

# PMI

财新中国  
通用制造业  
PMI 新闻稿

2022.10

# 财新中国通用制造业 PMI™

## 疫情继续制约制造业生产和需求

10 月份，疫情影响中国制造业的产出与需求，导致景气收缩，但整体收缩率仅算轻微，并且较 9 月份放缓。

虽然产量和新订单量在 10 月份有所下降，但降幅收窄。最新调查数据显示，企业继续致力刺激销售，在经营成本重现上涨的背景下（调查样本显示主因是国际原料价格上涨），制造业销售价格仍然连续第六个月下行。与此同时，10 月份企业经营信心轻微上升。

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 49.2，低于 50.0 临界值，显示中国制造业连续第三个月景气放缓，但相比 9 月份 (48.1) 有所回升，景气收缩率仅算轻微。

第四季初，疫情仍然是导致客户需求下降和工厂运行受扰的主要因素，产出与新订单皆因此继续收缩，但两者收缩率皆属温和，并且有所放缓。调查覆盖的三大分类中，10 月份产量与新订单量皆降，中间品类降幅最小。

10 月份调查数据显示，来自海外市场的新订单继续减少，原因是国外经济放缓，但也有部分企业反映外贸运输遇到困难。事实上，供应商交货速度在第四季初继续放缓，原因与供应商产能有限、存货短缺有关。

10 月份，中国制造商增加采购，这在 7 月后尚属首次。据反映，企业有意增加库存，所以加大了对投入品的采购。生产资料库存因此在最近调查期内出现上升，也是 3 个月来首见。一些企业据说是为新品发布而提前储备物料。

在其他方面，中国制造业继续出现产能剩余迹象，积压工作量在 5 个月来四次录得下降。部分企业受疫情干扰而导致未完成订单积压，但更多企业表示有余力清理积压订单。

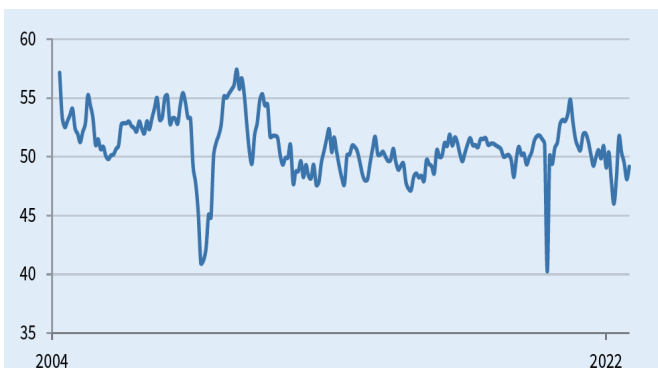
效率的提升，也导致部分中国厂商在 10 月份减少用工。据受访企业反映，生产线部分流程实现自动化，因此减少了用工数量。制造业整体用工规模目前已连续 7 个月出现收缩。

与此同时，10 月份制造业销售价格下降，并且是连续第六个月录得下降。据企业反映，降价是为了刺激销售和增进竞争力。虽然经营成本重现上扬，厂商仍然下调了销售价格。

企业的经营乐观度在 10 月份有所改善，较 9 月份的 34 个月低点轻微回升。产能扩张，新产品发布，预期将会在未来一年支撑增长。

### 中国通用制造业 PMI

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



数据来源：财新，标普全球

#### 要点归纳：

疫情持续，10 月份产量和新订单量继续下降

制造业销售价格连续 6 个月下行

企业信心度从 9 月份的近期低点轻微回升

## 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10月，财新中国制造业PMI录得49.2，较前月上升1.1个百分点，但仍位于收缩区间，这也是制造业景气度连续第三个月出现下降，景气度下降的原因仍来自疫情以及随之收紧的防控措施。

制造业供给和需求同步收缩。散发疫情对于制造业生产和需求影响持续。生产指数、新订单指数分别连续第二、三个月低于荣枯线，消费品和投资品的需求端尤显不足。海外需求持续走低，新出口订单指数亦连续第三个月位于收缩区间。

就业继续收缩。就业指数连续第七个月也是在过去 15 个月中第 14 次位于收缩区间，不过降幅较此前三个月有所收窄。出于收缩规模、降低成本的考虑，企业面对员工离职时补充招聘新员工意愿较弱，部分生产线自动化也使得企业有理由减少用工。

价格指数一升一降。市场需求不振，企业降价促销意愿强烈，制造业企业出厂价格指数连续第六个月低于荣枯线。企业在成本端则面临运营成本上涨的压力。10月，国际市场原材料价格有所上涨，购进价格指数较前月上涨逾 3 个百分点，三个月来首次落于扩张区间。

库存有所增加。为满足生产需求，尤其是出于对原材料价格上涨和

疫情造成供给短缺的担忧，制造业企业补库动力增加。10月，采购量指数、原材料库存指数、产成品库存指数悉数高于荣枯线。与此同时，疫情管控对物流亦有所影响，供应商供应时间略有延长。

企业家乐观情绪有所加强。10月，制造业生产经营预期指数从前月低位回升，但仍低于长期均值。企业家希望未来一段时间市场能够显著回暖，部分企业家也表达出开发新产品的意愿。

总体而言，疫情管控措施对经济的负面影响依然存在。10月，制造业供给、内外需、就业悉数收缩，不过收缩速度较前月有所放缓。成本略有抬升，收费端依然以降价为主要特征。物流运输仍有迟滞，企业采购和库存略升，市场乐观情绪回升，但从长期看乐观程度有限。

近期公布的三季度经济数据显示，经济恢复向好，主要指标有所企稳并略高于此前市场预期。尽管如此，目前内外部形势依然复杂严峻，影响经济发展的不利因素增多，尤其是多地散发疫情对于供求两端形成明显制约，经济下行压力依然较大，经济恢复基础尚不牢固。党的二十大报告强调“发展是党执政兴国的第一要务”，有助于稳定市场长期预期；当前需求和就业依然承压，相应促就业、稳内需政策还需加强，正如二十大报告中提及的，“加强财政政策和货币政策协调配合，着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键作用。”



## 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 10 月 12-21 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)

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](mailto:sungha.park@spglobal.com)

PMI™

by S&P Global