

PMI

财新中国
通用制造业
PMI 新闻稿

2022.7

财新中国通用制造业 PMI™

7 月份景气轻微改善

7 月份调查数据显示，随着疫情防控措施的放宽，中国制造业景气状况进一步改善，但整体增长动力较 6 月份减弱，产出和新增业务总量皆增速放缓。需求相对疲软，加上企业着力控制成本，导致用工数量继续下降，但企业仍有余力进一步清减积压业务。与此同时，月内成本压力显著缓和，平均投入成本的涨速回落至去年 12 月后最低，制造业产品销售价格则连续第三个月下降。

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 7 月份录得 50.4，虽低于 6 月份 (51.7)，但行业景气度环比仍有改善，惟改善率轻微，较 6 月份创下的 13 个月最高纪录放缓。

7 月份，新业务量整体增速放缓，导致标题指数下挫。新订单总量经 6 月份温和增长后，当月增速收窄至轻微。部分企业表示，最近一轮疫情后，市况持续复苏，支撑销售增长，但另外一些企业则反映需求相对低迷。7 月份，新增出口业务量也仅略有扩张。

与新订单的趋势一致，中国制造业的产量在 7 月份也出现增速放缓迹象。当月整体增速温和，较 6 月份创下的 19 个月最高记录回落。增速放缓，与客户需求疲软、新冠疫情余波未了、以及部分企业遭遇停电有关。

7 月份，中国制造商连续第二个月增加采购，但增幅不大。采购库存因此进一步上升，增速虽然温和，但已是 20 个月来最高记录。与此同时，成品库存略有下降，原因是向客户交货，以及部分企业鉴于客户需求疲软而不愿增加库存。

7 月份，中国制造业用工连续第四个月下降。据反映，最近用工收缩，原因与控制成本、销售低迷，员工自愿离职后没有填补空缺有关。此外，当月用工收缩率为 2020 年 4 月后最显著。尽管如此，制造业企业仍有余力连续第二个月轻微清减积压业务。

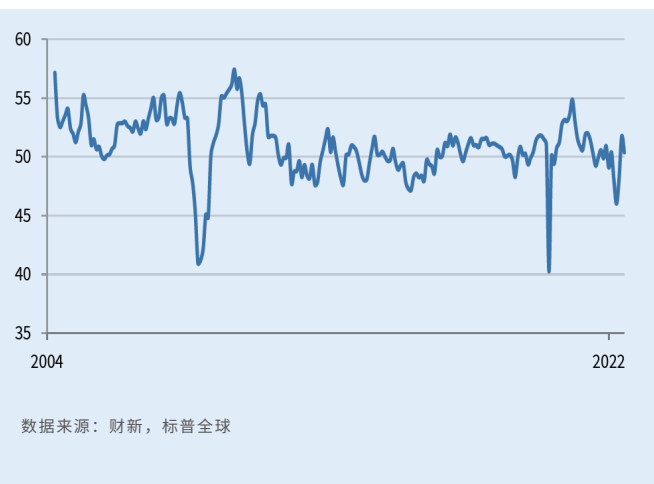
供应商的交货速度在 6 月份基本趋稳，至第三季度初略见放缓。企业普遍反映，库存和人手短缺，加上疫情阻扰，影响了供应。

7 月份调查数据表明，投入成本的涨速放缓至 7 个月来最低，整体成本负担略见上升。据调查样本企业反映，部分商品（如金属）价格下降，一定程度上抵消了其他材料和运输成本的上涨。另一方面，需求疲弱，导致制造业销售价格小幅下调。

因预计疫情后会有强劲复苏，加上公司有意扩张，制造业界普遍预期未来一年产量扩张。然而，由于担心新冠疫情和客户需求相对疲软，业界整体乐观度较 6 月份轻微减弱。

中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



要点归纳：

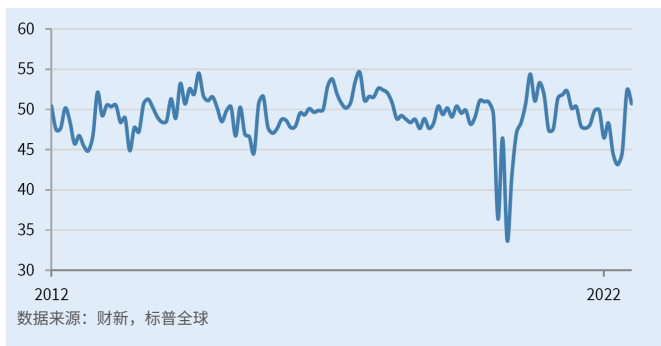
产量和新订单增速放缓

用工加速收缩

投入成本涨势显著放缓，销售价格继续下调

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：

“2022年7月，财新中国制造业PMI录得50.4，较前月下降1.3个百分点。疫情形势向好，景气度持续恢复，但速度有所放缓。

制造业供需均有改善。后疫情时期制造业生产秩序连续第二个月恢复，生产指数和新订单指数均位于扩张区间，不过较前月有所下降，显示恢复节奏趋缓。市场需求信心不足，部分企业用电紧张，部分地区仍存在散发疫情，均是影响因素。外需保持稳定，新出口订单指数略高于荣枯线。

就业持续疲弱。制造业供求回暖未能带来就业市场的改善，就业持续收缩，就业指数在过去12个月中第11次位于收缩区间。不仅如此，就业指数还创下自2020年5月以来的新低。市场需求低迷，企业降成本意愿强烈，扩大用工态度偏谨慎。

通胀压力缓解。受益于部分大宗商品价格的下降，制造业企业成本上涨幅度大幅趋缓。7月，购进价格指数仅略高于荣枯线。而在收费端，有限的市场需求形成持续压制，出厂价格指数连续第三个月低于荣枯线。不过，消费品出厂价格有所上涨。

供应链总体平稳。散发疫情对物流供应还有所破坏，原材料和工人短缺也所有影响，供应商供应时间略有延长。制造业企业积压订单有所减少，采购量略有增加，原材料库存相应增多。

企业家维持乐观情绪。相比前月，制造业生产经营预期指数微降，并维持在长期均值之下。企业家的担忧仍主要来自疫情的反复和市场需求的萎缩。

总体而言，2022年7月，疫情形势的向好和管控措施的放松助力制造业景气度持续恢复。供给和需求持续改善，供强需弱格局维持；就业市场反馈有所迟滞，仍处于收缩区间；成本端稳中有升，收费端继续下降，企业盈利面临挑战；市场乐观情绪维持，但对经济前景亦所有担忧。

二季度主要宏观经济指标显示此轮疫情对经济的短期冲击已逐步消退，三季度将是经济修复的重要窗口期。7月，制造业景气度连续第二个月改善，但恢复基础尚不牢固。中央已明确不会出台超大规模刺激措施，加快现有政策落地见效是更为务实的选择。此外，就业市场持续承压，低收入群体经济状况持续恶化，加大稳就业力度、提高补助发放和临时救助水平应是施策重点。”



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 7 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://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

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