

PMI

财新中国
通用制造业
PMI 新闻稿

2024.2



财新中国通用制造业 PMI®

2 月景气状况继续轻微改善

最新 PMI®数据显示，2024 年第一季度中期，中国制造业运行持续改善。据企业反映，产量与新订单量进一步增长，增速皆略超 1 月份，当中新出口订单的增长起到部分助推作用。企业对未来一年的生产前景也信心上扬，乐观度升至 10 个月新高。不过，2 月份用工数量略有收缩，反映企业心态仍然保持审慎。

价格方面，平均投入成本升幅微弱，为 7 个月来最小。另一方面，为了争取新订单，制造业销售价格整体有轻微下调。

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 2 月份录得 50.9，略高于 1 月份 (50.8)，显示行业景气度继续轻微改善。最近 4 个月以来，制造业持续景气改善，最新 PMI 值也创下 2023 年 8 月后最佳记录。

2 月份制造业产量轻微加速增长，助推综合指数上升。当月产出增速虽然温和，但已刷新 2023 年 5 月后最高记录，企业普遍表示原因是市况持续改善，新订单量增长。

中国制造业 2 月份的新接业务总量也加速增长，虽然整体增速仍然轻微，但新增出口业务量连续两月回升，一定程度上助力新订单总量上升。新出口订单当前增速尚微，但企业反映全球需求基本面有所改善。

鉴于产量持续上升，制造商在 2 月份继续增加采购，增幅虽小，但已是 2023 年 3 月后最显著。2 月份采购库存量也随之上升，并且创下 2020 年底以来最快增速。成品库存则相反，自去年 6 月后首次出现下降，原因普遍与厂商需要交付订单有关。

年初供应端的整体表现曾略有改善，但至 2 月份又轻微转差。据调查样本企业反映，运输延误，影响供应商交货。

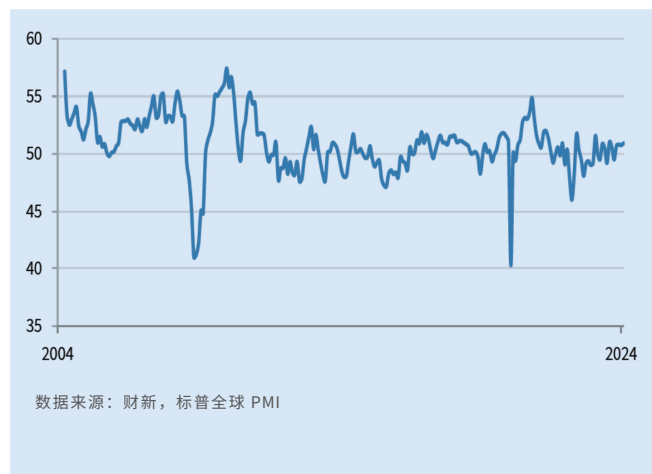
2 月份，产出增速大于新业务增量，因此虽然厂商进一步压缩用工，积压业务量仍继续下降。不过，用工整体减幅仍然轻微，厂商削减人手，只是因为公司重组或出于成本考虑。

制造业的成本涨速在 2 月份继续放缓，特别是投入品价格涨幅极微，为 7 个月来最小。另一方面，为刺激新业务，制造商连续第二个月轻微下调销售价格。

对于未来一年的生产前景，中国制造业界表示乐观，信心度为 2023 年 4 月后最高。支撑企业乐观预期的因素包括全球经济状况改善、新产品线和对新设备的投资。

中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节调整）



要点归纳：

产出与新订单持续增长

企业乐观度连续两月改善

投入成本涨速微降至 7 个月低点，销售价格下调

新出口订单指数

>50 = 较上月改善（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：

“2024年2月，财新中国制造业PMI录得50.9，较前月微升0.1个百分点，该指数已经连续四个月位于扩张区间，制造业景气度持续提升。

制造业供给和需求继续扩张。市场景气度改善背景下，制造业企业生产、需求、外需不同程度提速。2月，制造业生产指数、新订单指数、新出口订单指数分别在扩张区间内上升0.1至0.3个百分点不等，其中新出口订单指数录得一年来新高。

制造业就业下降。尽管市场供求均有改善，但就业市场仍然偏紧，企业降本增效压力大。

消费品生产企业人员的增加无法抵消投资品和中间品生产企业员工的减少。就业指数连续第六个月位于荣枯线下，并较前月略有下降。

由于市场需求增速慢于生产，现有产能足以消化额外的订单，制造业企业积压工作量微降。

价格水平疲弱。部分企业反映原材料价格有所上涨，但总体上成本侧价格水平稳定，制造业购进价格指数仅略高于荣枯线，并录得去年8月以来的低点。

制造业企业销售端压力更大，激烈的市场竞争限制了企业的议价能力，制造业出厂价格指数连续第二个月位于荣枯线下。

就业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



供应商物流略有迟滞。受部分区域恶劣天气影响，物流通畅度有所减弱，供应商供应时间指数降至荣枯线下。由于企业生产较为活跃，采购量和原材料库存均有增加，其中原材料库存指数还录得2020年12月以来新高。

制造业企业家乐观情绪继续提升。生产经营预期指数续创去年5月以来新高，企业家预期未来一年全球经济回暖，内外部需求增加。

总体而言，2月，制造业景气度继续向好，供给需求双双扩张，采购量增加，原材料库存上升，企业乐观预期也有改善。不过就业仍然位于收缩区间，价格水平低迷，通缩压力犹在。

财新中国制造业 PMI 自 2021 年下半年来首次连续四个月高于荣枯线，显示经济总体回升向好，高质量发展扎实推进。

不过，经济面临的困难和压力依然较大，不利因素和不确定性仍然偏多。新订单指数低于生产指数，生产和销售端价格持续低迷，内外需仍显不足；就业指数长期徘徊在荣枯线下，企业增员扩产积极性不高，乐观预期有待进一步夯实。

2024 年初，各项稳增长政策持续加码，春节后各地政府亦通过一系列会议传递稳经济意愿、提振市场主体信心。未来一段时间，前期各项政策落地见效情况应是关注重点，政策在保障民生和改善预期等环节或需进一步发力。”



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。

数据收集及展示方法

数据于 2024 年 2 月 2 - 21 日收集。
本项调查数据收集始于 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

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