

PMI

财新中国
通用制造业
PMI 新闻稿

2024.12



财新中国通用制造业 PMI®

2024 年底制造业保持扩张

2024 年最后一月，中国制造业保持扩张，但新订单量与产量的增速皆有所放缓。出口订单减少，影响整体销量。用工量下降，企业信心减弱。此外，中国制造商还下调了产品售价，希望自行消化成本涨幅，以支持销售。

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 12 月录得 50.5，低于 11 月份（51.5）。当月 PMI 数值仍然高于 50.0 临界值，说明制造业景气度连续第三个月得到改善，但指数值比 11 月有所下降，显示景气改善度放缓，整体仅算轻微。

12 月，制造业生产连续 14 个月保持增长，但增速随新订单增速放缓而降至轻微水平。虽然基础需求改善，加上企业的业务拓展取得成效，新订单量因此连续第三个月保持增长，但其增速随外需减弱而有所放缓。事实上，出口订单在 11 月份录得 7 个月最高增速后就陷入收缩。

与此同时，新订单增加，带动采购活动连续第三个月扩张。采购库存也同步上升，原因据反映是部分厂商有意建立安全库存。虽然采购量在增加，但供应端仍能录得 5 月份后首个改善记录（惟改善率尚微）。成品库存在 12 月也有所上升，并且已是 7 个月连增，但增速随生产增速放缓而下降。

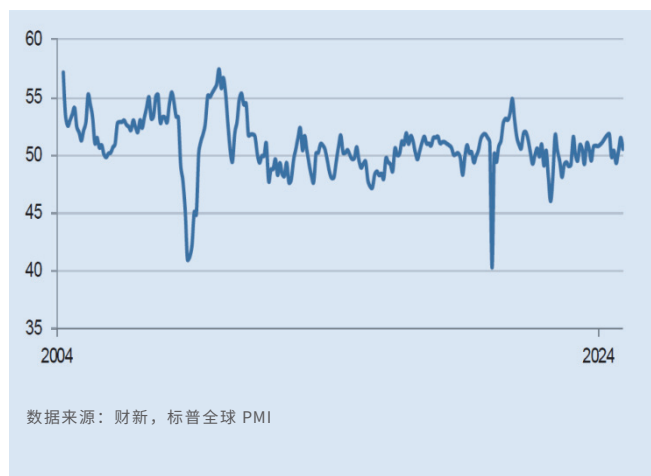
年底新订单增加，导致新一轮业务积压，但积压率已放缓至轻微水平。随着产能压力下降，制造商在 12 月继续削减用工，但减幅在当前 4 个月来为最小。

价格方面，平均销售价格自 9 月份后首次录得下降，虽然降幅尚小，但与投入品价格的继续上扬形成反差。调查样本企业表示，为支持销售而选择了自行消化成本涨幅，并进一步下调了产品销售价格。12 月出口售价也有所下降。

最后，在最近调查期间，企业信心减弱，乐观度降至 9 月份后最低点。虽然寄望未来一年新产品和政策能推动销售增长，但企业对增长潜力和贸易前景仍感忧虑，特别是考虑到来自的美国关税威胁。

中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节调整）



要点归纳：

新订单与产出皆较 11 月增速放缓

就业轻微收缩

投入成本上扬，但平均销售价格下降

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12月，财新中国制造业PMI录得50.5，较前月下降1.0个百分点，制造业景气度连续第三个月保持扩张。”

制造业供需增加。市场继续回暖，生产和需求均保持扩张势头。12月，制造业生产指数连续第14个月录得荣枯线上，新订单指数亦连续第三个月维持在扩张区间，不过两者扩张势头较前月均有所放缓，尤其是投资品生产和销售出现收缩。

12月，出口成为需求拖累，外部经济环境和国际贸易不确定性增加，新出口订单指数降至收缩区间，这也是该指数过去五个月中第四次录得荣枯线之下。

制造业就业继续收缩。供求连续数月的扩张无助于就业市场的改善，制造业企业在员工使用方面态度谨慎，制造业就业指数连续第四个月位于收缩区间，其中投资品和中间品生产企业用工下降尤为明显，消费品生产企业就业稳定。

市场需求的增加继续累积未处理订单，积压工作指数连续第三个月高于荣枯线。

制造业价格一升一降。制造业购进价格指数连续第三个月高于荣枯线但幅度有限，原材料成本上涨是背后原因。与此形成对比的是，销售价格在过去六个月中第四次出现下降，市场竞争激烈，企业降价促销意愿较强。我们注意到，2024年的12个月中，制造

就业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



业出厂价格指数九次位于收缩区间。

供应物流略有加快。这也是2024年6月以来供应商供应时间指数首次高于50。12月，采购量指数、产成品库存指数、原材料库存指数继续维持在扩张区间，显示企业补库仍较为积极，不过前述三个指数较前月均有所下降。

制造业企业家乐观情绪下降。企业家对未来的担忧主要来自经济增长前景以及中美贸易摩擦，生产经营预期指数虽仍在扩张区间，但较前月下降逾3个百分点。

总体而言，12月，制造业供求扩张，企业购买量增加并主动回补库存；但外需不振，就业压力大，销售端价格低迷，市场乐观情绪也有所减弱。

9月底以来的系列存量政策和增量政策组合效应继续释放，积极变化增多，国民经济运行总体平稳，全年经济社会发展主要目标有望顺利实现。

但与此同时，经济下行压力依旧较大，内需明显不足，外部不利因素累积，就业持续低迷，企业盈利空间被压缩，市场主体乐观情绪不强。12月财新中国制造业 PMI 部分分项指数有所趋弱，前期政策刺激效果的持续性和有效性还需进一步观察。

2025年，外部环境将更加错综复杂，政策层面应提前准备、及时响应。此外，后续政策还需向增加居民收入和改善民生倾斜，尤其要在提高弱势群体消费能力和意愿上多做文章。”



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 12 月 5 - 13 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

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

Jingyi Pan
标普全球市场财智
经济研究部副总监
电话: +65 6439 6022
jingyi.pan@spglobal.com

SungHa Park
标普全球市场财智
企业传讯部
电话: +81 3 6262 1757
sungha.park@spglobal.com

