

RatingDog 中国通用制造业 PMI®

11月份制造业景气减弱

2025 年 11 月

新订单增速接近停滞，产量裹足不前

用工量微减

采购库存自 4 月份后首次下降

最新 PMI® 数据显示，第四季度中期，中国制造业景气减弱。11 月新订单增速降至接近停滞，产量也随之停止扩张，惟出口订单仍能恢复增长。新业务增长减弱，中国制造商因此降低用工量和采购量，谨慎控制库存。尽管如此，企业信心度仍较 10 月有所改善。

价格方面，虽然成本持续上扬，制造商在 11 月仍继续下调销售价格。

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 11 月份降至 49.9，低于 10 月 (50.6)。最新数值降至 50.0 荣枯分界线以下，显示制造业景气度自 7 月份后首次出现恶化，但幅度仅算轻微。

经过此前连续 3 个月扩张，制造业生产在今年倒数第二个月出现停滞，主要是因为新订单增速减弱至接近中性。月内报告新业务增长的样本企业表示，原因包括新产品问世和海外需求改善。事实上，新出口订单录得 8 个月来最快增速，这与企业致力拓业并取得成效有关。

11 月份，新业务增长减弱，导致用工重陷收缩。企业采取措施控制成本，一定程度上造成人员离职和裁员，用工总量随之微降。产能下降的结果是积压业务量连续第四个月上升。

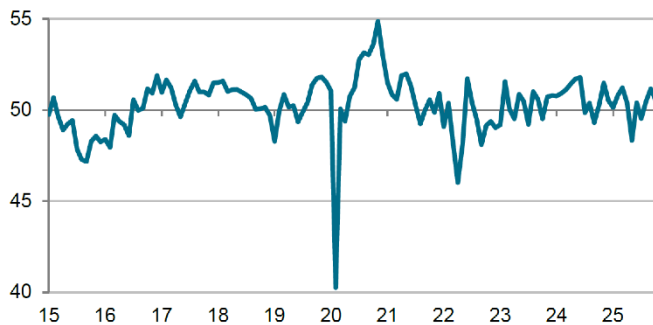
自 6 月份后，制造业采购量首次出现下降，惟降幅仅算轻微。企业反映，鉴于新业务增速放缓，所以相应减少对生产资料的采购。由于采购减少，加上与供应商沟通改善，11 月份供应商交期缩短。

与此同时，由于生产投入品的补库存速度放缓，采购库存在 7 个月来首次下降，并且创下 2023 年 12 月后最快降速。据反映，制造商不太愿意在需求增速减弱的时候增加库存。成品库存也类似，出现了将近三年来最显著降幅。

11 月，中国制造业平均购进价格继续上扬。调查样本企业普遍表示，金属涨价是导致投入成本上升的主要原因。不过，购进

(续下页)

RatingDog 中国通用制造业 PMI
指数 (经季节调整) >50 = 较上月改善



调查数据于 2025 年 11 月 12 - 20 日收集
数据来源: RatingDog、标普全球 PMI。©2025 年, 版权属标普全球所有

点评

关于中国通用制造业 PMI, RatingDog 创始人姚煜表示:

“11月RatingDog中国制造业PMI跌至49.9, 制造业呈现弱收缩态势。”

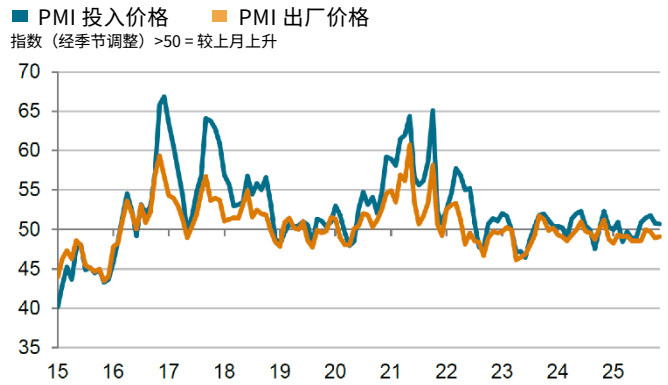
从分项指标来看, 11月生产与需求两端的扩张均呈现放缓趋势, 且趋近停滞。需求端方面, 尽管新出口订单量有所回升, 但仍未能改变制造业的低迷状态, 新订单扩张态势几乎停滞。生产端方面, 在新订单增长整体放缓的影响下, 制造商减少了用工规模和采购量, 并在库存管理上变得更加谨慎。生产相关分项指数环比均有所下降, 采购量跌入收缩区间。

库存方面, 原材料库存和产成品库存均转入收缩态势, 读数均为近三年里较低指数, 原材料库存水平为七个月来的首次下降。价格方面, 原材料价格和出厂价格依旧维持“原材料涨价, 产成品降价”的分化格局, 专家指出, 金属价格上涨是导致成本增加的主要原因, 但原材料价格涨幅与出厂价格跌幅均有所收窄, 企业盈利空间持续承压。受新订单增长放缓影响, 从业人员指数再入收缩区间。

整体来看, 11月RatingDog中国制造业PMI表现由扩张转为收缩。各分项中, 新出口订单的回暖并没有带动制造业延续扩张。展望未来, 但考虑到冲刺全年5%增长目标的需要, 年末供需侧或存在阶段性发力可能, 预计12月PMI将呈现弱扩张态势。”

价格的涨速已放缓至当前 5 个月来最低，仅算轻微。鉴于成本涨势减弱，制造商选择自行消化成本压力，并进一步提供销售优惠，导致 11 月平均销售价格下降。制造商竞争加剧，出口价格也降，但降幅仅算轻微。

尽管新业务增速放缓，中国制造业界的信心在第四季中期仍然有所改善。企业普遍希望，政策支持、业务拓展计划和新产品问世，会在未来一年有助刺激增长。



数据来源：RatingDog、标普全球 PMI。©2025 年，版权归标普全球所有

联络方式

姚煜 瑞霆狗（深圳）信息技术有限公司（RatingDog）创始人
电话：+86-13632667171
yaoyu@ratingdog.cn

杨津晶 瑞霆狗（深圳）信息技术有限公司（RatingDog）企业传讯部
电话：+86-18610881605
yangjj@ratingdog.cn

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

Eri Amano 标普全球市场财智 亚太区传讯部高级经理
电话：+81 (0) 80 3714 7658
eri.amano@spglobal.com
press.mi@spglobal.com

倘阁下不欲收取来自标普全球的新闻稿，请以电邮通知 press.mi@spglobal.com。有关我们的隐私政策，请查阅 [此处](#)。

调研方法

“RatingDog 中国通用制造业 PMI®”通过每月向样本库内约 650 家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。调研数据于 2004 年 4 月开始收集。

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。

关于标普全球 PMI

“采购经理人指数（PMI®）”调查目前覆盖全球逾 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。

<https://www.spglobal.com/market-intelligence/zh>

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）使用本报中出现的任何数据。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、其关联公司与供应商（“内容提供者”）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），内容提供者一律概不负责。