

# PMI

财新中国  
通用制造业  
PMI 新闻稿

2021.2

# 财新中国通用制造业 PMI™

## 2 月份制造业 PMI 回落至 9 个月低点

2 月份 PMI 数据显示，中国制造业景气度进一步改善，但势头减弱。值得注意的是，产出与新业务量皆连续第三个月增速放缓。企业普遍反映，在最近调查期间，新冠疫情令需求受挫，对企业运营造成负面影响。新出口业务量连续两月下降，原料短缺与运输延误，导致供应商交货速度明显下降。然而，因预期全球经济将迎来反弹，业界非常看好未来一年的产出增长前景。

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 2 月份录得 50.9，低于 1 月份 (51.5)，显示制造业运行有轻微改善。值得注意的是，在始于去年 5 月的此轮复苏期内，2 月份的景气改善率最低。

标题指数值下降，部分原因在于产出扩张放缓。2 月份产量整体仅有小幅增长，增速放缓至 10 个月来最低。调查样本企业普遍表示产出增速与客户需求同步。新业务量整体增速轻微，为 9 个月来最低。虽然有企业反映需求转强，但也有报告显示疫情以及最近全球病例上升，令整体销售增长受挫。值得关注的是，新出口业务量已连续第二个月出现下降。

企业对于用工规模保持审慎，2 月份制造业就业小幅下降。另一方面，产能压力轻微，积压业务量自去年 5 月后首次出现下降，但降幅轻微。

与新业务量趋势一样，采购活动也增速轻微。与此同时，企业的采购库存连续第二个月录得下降，而成品库存微增。

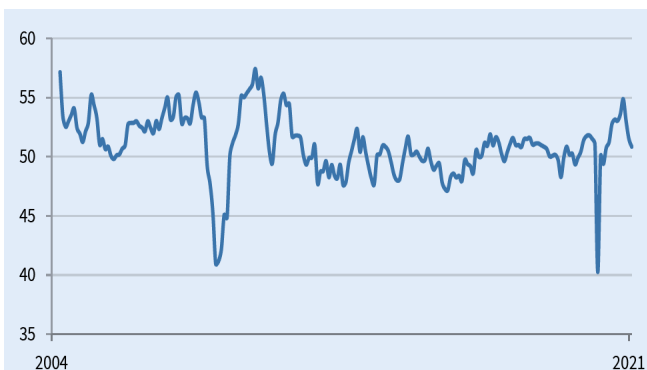
2 月份，存货短缺，加上各种出行限制，对供应链继续造成掣肘，投入品供应拖延率加剧至将近一年来最严重。

原料价格和运输费用上扬，进一步大幅推高制造业的投入成本。制造业产品售价因此也有实质上调，企业希望借此把成本负担的上涨压力部分转移给顾客。

中国制造业界普遍相信未来 12 个月产出将会增长，并且乐观度为六年半以来次高。业界预期疫情一旦结束，全球客户需求将会上升，加上新产品发布等计划，共同支撑了业界的乐观情绪。

### 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，IHS Markit

#### 要点归纳：

新业务量增速明显放缓，产出小幅扩张

疫情拖累出口销售与供应链

业界信心改善，预期全球经济将于未来数月复苏

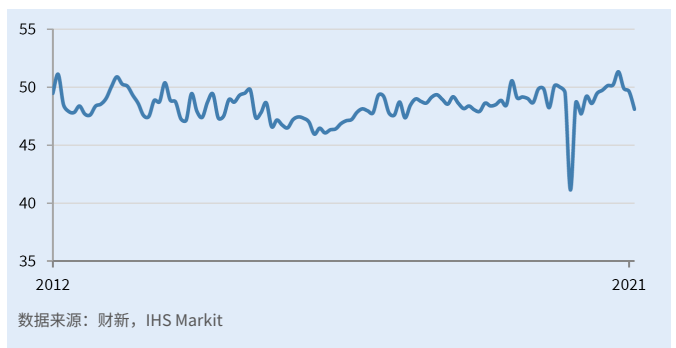
## 新出口订单指数

>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：

“2021年2月，财新中国制造业PMI录得50.9，虽连续第十个月位于扩张区间，显示疫情后经济仍在持续恢复，但该数值连续第三个月下降至去年6月以来的最低值，经济复苏边际效应进一步减弱。

1) 制造业供给、需求继续维持扩张态势，但扩张速度同步放缓。当月生产指数和新订单指数分别录得过去十个月和九个月的最低值。外需继续拖累总需求，新出口订单指数连续第二个月大幅低于荣枯线。调查中，受访企业强调了冬季海内外疫情对于市场景气度的负面影响。

2) 受供求增速放缓影响，就业市场继续承压。本月就业指数连续第三个月下降，也是连续第三个月位于收缩区间。市场恢复节奏放缓后，企业并不急于补充员工离职后的空缺。值得一提的是，当月积压工作数量九个月来首次下降，彰显市场需求的疲弱。

3) 价格指数持续高企，通胀压力持续增加。制造业企业购进价格指数大幅高于荣枯线，维持强势，过去三个月是2018年1月以来购进价格指数最高的三个月。受访企业表示原材料价格尤其是工业金属价格继续快速上涨，运输价格也有所上升。成本端价格上涨亦部分传至需求侧，当月制造业企业出厂价格仍大幅上升，维持了过去十个月的扩张势头。

4) 市场乐观预期增强。当月生产经营预期指数跳涨至2014年9月以来的第二高点，制造业企业经营者对于国内外疫情形势转好信心充足。

总体而言，2021年2月财新中国制造业PMI系列数据呈现三个特点：第一，制造业的复苏动能进一步减弱，供求增速放缓，就业压力增加；第二，原材料价格持续上涨，通胀压力持续增加；第三，尽管存在以上两点，目前企业对未来预期反而更加乐观，市场信心主要来自过去一年多疫情防控经验的积累，尤其是不利的秋冬时节即将结束的因素。目前看来，既要精心呵护后疫情时代经济复苏的态势，又要给予通胀足够的重视，则是政策面临的主要挑战。”



## 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](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

## 数据收集及展示方法

数据于 2021 年 2 月 2-18 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。

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 IHS Markit

IHS Markit (NYSE: INFO) 是世界首屈一指的资讯服务公司，专注环顾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。© 2021 IHS Markit Ltd 版权所有。

## 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。

## 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高级总监

电话: +86-10-8590-5204

[lingma@caixin.com](mailto:lingma@caixin.com)

Annabel Fiddes

IHS Markit 经济部副总监

电话: +44 1491 461 010

[annabel.fiddes@ihsmarkit.com](mailto:annabel.fiddes@ihsmarkit.com)

Katherine Smith

IHS Markit 公关部

电话: +1-781-301-9311

[katherine.smith@ihsmarkit.com](mailto:katherine.smith@ihsmarkit.com)