济脉搏而深受各国央行、金融市场和商业决策者推崇。详细资讯, 敬请浏览 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>。

声明

本报告内有关数据之知识产权属 IHS Markit 及/或其关联公司所有或获许使用。未经 IHS Markit 同意, 不得以任何未经授权的形式 (包括但不限于复制、发布或传输等) 使用本报告中出现的资料。对于本文所包含的内容或资讯 (“数据”), 或资料中的任何错误、偏颇、疏漏或延误, 或据此而采取之任何行动, IHS Markit 概不负责。对于因使用本文资料而产生的任何特殊的、附带的或相应的损失, IHS Markit 概不负责。IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其关联公司的注册商标。