

PMI

财新中国
通用制造业
PMI 新闻稿

2023.10

财新中国通用制造业 PMI®

10 月份制造业产量微降

10 月最新 PMI 数据显示，中国制造业整体景气状况重返下行区间，但总体降幅尚算轻微。受外需疲弱影响，销售整体增速放缓，企业因而转向减产，并且收缩采购和降低投入品库存。行业整体用工量也有所下降，降速较 9 月份加剧。价格方面，制造业投入品平均价格录得 1 月份后最高涨速，制造业产品销售价格也相应进一步上调。

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 10 月份录得 49.5，较 9 月份 (50.6) 有所下降，并且低于 50.0 临界值，显示制造业景气度重返收缩区间。当月收缩率虽然轻微，但自 7 月后尚是首次录得景气下行。

10 月份，制造业产量转为收缩，拖累标题指数下行。当月产出收缩虽然轻微，但与此前两月的小幅扩张趋势已背道而驰。减产的企业普遍表示原因与销售相对疲弱有关，尤其海外市场。

新订单总量连续三个月增长，但增速放缓至极微。调查样本企业普遍提到全球经济疲软，加上高物价，导致销售受挫。值得注意的是，截至 10 月份，新出口订单量已连续 4 个月下降，但降幅轻微。

产量下降，客户需求相对低迷，厂商的采购意愿也受到影响，采购数量在 7 月后首次回落。同时，为了控制成本，制造商也更多地动用现有库存，导致投入品库存温和下降。另一方面，因销售未如预期，加上发货货运延误，导致成品库存创下 2015 年 9 月后最显著积压率。

供应链方面，投入品采购交付速度在 10 月份整体略有改善。部分企业反映，要求供应商加快付运，有助略为缩短交期。

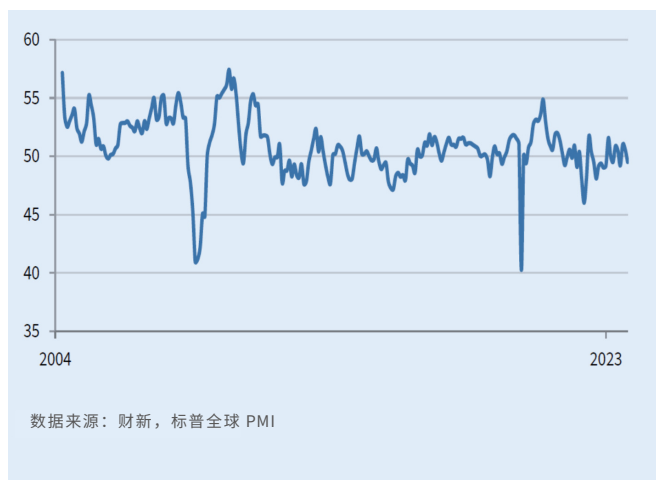
10 月份，制造业企业连续第二个月压缩用工，用工降幅为 5 月份后最显著。有迹象表明，顾客需求减弱，加上削减成本的措施，导致企业重新调整用工数量。同时，积压业务量继续轻微上升，部分企业表示原因与最近新业务增加及产能压力有关。

10 月份，中国制造业平均投入价格进一步上扬，涨速虽小，但已创下 1 月份后最高记录，厂商普遍提到原料和油价上扬。经营成本增加，制造商通过上调销售价格，将部分压力传导至客户，但加价幅度也同属小幅。

对于未来 12 个月的生产前景，企业的信心度在 10 月份继续减弱，并且降至 2022 年 9 月后最低。虽然部分企业预期新产品发布和海内外客户需求改善，会有助支撑增长，但其他企业对全球经济疲软表示忧虑。

中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



要点归纳：

销售增速放缓，产量相应减少

采购与用工收缩

投入成本涨速突破 9 个月高点

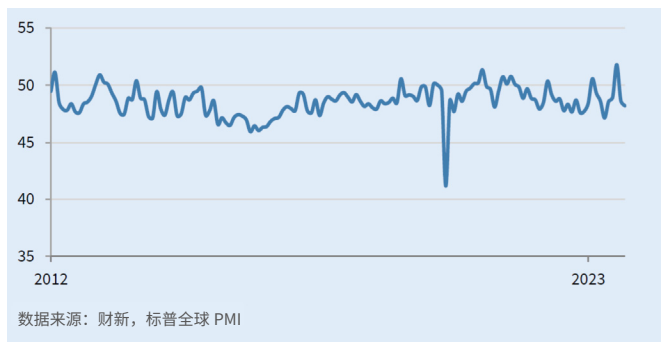
新出口订单指数

>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10月，财新中国制造业PMI录得49.5，较前月下降1.1个百分点，该指数近三个月来首次落于收缩区间，制造业景气度有所下降。

制造业需求缓慢扩张，供给收缩。制造业新订单指数连续第三个月位于扩张区间，但已连降两月，需求扩张速度减缓；外需则是继续下降，新出口订单指数连续第四个月低于荣枯线。受此影响，制造业企业相应减少了供给，生产指数三个月来首次录得荣枯线下。

制造业就业持续下降。就业指数过去八个月内第七次录得收缩区间，并刷新今年6月以来的最低值。市场景气度有限，成本压力有所增加，企业选择减少用工。由于产能下降，积压工作随之增多，积压工作指数连续第五个月高于荣枯线。

价格水平上升。10月，制造业购进价格指数和出厂价格指数双双位于扩张区间。成本端压力的增加来自原材料和原油价格的上涨，购进价格指数达到今年2月以来的最高点；销售价格的上升更多来自成本的传导，考虑到市场需求仍较薄弱，企业提价空间有限。

供应商物流时间略有加快。物流运输压力不大，供应商供应时间指数在过去九个月中第七次高于荣枯线。市场景气度有限，企业采购

量下降，因此原材料库存有所减少。弱需求致产成品库存显著增加。

企业家乐观情绪继续下探。10月，制造业生产经营预期指数仍位于荣枯线上，但续录得去年10月以来新低。受访者对未来一年全球经济前景较为担忧。

总体而言，10月，制造业景气度不高。供给、就业、外需均不同程度下降，内需维持扩张态势但速度渐缓。成本和销售价格上涨，采购量下降，产成品库存增加。企业家乐观情绪继续减弱。

三季度多项经济数据好于市场预期，消费尤其是服务消费显示出一定韧性，经济现筑底回升迹象。不过目前经济恢复基础仍不稳固，需求偏弱，内外部不确定因素较多，预期仍较为疲弱。政策层面，在前期多项促消费、扩投资、稳预期政策基础上，中央日前决定增发1万亿元国债，用于支持灾后重建和提升防灾减灾救灾能力。这部分基础设施建设投资将有助于稳经济大盘，但对于居民收入增加以及就业和预期改善的传导效应还需进一步观察。”



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均采用扩散指数方式，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。

数据收集及展示方法

数据于 2023 年 10 月 12-23 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 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

免责声明

本报告期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数据。对于本文所包含的内容或资讯（“数据”），或数据中的任何错误、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。对于因使用本文数据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 S&P Global Inc 的注册商标或授权 S&P Global Inc 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