

# PMI

财新中国  
通用制造业  
PMI 新闻稿

2023.6

# 财新中国通用制造业 PMI™

## 6 月份制造业生产增速减弱

最新 PMI 数据显示，6 月份中国制造业整体增速减弱。生产增速较 5 月份的 11 个月高点明显放缓，新订单增长整体仍然偏弱。与此同时，供应链表现进一步改善，投入成本明显下降。成本下降，加上制造商希望提升竞争力，买方市场普遍因此得益。

对于未来 12 个月的生产前景，企业的乐观度在 6 月份降至 8 个月来最低，部分企业担心市况相对低迷。因销售未如预期，加上企业着力重新调整产能，制造业用工规模已连续第四个月呈现收缩。

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 6 月份录得 50.5，继续保持在 50.0 荣枯线上方，显示制造业景气度连续两月有所改善。不过，当月数值低于 5 月份 (50.9)，而且景气改善率轻微，低于长期均值。

制造业生产曾在 5 月份创下 11 个月最强劲增速，但 6 月份增速放缓至轻微水平。月内增产的企业普遍表示原因与需求增强及新业务增长有关。

6 月份，新接业务总量小幅增加，增速较 5 月份轻微放缓。数据显示，当月增长动力主要来自内销改善，而新增出口业务量与上月大致持平。许多企业表示，全球经济状况相对疲弱，使外需受挫。

不过，鉴于新订单总量连续两月上升，制造商在 6 月份继续增加采购，采购库存随之进一步上升，但升幅尚属轻微。与此同时，成品库存继续微降。

中国制造业企业对用工保持审慎，用工规模连续第四个月下降。当月用工收缩尚算小幅，原因据反映与销售增长乏力、企业着力重新调整产能有关。另外，企业目前产能压力轻松，6 月份工作积压率仅算轻微。

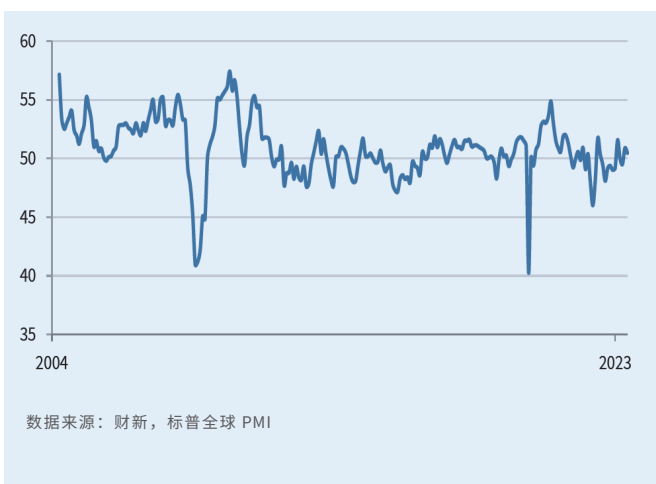
第二季末，投入品的供应速度虽继续加快，但改善率仍然轻微。据反映，供应链速度得以提升，普遍是因为原料供应改善。

一方面供应改善，另一方面需求低于预期，对投入品价格进一步构成下行压力。投入成本录得 2016 年 1 月后最快降速。样本企业普遍反映，钢铁、水泥、食品和油料等原料成本下降，然而，鉴于市场竞争加剧，同时也为了提振销售，制造商普遍通过下调产品销售价格，把节省的成本让利于顾客。

展望未来 12 个月的生产前景，制造商在 6 月份普遍感到乐观，预期经济会转强，销售会改善。不过，当月业界乐观度降至 8 个月来最低，部分企业对市况相对疲弱感到忧虑。

### 中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



#### 要点归纳：

需求增长仍然缓慢，产出增幅微弱

投入品价格录得 2016 年 1 月后最大降幅

企业信心降至 8 个月低点

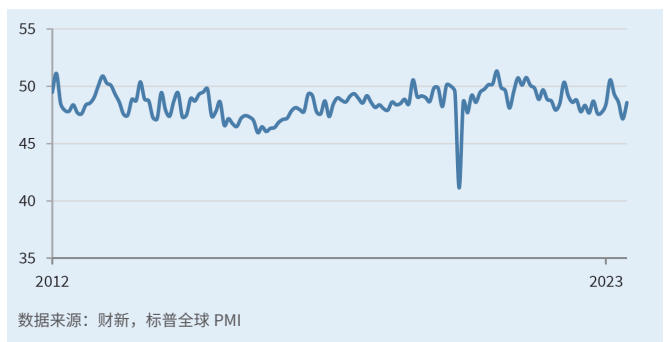
## 新出口订单指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



## 就业指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



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：

“2023年6月，财新中国制造业PMI录得50.5，较前月下降0.4个百分点。制造业景气度连续第二个月位于扩张区间，扩张速度边际趋缓。

制造业供给和需求略有改善。尽管制造业生产指数连续第五个月位于荣枯线上，但与前月大幅扩张不同，6月生产改善程度边际转弱。需求改善亦较为有限，其中主要来自内需的贡献，新订单指数过去五个月内第四次位于扩张区间。外需受全球经济低景气度影响基本保持稳定，新出口订单指数几乎位于荣枯线上。

制造业就业继续恶化。6月，制造业就业指数从前月三年多以来低点有所反弹，但仍显著低于荣枯线。需求改善弱于预期，企业产能持续调整，制造业就业连续第四个月保持收缩态势，尤以投资品生产企业为甚。制造业就业的减少对积压工作量影响不大。6月，积压工作指数略高于荣枯线。

价格指数继续显著下降。制造业购进价格指数和出厂价格指数连续第三个月大幅低于荣枯线，尤其是购进价格指数录得2016年2月以来的新低，显示通缩压力继续增加。6月，钢材、水泥、食品、原油等大宗商品价格出现不同程度下降。由于市场需求有限，制造业企业在出厂端议价能力不强。

供应商物流继续改善。供应商备货充足，供应时间持续缩短，供应商供应时间指数仍处扩张区间。此外，制造业企业采购量小幅增加，助推原材料库存小幅上涨。

企业家乐观情绪减弱。6月，制造业生产经营预期指数虽位于荣枯线上，但录得去年11月以来的最低值。部分受访者对于经济恢复节奏慢于预期表现出担忧态度。

总体而言，6月，制造业景气仍位于扩张区间，但扩张速度放缓。制造业供给、需求弱改善，就业继续转差，物流通畅程度加强，企业采购量增加，原材料库存小幅提升，价格水平持续走低，企业家信心有所减弱。

多项经济数据显示，当前经济恢复基础不牢固，修复速度不及预期。经济增长内生动力不足、需求偏弱、市场预期差仍是突出问题。6月，财新中国制造业PMI所反映的就业水平下降、通缩压力增加、乐观预期淡化亦指向这一事实。未来一段时期，相关政策在宏观层面应加强支持力度，微观层面应提高效率，确保政策红利直达市场主体，切实改善就业和市场预期。”

## 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](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

## 数据收集及展示方法

数据于 2023 年 6 月 12-22 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](http://www.caixin.com) 和 [www.caixinglobal.com](http://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](http://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。关于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](mailto:zhewang@caixin.com)

马玲

财新智库

品牌传播部

电话: +86-10-8590-5204

[lingma@caixin.com](mailto: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](mailto: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](mailto:sungha.park@spglobal.com)

PMI™

by S&P Global