PMI

财新中国
通用制造业
PMI 新闻稿

2022.11

财新 Caixin

最早发布时间：2022 年 12 月 1 日 09:45 (北京) / 01:45 (UTC 时间)

财新中国通用制造业 PMI™

11 月制造业景气状况轻微减弱

11 月份，疫情限制下，中国制造业运行继续受到影响。企业反映，在销售持续下降的背景下，产量进一步收缩，收缩率较 10 月份轻微加剧。不过，当月新接业务量的降幅收窄至 4 个月来最小。

疫情限制，加上生产需求下降，导致制造商减少采购，用工进一步收缩。另一方面，供应链延误明显，交期延误率为 5 月后最显著。展望未来 12 个月的生产前景，企业乐观度升至近 3 个月来最高，但相比历史水平仍属低迷。价格数据显示，投入成本轻微加速上扬，销售价格微降。

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 11 月份录得 49.4，较 10 月份（49.2）有所回升，显示中国制造业虽然连续第四个月景气收缩，但当月收缩率为 8 月后最小，仅算轻微。

截至 11 月，中国制造业产出已连续 3 个月下降，虽然降幅较 10 月份加剧，但整体仍算温和。企业普遍反映，产量下降与疫情限制有关，生产运营和客户需求都受到影响。

新订单也进一步收缩，但收缩率轻微，已放缓至 4 个月来最弱。疫情，加上由此导致的运输困难，也使外需受挫（连续 4 个月下滑）。据企业反映，全球经济走弱，导致出口销售减少，惟减幅尚算轻微。

需求减弱，防疫限制，也对用工造成影响。11 月份用工收缩率虽小，但却是 2020 年 2 月首轮疫情后最显著。部分企业指出，受防疫限制，工人无法到岗。不过，积压工作量稳定，产能压力因销售疲弱而有所缓解。

最新调查显示，制造商采购量重现下降。生产需求减少，企业相应削减采购。投入品库存因此轻微下降，成品库存也略见减少。

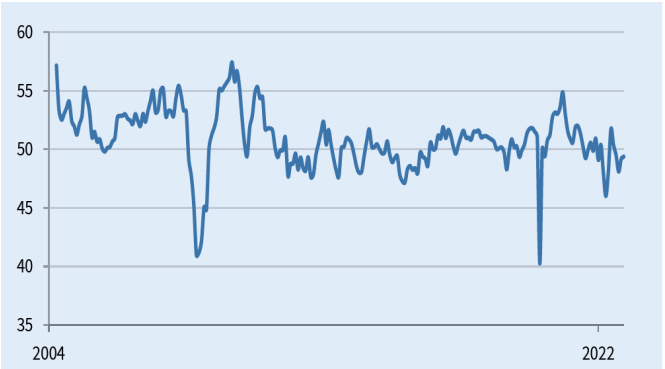
供应端交货迟缓问题整体明显加剧。据普遍反映，运输延误，供应商库存量低，导致交货延误。

与此同时，投入成本在 11 月份加速上扬，涨速虽尚温和，但已是 6 月份后最显著。据反映，金属和石油等部分原材料月内有涨价。另一方面，为保持竞争力，制造商当月下调了产品销售价格，但降幅仅算轻微，为 7 个月来最小。

展望未来一年，企业普遍预期增产，并且乐观度为 3 个月来最高。企业相信，生产运营会随疫情消退而恢复正常，顾客需求将随之反弹。这些预期支撑了业界的乐观信心。

中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

要点归纳:

疫情继续制约生产

新订单减少，减幅 4 个月来最小

供应链延误情况加剧

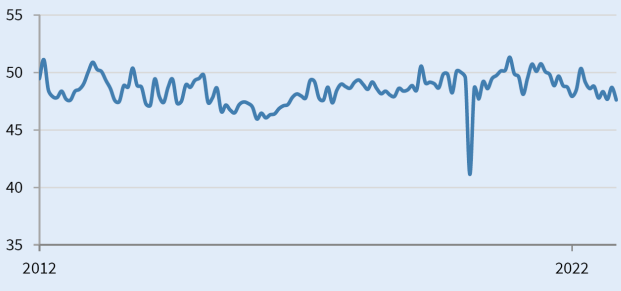
新出口订单指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）

数据来源：财新，标普全球

就业指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用制造业 PMI™ 数据时表示：

“2022年11月，财新中国制造业PMI录得49.4，较前月上升0.2个百分点，连续第四个月位于收缩区间。多地爆发局部疫情，对于制造业景气度形成制约。

制造业供给和需求继续收缩。散发疫情以及随之收紧的防控措施继续压制供求两端，生产指数、新订单指数分别连续第三、四个月低于荣枯线，其中生产端收缩更甚。同样受疫情管控影响，叠加海外经济衰退风险增加，新出口订单指数连续第四个月位于收缩区间。

就业大幅收缩。就业指数连续第八个月位于收缩区间。值得一提的是，11 月，制造业就业指数录得 2020 年 3 月以来的最差表现。疫情致部分工人难以返厂，需求端的疲弱令企业招聘新员工意愿不强。生产的收缩抵消了需求的弱势，11 月积压工作保持不变。

价格指数连续第二个月一升一降。金属和原油等大宗商品价格有所上浮，购进价格指数在扩张区间内微升。考虑到市场需求的弱势，制造业企业成本端价格的上涨难以向下游传递。11 月，出厂价格指数连续第七个月低于荣枯线。

供应商供应时间大幅延长。疫情管控对物流影响较大，供应商供应时间指数在收缩区间大幅下降（供应时间大幅延长）。市场的疲弱也突出反映在采购和库存上，11 月，采购量指数、原材料库存指数、产成品库存指数悉数落于收缩区间。

企业家乐观情绪有所加强。尽管经济景气度受疫情压制，11 月制造业生产经营预期指数有所回升。虽然指数仍低于长期均值，企业家对于疫情的快速消退仍有信心。

总体而言，由于局部散发疫情形势仍未得到好转，疫情持续对经济产生不利影响。生产收缩，需求承压，外需不振，就业恶化，物流迟滞，制造业企业经营压力增加。由于供应商供应时间指数是 PMI 的逆向指标，疫情导致的供应时间大幅延长部分抵消了 PMI 的降幅，致 11 月制造业景气度的下降程度被低估。

10 月以来，新冠疫情在多省市蔓延，对经济的冲击愈发明显，如何平衡疫情防控与经济发展再次成为核心议题。日前，中央对进一步优化防控工作的措施作出重要部署、提出明确要求，各地各部门如何将中央的要求部署落到实处便成为重中之重。需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力之下，就业指数长期处于低位，就业的低迷与‘三重压力’形成负面反馈，市场对于促就业、稳内需政策的要求格外迫切。政策层面应加强财政政策和货币政策协调配合，着力扩大内需，提高低收入群体的收入水平。”

调查方法

“财新中国通用制造业 PMI™”通过每月向样本库内约 650 家私营或国有的制造业企业发出调查问卷，由其采购主管填写，然后由标普全球（S&P Global）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。本报告数据采自中国大陆，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

数据于 2022 年 11 月 11-22 日收集。

本项调查数据采集始于 2004 年 4 月。

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。

关于财新

财新是提供财经新闻、高端金融数据和资讯的全媒体集团。以多层次的业务平台，覆盖中英媒体，提供优质新闻资讯服务。财新智库是集研究、数据、指数为一体的高端金融服务平台，以“成为新经济时代中国金融基础设施建造商”为愿景。

阅读详情：https://www.caixinglobal.com/index/

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

关于标普全球（S&P Global）

标普全球（NYSE：SPGI）提供多种重要情报，以利政府、企业、个人掌握正确数据、专业知识和相关技术，决策更有信心。我们帮助客户评估新的投资项目，辅导完善ESG治理体系，乃至指导供应链能源转型，我们为世界开启新机遇，攻克挑战，推进发展步伐。

标普全球备受世界各地决策机构追捧，就全球资本、大宗商品和汽车市场，提供信用评级、基准、分析和工作流程方案。透过各项服务，协助全球领先机构洞察当下，规划未来。

www.spglobal.com

声明

本报告内有关数据之知识产权属标普全球及/或其关联公司所有或获许使用。未经标普全球同意，不得以任何未经授权的形式（包括但不仅限于复制、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，标普全球概不负责。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，标普全球概不负责。Purchasing Managers’ Index™和 PMI™是 Markit Economics Limited 的注册商标或授权 Markit Economics Limited 及/或其关联公司使用。

本文内容由标普全球市场财智（S&P Global Market Intelligence）发布，并非由标普全球（S&P Global）另外管理之标普全球评级（S&P Global Ratings）发布。未经有关方面的书面同意，不得以任何形式复制本文中包括评级在内的任何信息、数据或材料（“内容”）。关于本文内容的准确性、充分性、完整性、适时性、可用性，以及无论出于任何原因而致之任何错误或遗漏（不论疏忽与否），或因使用本文内容而引发的任何后果，则有关方面、其关联公司与供应者（“内容供应者”）皆不能保证，也概不负责。关乎使用本文任何内容的任何损坏、费用、开支、法律费用、损失（包括收入损失、利润损失、以及机会成本），内容供应者一律概不负责。

联络方式

王喆博士

财新智库

高级经济学家

电话: +86-10-8590-5019

zhewang@caixin.com

马玲

财新智库

品牌传播部

电话: +86-10-8590-5204

lingma@caixin.com

Annabel Fiddes

标普全球市场财智

经济研究部副总监

电话：+44 1491 461 010

annabel.fiddes@spglobal.com

SungHa Park

标普全球市场财智

企业传讯部

电话：+82 2 6001 3128

sungha.park@spglobal.com

PMI™ by S&P Global

© 2022 年，版权属标普全球所有