

PMI

财新中国
通用制造业
PMI 新闻稿

2023.8

财新中国通用制造业 PMI™

8 月份制造业景气改善

8 月 PMI 数据显示，中国制造业景气改善，创下 6 个月来最快增速。据反映，随着市场需求增强，产出与新订单总量皆恢复增长。不过，新增出口业务量仍进一步下降，惟降幅尚算轻微。制造业企业相应增加采购与用工，用工增速更创下 2010 年 3 月后新高。成本压力轻微抬头，生产资料平均价格在 6 个月来首度上扬，但为争取新订单，制造商继续下调产品售价，但降幅仅算轻微。

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 8 月份录得 51.0，从 7 月份的 49.2 回升至 50.0 荣枯线上方，显示制造业景气改善。指数值在最近四个月来第三次录得高于荣枯线，当月改善率虽然轻微，但在 2 月后已是最佳表现。

月内新订单恢复增长，支撑整体景气回升。企业表示，市况基本面改善，有助刺激顾客消费。虽然 8 月份新增出口订单量进一步下降，但整体销售仍有小幅回升，说明主要增长动力来自内需改善。不过，当月出口订单的降幅仅算轻微，相比 7 月份确有放缓。

新业务量增加，厂商在 8 月份相应扩大生产，产出增速虽然尚小，但已属最近一年来最高之列。

新订单增加，促使制造商扩大采购，但对于提高库存则仍保持审慎，因此虽然采购数量抵消了 7 月份的轻微收缩，但采购库存仍略有下降。成品库存则相反，连续两月轻微上升。

为配合增产计划，中国制造业用工规模在 8 月份恢复增长，增速虽然尚低，但已创下 2010 年 3 月后最高记录。虽然增加用工，但积压工作量仍连续第三个月轻微上升。据反映，销售改善，加上部分企业因高温导致临时停产，造成积压工作量增多。

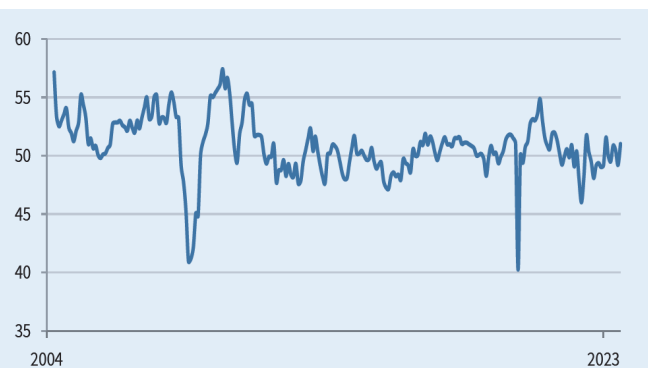
7 月份的供应延误现象在 8 月份略有改善，供应速度加快，原因普遍与供应商产能提升和原料供应改善有关。

包括金属在内的部分原料成本上扬，导致 8 月份制造业运营成本重现上升。最新数据显示，这是 2 月后投入成本首度上扬，但升幅尚算轻微。不过，为争取新业务，加上客户要求折扣优惠，8 月份制造业产品平均售价微降。

8 月份，制造业界对未来 12 个月的生产前景保持乐观。企业普遍寄望全球经济状况改善和新产品问世能支撑未来数月产量上升。不过，当月企业的整体乐观度下滑，为 11 个月来最低。

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 PMI

要点归纳：

产出与新订单回升

用工恢复扩张

投入成本自 2 月后首度上扬

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8月，财新中国制造业PMI录得51.0，较前月上升1.8个百分点，近四个月来第三次录得荣枯线上，制造业景气度有所恢复。

制造业供给和需求同步扩张。尽管高温天气对于部分企业生产有所影响，但市场总体需求改善，供给增加，制造业新订单指数和生产指数双双回升至扩张区间。海外需求仍是拖累项，新出口订单指数虽有所回升，但仍显著低于荣枯线，主要经济体衰退风险增加抑制外需。

制造业就业出现改善。市场景气度增强，消费品、投资品、中间品生产企业用工情况均随之改善，尤以消费品生产企业为甚。制造业就业指数近六个月来首次升至扩张区间，不仅如此，该指数还录得2010年4月以来新高。极端天气情况对积压工作有轻微影响，积压工作指数略高于荣枯线。

价格指数微升。原材料价格尤其是工业金属价格上涨，助推制造业购进价格指数今年4月以来首次站上荣枯线，不过扩张程度极为有限。出厂端制造业企业之间的激烈竞争仍制约议价空间，制造业出厂价格指数过去16个月中第15个月位于收缩区间。

供应商物流速度略有加快。供应商库存短缺情况有所好转，物流情

况改善，供应商供应时间指数略高于荣枯线。8月，制造业企业采购量有所增加但幅度有限，原材料价格上涨是其中原因之一，原材料库存水平因而略有下降。

企业家仍维持乐观情绪。8月，制造业生产经营预期指数仍位于荣枯线上，却录得去年10月以来新低。受访者对未来一年内、外需前景表示担忧。

总体而言，8月，制造业景气度有所改善，除出口不振外，供给、需求、就业指数均位于扩张区间，价格小幅上涨缓冲了通缩压力，物流保持通畅，原材料库存下降，企业家维持乐观情绪但程度有限。

三季度开局消费、投资、工业生产等指标再次普遍低于市场预期，国家统计局相关负责人对此做了三方面的解读：第一，季节性正常波动效应；第二，高温天气和部分地区严重洪涝灾害；第三，世界政治经济形势错综复杂，国内需求仍显不足。展望未来，季节性影响会逐步消退，但内部需求不足和弱预期的问题或在更长时期形成负面循环，叠加外需的不确定性，经济下行压力恐不断加大。当前，稳预期和增加居民收入仍是施策重点。内外部经济环境形势日趋复杂，相关支持政策的紧迫性和必要性进一步增加。”



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 2023 年 8 月 10-22 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