

# PMI

财新中国  
通用制造业  
PMI 新闻稿

2023.9



# 财新中国通用制造业 PMI™

## 9 月份制造业景气轻微改善

9 月最新 PMI 数据显示，中国制造业连续两月景气轻微改善。新接业务总量进一步小幅增长，产出录得 4 个月来最显著扩张率。同时，新增出口业务量收缩率放缓，9 月份出口销量降幅轻微。不过，企业对未来一年的前景仍然相对信心低迷，导致制造业用工量下降。价格数据显示，平均投入成本加速上扬，录得 1 月份后最快涨速。因此，制造业产品售价在连降 6 个月于 9 月份出现上调。

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™)** 在第三季末录得 50.6，虽然低于 8 月份 (51.0)，但已略高于 2023 年以来的均值，并且显示行业景气度连续两月得到改善，惟改善率仍微。

9 月份，中国制造业产出连续第二个月录得增长，并且增速上升，为 4 个月来最高。增产的企业普遍表示原因是需求好转，还有部分企业提到 8 月份因极端高温而临时停产，所以 9 月份产量相对上升。

新订单总量也连续两月上升，但增速与 8 月份相近，同属小幅。在海外订单仍进一步收缩的背景下，新订单总量的增长主要是内需改善所带动。不过，当月新出口订单量降幅轻微，为 3 个月来最小。

经过 8 月份的扩张，制造业用工量在 9 月份小幅回落，主要原因是企业采取削减成本的措施，并且在员工自愿离职后没有填补空缺。另一方面，新增业务量持续上升，导致积压业务在 9 月份进一步加剧。不过，产能压力整体仍保持温和，工作积压率与 8 月份相近，仅算轻微。

9 月份，生产需求上升，带动采购进一步扩张，但幅度仅算轻微。成品库存与投入品库存也增幅微弱。

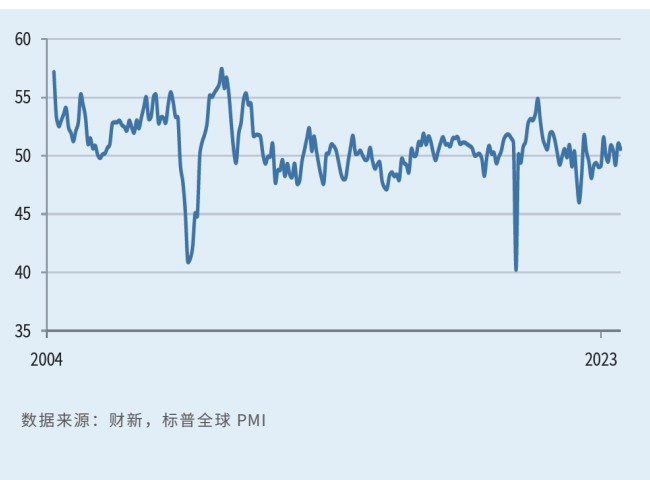
虽然供应链表现在 8 月份有所改善，但据报 9 月份部分地区出现恶劣天气，影响交通运输，导致采购交付时间整体略有拖延。

9 月份，价格压力抬头，原料成本上扬，投入品平均价格录得 1 月后最快涨速，但仍远低于本项调查的长期均值。成本压力增大，导致制造商在 7 个月来首次上调产品售价，并且加价幅度为 2022 年 3 月后最显著。

虽然业界对未来一年的生产前景持增长预期，但乐观度下滑至 12 个月来最低。支撑企业信心的因素包括客户需求预期改善，以及对新设备和新产品线的投资。不过，全球经济低迷，拖累了业界整体增长预期。

### 中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



#### 要点归纳:

产出与新订单连续两月回升

投入成本涨速 8 个月来最快

企业信心低迷，用工量下降

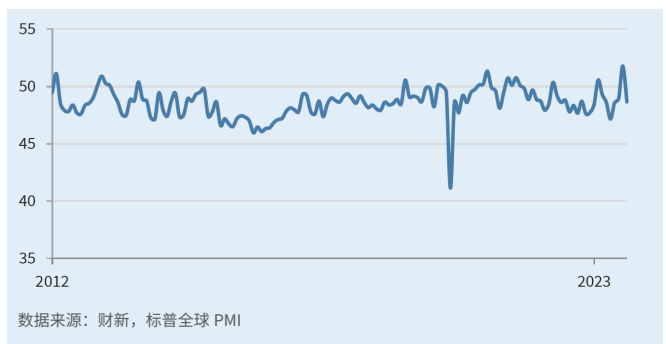
## 新出口订单指数

>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9月，财新中国制造业PMI录得50.6，较前月微降0.4个百分点，这是该指数近五个月来第四次录得荣枯线上，制造业景气度继续维持缓慢恢复态势。”

制造业供给和需求同步扩张。此前高温天气对于部分企业生产造成不利影响，9月生产有所回补。与此同时，市场需求稳步增加。制造业新订单指数和生产指数连续第二个月位于扩张区间。海外需求仍然偏弱，新出口订单指数继续低于荣枯线。

制造业就业重新出现下降。制造业就业在8月出现显著改善之后，9月再次下降。这是就业指数过去七个月内第六次录得收缩区间。消费品、投资品、中间品生产企业用工情况均有所恶化，其中以投资品为甚。市场需求平稳扩张，积压工作略有增多。

价格指数上升。工业金属、化工品、原油等原材料价格上涨，推动制造业成本上升，制造业购进价格指数录得今年2月以来新高。由于市场需求尚可，制造业企业得以将高成本向下游传递，制造业出厂价格结束连续六个月的下跌，9月指数站上荣枯线。

供应商物流略有迟滞。受部分地区恶劣天气影响，物流情况稍有恶化，供应商供应时间指数重回收缩区间。这也影响了部分产品的交

付，致产成品库存略有上升。此外，为应对市场需求，采购量和原材料库存也有所增加。

企业家仍维持乐观情绪。9月，制造业生产经营预期指数仍位于荣枯线上，续录得去年10月以来新低。受访者对未来一年全球经济前景有所担忧。

总体而言，9月，制造业景气度继续维持缓慢恢复态势。供求双双扩张，价格指数上涨，采购量和原材料库存稳步增加。不过与此同时，外需疲弱，就业承压，企业家乐观情绪也降至低点。

过去几月间，中央各项旨在促消费、扩投资、稳预期的政策密集出台，各项重要经济指标出现边际改善，宏观经济呈现企稳迹象。不过目前经济恢复基础仍不稳固，国内需求依然不足，外部不确定因素依然较多，就业市场压力仍然偏大。下一阶段，前期各项稳经济政策落地见效情况应是关注重点，稳就业、增收入等关键环节或需进一步加力。此外，房地产市场供求关系已发生重大变化，相关调控措施的放松对市场促进效果已较为有限，对居民可支配收入的挤压以及相关风险反而更值得关注。”



## 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@spglobal.com](mailto:economics@spglobal.com)。

## 数据收集及展示方法

数据于 2023 年 9 月 12-21 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://www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/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授权使用。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