

PMI

财新中国
通用制造业
PMI 新闻稿

2023.2



财新中国通用制造业 PMI™

2 月份制造业恢复增长

最新 PMI 数据显示，随着最近疫情防控放开，中国制造业在 2 月份恢复增长。据企业反映，客户需求复苏，经营恢复正常，产量和新订单皆重现增长，并且增速可观。用工和采购活动也恢复扩张，供应链压力有所缓和，供应速度改善率为八年来最显著。

经营更趋正常，客户需求预期进一步增长。受此提振，企业对未来一年的经营信心升至 23 个月来最高。

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™)** 从 1 月份的 49.2 回升至 2 月份的 51.6，显示中国制造业整体景气改善，改善率虽属小幅，但已是 7 个月来首次录得增长，并且指数也创下 2021 年 5 月后次高记录。

2 月份，支撑综合指数回升的因素是产量恢复增长。自去年 8 月后，产量首次出现回升，并且创下 2022 年 6 月后最强劲增速。企业普遍反映，最近防疫控制放宽，生产恢复，需求复苏，带动产量增长。

新订单总量也同样是 7 个月来首次恢复增长，增速更刷新 2021 年 5 月后最高记录。销售增长的原因也是与最近疫情防控放开、需求随之改善有关。企业表示，海外市场对中国制造业产品的需求回升，新出口订单自 2022 年 7 月后首次录得增长。

生产需求与销售的增长，带动 2 月份用工恢复扩张。虽然用工整体增幅轻微，但这已是 2022 年 3 月后首次恢复增长。有迹象显示，产能压力加剧，积压工作量连续两月上升，并且当月增速为 2021 年 10 月后最快。

4 个月来，中国制造商首次增加采购，并且创下 2021 年 6 月后最高采购增速。库存数据显示，生产资料库存和成品库存在 2 月份皆继续下降，但降速较 1 月份放缓。许多企业表示，月内有增加动用原有采购库存和成品库存，以补充生产所需和交付新增订单。

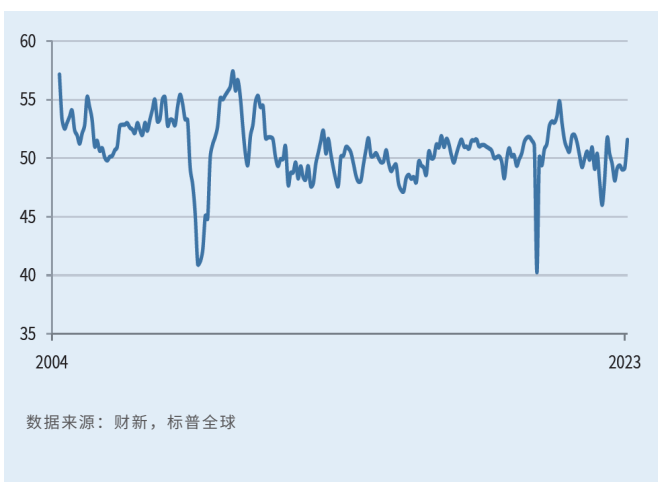
在 2 月份，包括出行限制等防疫措施解除，对供应链也有正面影响，生产投入品的整体供应速度自去年 6 月后首次出现改善，并且改善率为八年来最显著。

价格数据显示，2 月份通胀压力仍然相对轻微，投入成本仅小幅上升，制造业产品整体销售价格则在 10 个月来首次出现上扬，但升幅仅算轻微。

2 月份，企业的经营信心继续增强，整体乐观度升至 2021 年 3 月后的最高点。企业普遍预期，随着客户需求持续复苏，未来一年产量会进一步增长。

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、新订单与用工皆恢复增长
供应改善，提速幅度创 8 年最高
企业信心度回升至接近两年高点

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2月，财新中国制造业PMI录得51.6，较前月上升2.4个百分点，过去七个月中首次站上荣枯线，亦录得2022年7月以来的最高值（2022年6月为51.7）。第一波疫情高峰过后，制造业景气度加快恢复。

制造业供给和需求同步扩张。疫情防控措施调整后，生产逐步恢复正常，市场需求有所改善，外需亦是如此。2月，制造业生产指数、新订单指数、新出口订单指数均位于扩张区间，并分别录得近8个月、21个月、8个月以来的最高值。

制造业就业好转。市场供求改善和业务量增加对于就业拉动作用明显。就业指数 11 个月以来首次位于荣枯线之上。员工人数的增加并不足以消化新增的订单，2月，积压工作指数在扩张区间上升。

价格水平稳定。2月，制造业购进价格和出厂价格均有所上升，但幅度有限，通胀压力不大。购进价格的上升主要来自工业金属价格上涨，出厂价格上升则是市场需求回暖的反映。值得一提的是，出厂价格上次位于荣枯线之上还要追溯至 2022 年 4 月。

供应商供应时间持续缩短。防控措施优化之下，运输物流正常化提速，供应商供应时间指数升至 2015 年 3 月以来的新高。此外，受

益于市场景气度的回升，企业采购量相应增加，原材料库存和产成品库存则略有下降。

企业家乐观情绪继续提升。制造业生产经营预期指数录得 2021 年 4 月以来新高，制造业企业家对于后疫情时代经济景气度的恢复充满信心。

总体而言，2023 年 2 月，第一波疫情高峰过后，经济加快恢复，供求同步扩张，外需有所提振，就业开始复苏，物流恢复提速，企业采购量增加，库存略有下降，价格水平稳定，制造业企业对于未来经济景气度信心增强。

新冠疫情防控措施优化调整后，新冠感染人数快速‘达峰’。疫情‘过峰’后，经济开始进入后疫情时代修复期。不过，疫情影响重大深远，目前经济恢复基础尚不牢固，社会生产生活秩序完全正常化还尚需时日。中央提出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。收入和预期是消费的基础和前提，未来一段时期，相关政策的制定和落实还应更多着力于增加居民收入和改善市场预期。”



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，这些修正可能会对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 2 月 10-20 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