

# PMI

财新中国  
通用制造业  
PMI 新闻稿

2022.6

# 财新中国通用制造业 PMI™

## 防疫情影响消退，制造业产量反弹

6 月份，中国新冠疫情减退，防疫措施相应放宽，制造业景气度改善，恢复增长。生产干扰因素消退，产量随之大幅扩张，创下略逾一年半来最快增速。新订单总量和新出口订单也恢复增长，惟整体增速仍然偏低。供应端基本趋稳，持续两年的供货延误状态得到遏止。另一方面，投入成本进一步明显上扬，但为了刺激销售，制造商继续下调销售价格。

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 6 月份录得 51.7，超过 5 月份 (48.1)，显示制造业景气度在 4 个月来首次出现改善，改善率虽然尚小，但已是 2021 年 5 月后最强劲。

第二季末，中国制造业产出不仅在 2 月份后首度恢复扩张，并且扩张率显著，创下 2020 年 11 月后最高记录，许多企业表示原因是疫情缓解，生产线重开，生产恢复正常。

6 月份，新订单总量也恢复增长，但增速尚低。许多企业表示，疫情冲击仍未完全消散，市况相对低迷，影响新订单增长。月内新出口订单也有小幅增长。

生产经营恢复正常，也有助于减轻供应链压力。6 月份供应端大致趋于平稳，持续 24 个月的投入品交货延误状态得到遏止。

虽然 6 月份生产活动回升，但企业对于用工规模仍保持相对谨慎。制造业用工连续第三个月收缩，但收缩率轻微。许多企业表示，鉴于新接业务量相对低迷，故在员工自愿离职后没有填补空缺。此外，随着生产安排恢复正常，最近调查期内企业积压业务量重现回落，可见产能压力轻松。

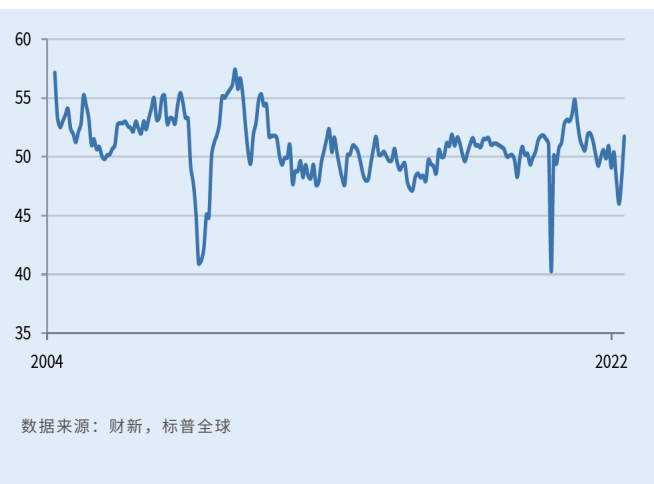
伴随新订单扩张，制造商采购量在 6 月份也小幅增加，但采购库存仅略上升，成品库存则轻微下降，部分企业鉴于需求相对疲弱而不愿意囤积库存。

6 月份，原料成本和运输费用上涨，进一步大幅推高投入成本。然而，鉴于市场竞争加剧，为刺激销售，制造商连续第二个月下调产品售价。

展望未来 12 个月的生产前景，业界在 6 月份调高预期，乐观度升至 4 个月来最高。企业普遍预期产量和客户需求将随疫情消退而进一步增长改善。

### 中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



#### 要点归纳：

产量增速 19 个月来最高

新业务总量和出口销售恢复增长

供应趋稳

## 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：

“2022年6月，财新中国制造业PMI录得51.7，较前月上升3.6个百分点。此轮疫情已得到有效控制，制造业景气度转强，PMI指数录得13个月以来新高。

制造业供给大幅走强，需求亦有好转。疫情防控措施有所放松，制造业生产秩序逐步恢复正常。6月，生产指数结束了连续三个月的收缩，大幅回升至2020年12月以来的新高。需求恢复强度虽不及供给，但亦四个月来首次站上荣枯线。外需改善幅度较大，去年8月以来，新出口订单指数首次落于扩张区间。

就业依然疲弱。制造业供求回暖未能带来就业市场的改善，企业扩大用工态度偏谨慎。就业维持收缩态势，就业指数在过去 11 个月中第 10 次位于收缩区间。

价格分化持续。原材料价格和运费仍处于高位，企业成本端压力持续增加。制造业企业购进价格指数连续 25 个月位于扩张区间。市场需求恢复有限，制造业企业出厂价格指数连续第二个月低于荣枯线，不过调研数据显示消费品企业议价能力稍好于投资品和中间品企业。

供应链总体趋稳。疫情和相关管控措施导致的供应中断尚未完全恢复，但现趋稳迹象，部分企业表示供应商供应时间已大幅缩短。总

体看，供应商供应时间指数两年来首次落于扩张区间（供应时间缩短）。制造业企业采购量也大幅上升，积压工作则有所减少。

企业家维持乐观情绪。生产经营预期指数稳中有升，录得近四个月以来新高，但仍弱于长期均值。疫情是否会卷土重来以及全球经济存在巨大的不确定性，企业家对此仍深感忧虑。

总体而言，2022 年 6 月，此前肆虐全国多地的疫情已基本得到控制，相关管控措施亦开始放松，企业生产经营秩序逐步恢复正常。制造业供求同步改善，供给恢复更为强势；物流和供应链同步恢复；就业市场反馈有所迟滞，仍处于收缩区间；成本端和收费端价格持续分化，企业盈利面临挑战。后疫情时期修复仍是目前经济运行的主线，但显然基础尚不牢固，就业市场疲弱恶化居民收入和预期，是当前市场需求修复强度有限的直接原因。相应的，我们建议帮扶纾困政策应更多聚焦受疫情影响的企业员工、灵活就业人员以及低收入群体。”



## 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](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

## 数据收集及展示方法

数据于 2022 年 6 月 13-22 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](http://www.caixin.com) 和 [www.caixinglobal.com](http://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](http://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](mailto:zhewang@caixin.com)

马玲

财新智库

品牌传播部

电话: +86-10-8590-5204

[lingma@caixin.com](mailto: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](mailto:annabel.fiddes@spglobal.com)

Joanna Vickers

标普全球

企业传讯部

电话: +44 207 260 2234

[joanna.vickers@spglobal.com](mailto:joanna.vickers@spglobal.com)

PMI™

by S&P Global