

## 财新中国通用制造业 PMI™

### 6 月份制造业轻微扩张

#### 概要：

6 月份，PMI 回升至扩张区间，月内产出与新订单皆有轻微增长。受此鼓舞，制造商亦增加采购，惟增幅尚微。不过，客户需求整体相对低迷，导致制造商继续削减库存、收缩用工。与此同时，对于前景的预测，业界乐观度微降至今年以来最低点。

投入成本与产出价格则结束了上月的下降趋势，在第二季末出现回升，但升幅皆远低于年初。

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 50.4，显示制造业运行有所改善，结束 5 月份 (49.6) 轻微放缓的状态。在过去 10 个月中，制造业运行状况有 9 个月处于增长状态，但 6 月份增速仅算轻微。

促进重要指标 PMI 回升的是新订单的加速增长，6 月份新订单增速虽然仍属轻微，但已是 3 个月来最显著。月内来自海外的新业务量增速轻微，受访厂商反映海内外市场需求皆相对疲弱。因此，第二季末，产出增速虽略有上升，但仍属轻微。

客户需求相对疲弱，对制造商的信心也有影响。关于未来 12 个月的前景预测，业界的乐观度微降至 6 个月来最低。

6 月份，用工规模进一步收缩，部分原因是厂商致力削减成本和提高效率。不过，本月用工收缩率已放缓至小幅水平，为 3 月份以来最轻微。产能压力因此进一步加剧，积压工作量持续上升，工作积压率环比略有放缓，整体尚属温和。

第二季末，中国制造商的采购数量轻微回升，结束了 5 月份的下降态势。不过，厂商对库存控制相对审慎，月内投入品库存与成品库存皆出现下降。

6 月份，供应商的平均供货速度继续放缓，放缓程度虽然仅算轻微，但已是 4 个月以来最显著。

6 月份，中国制造业的平均投入成本上升，结束 5 月份的微降趋势。据受访厂商反映，成本负担上升，主要原因是原料加价，但加价幅度尚小，远低于 1 月份的近期最高纪录。制造业产品出厂价格也有类似表现，结束上月下降趋势，出现轻微回升。

#### 要点归纳：

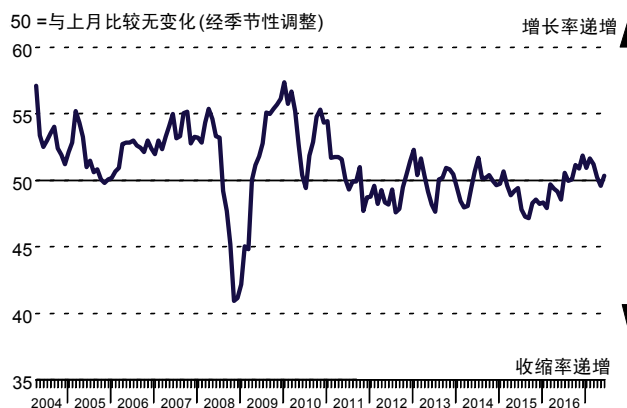
- 产出与新订单皆轻微增长
- 用工继续收缩，积压工作继续增加
- 投入成本小幅上升

#### 点评：

财新智库莫尼塔宏观研究主管钟正生博士评论中国通用制造业 PMI™ 数据时表示：

“2017 年 6 月财新中国制造业 PMI 录得 50.4，比上月上涨 0.8，再次回升至扩张区间。分项中，产出指数、新订单指数较上月小幅上涨；投入和产出价格指数回到扩张区间，且投入价格上涨更快；采购库存指数和产成品库存指数均位于收缩区间，表明企业对于补库存似乎更加谨慎。6 月制造业景气度略有回升，但从库存和厂商情绪来看，这更像是一个反弹，经济下行趋势或在后期得到确认。”

#### 财新中国通用制造业 PMI



资料来源：IHS Markit, 财新

查询详细数据，敬请联络：

## 财新智库

莫尼塔宏观研究主管 钟正生 博士

电话：+86-10-8104-8016

电邮：zhongzhengsheng@cebm.com.cn

公关总监 马玲

电话：+86-10-8590-5204

电邮：lingma@caixin.com

## IHS Markit

经济师 Annabel Fiddes

电话：+44-1491-461-010

电邮：annabel.fiddes@ihsmarkit.com

市务与传讯部 Jerrine Chia

电话：+65 6922-4239

电邮：jerrine.chia@ihsmarkit.com

经济师 Bernard Aw

电话：+65-6922-4226

电邮：bernard.aw@ihsmarkit.com

## 编辑备注：

《财新中国通用制造业报告》每月向逾 500 家制造业厂商的采购主管发出问卷，然后根据回收的数据编制报告。调查样本库采用分层抽样法，按公司规模，并根据行业对中国国内生产总值（GDP）的影响，采用标准行业分类法（SIC）予以分层抽样。根据每月中旬收集的数据，调查的结果可反映当月对比上月的变化。对于每项指标“报告”都会列出每种答案的百分比、回答“较高”/“较好”和回答“较低”/“较差”的人数之间的净差额，以及“扩散”指数（选择正面答案的人数与半数选答“相同”的人数的总和）。

“采购经理人指数（PMI™）”是一个建基于五个单项指标的综合指数，各指标及其权重分别是：新订单—0.3、产出—0.25、就业人数—0.2、供货商供货时间—0.15、采购库存—0.1，其中供货时间指数作反向计算，使其可比性与其它指标一致。

“扩散”指数具有先导指数的各种特性，可概况显示当前的主流变化趋势。指数高于 50，说明该单项整体上升；低于 50，则说明整体下降。

IHS Markit 可以为客户提供与主要数据（未经修正）相关的历史数据，初始发布的季节性调整数据，以及后续修正数据。详细信息，敬请联系 economics@ihsmarkit.com。

## 关于财新：

财新传媒是提供财经新闻及资讯服务的全媒体集团，依托专业的团队和强大的原创新闻优势，以网站、移动端、期刊、视频、图书、会议等多层次的业务平台，为中国最具影响力的受众群，提供准确、全面、深入的财经新闻产品。财新智库是财新传媒通过孵化另行建立的高端金融资讯服务平台，旨在通过发展金融数据业务，壮大宏观经济研究队伍，服务于智库业务客户。详细信息，敬请浏览 [www.caixin.com](http://www.caixin.com)。

## 关于 IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://www.ihsmarkit.com)):

IHS Markit (Nasdaq: INFO) 是世界首屈一指的信息服务公司，专注全球经济发展中的主要产业与市场，提供与之相关的关键信息、分析和专业建议，以资制定相关方案。公司为商界、金融界、政府机关制订新时代的资讯、分析和方案服务，致力提高客户的运作效率，并提供精辟深入的独到见解，以利客户在掌握充分资讯的基础上作出可靠决策。IHS Markit 拥有逾 50,000 家主要企业及政府客户，包括 85%《财富》世界五百强企业，以及全球顶尖的金融机构。公司总部设于英国伦敦，致力创造可持续的盈利增长。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 的注册商标。所有其他公司及产品商标，皆归属其相应拥有者。© 2017 IHS Markit Ltd 版权所有。

## 关于 PMI:

“采购经理人指数（PMI™）”调查目前涵盖全球逾 30 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数据，因能够及时、准确而且独到地把握每月经济动态而深受各国央行、金融市场和商业决策者的推崇。详细信息，敬请浏览 [www.markit.com/product/pmi](http://www.markit.com/product/pmi)。

本报告有关“财新中国通用制造业 PMI™”的知识产权属 IHS Markit 所有或获许使用。未经 IHS Markit 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信息（“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，IHS Markit 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，IHS Markit 概不负责。Purchasing Managers' Index™ 与 PMI™ 是 Markit Economics Limited 的注册商标或获许使用。财新传媒获许使用上述商标。IHS Markit 是 IHS Markit Limited 的注册商标。

倘若阁下不欲从 IHS Markit 收取新闻稿，请以电邮知会 [joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)。有关本公司的私隐政策，请查阅[此处](#)。