

中国制造业 PMI 季刊

2022 年四季度 PMI
制造业下行压力加大

政策展望

中国政府将更积极地为经济提供政策支持

2023 年一季度预测

国民生产总值（GDP）实际同比增长上升至 3.5%，PMI 回升到荣枯线以上

冯氏集团利丰研究中心

钱慧敏

副总裁

helenchin@fung1937.com

江志宗

高级研究经理

williamkong@fung1937.com

中国物流与采购联合会

陈忠涛

czt@clic.org.cn

中国制造业采购经理指数 (PMI) 显示 2022 年四季度制造业的下行压力加大

季度观察

- 中小型企业比大型企业面对更困难的生产经营情况
- 制造业生产再次收缩
- 整体市场需求加速下滑
- 制造商下调产品出厂价格
- 制造业就业波动性加剧。

政策展望

- 中国政府将更积极地为经济提供政策支持
- 积极的财政政策要加力提效，优化组合赤字、专项债、贴息等工具。稳健的货币政策要精准有力，保持流动性合理充裕；引导金融机构加大对小微企业、科技创新、绿色发展等领域支持力度

2023 年一季度预测

- 制造业生产和经济活动将从 2 月份开始复苏
- PMI 将回升到荣枯线以上
- 国民生产总值 (GDP) 实际同比增长将回升至 3.5%
- 工业增加值将保持同比 1.0%-2.0%的低水平增长
- 出口将录得高个位数的同比下降
- 由于最近全球商品价格回落和 2022 年一季度的基数较高，工业生产者购进价格指数和工业生产者出厂价格指数 (PPI) 的同比增长率将继续下降

钱慧敏

副总裁

电邮: helenchin@fung1937.com

江志宗

高级研究经理

电邮: williamkong@fung1937.com

冯氏集团利丰研究中心

香港九龙长沙湾道

868号 利丰大厦11楼

电话: (852) 2300 2470

传真: (852) 2635 1598

电邮: fbicgroup@fung1937.com

网站: <http://www.fbicgroup.com>

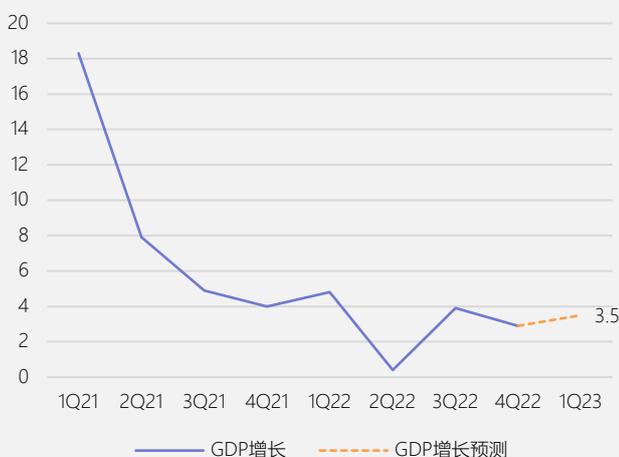


陈忠涛

czt@clic.org.cn

中国物流与采购联合会

国民生产总值 (GDP) 增长 (%)



中国制造业采购经理指数 (PMI)



本期内容:

中国制造业采购经理指数 (PMI) 显示 2022 年四季度制造业的 下行压力加大	4
从 PMI 看不同规模企业的表现	7
从 PMI 看制造业生产	8
从 PMI 看整体市场需求	10
从 PMI 看上游和中游价格	12
从 PMI 看制造业就业	15

1. 中国制造业采购经理指数 (PMI) 显示 2022 年四季度制造业的下行压力加大

2022 年四季度中国制造业

中国制造业采购经理指数 (PMI) 由 10 月的 49.2 回落至 11 月的 48.0 和 12 月的 47.0。整个季度 PMI 一直处于收缩区间且持续下降，显示制造业的下行压力加大（见图表 1）。生产指数一直低于荣枯线且在过去三个月内持续下跌，表示制造业生产进一步下降。与此同时，近几个月的新订单指数进一步下降，显示整体市场需求近期加速收缩。

工业产品价格近期出现下降，出厂价格指数自 2022 年 5 月以来一直低于荣枯线。与此同时，材料价格近期有所上升：10 月至 12 月购进价格指数一直高于荣枯线。

图表 2 显示了各分类指数对 PMI 变化的影响。2022 年四季度 PMI 下跌很大程度上是由于新订单指数（占 PMI 30% 的权重）和生产指数（占 25% 的权重）的下降。在 12 个分类指数中（供应商配送时间指数除外），只有购进价格指数在过去三个月中一直处于扩张区间，而其他分类指数则一直处于收缩区间（见图表 3）。

政策展望

展望未来，我们预期中国政府将会更积极地为经济提供政策支持。中央经济工作会议在去年 12 月 15 日至 16 日举行，为 2023 年中国的经济工作定调。会后发布的声明显示，今年的经济工作将坚持稳字当头、稳中求进，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策。积极的财政政策要加力提效，优化组合赤字、专项债、贴息等工具。稳健的货币政策要精准有力，保持流动性合理充裕；引导金融机构加大对小微企业、科技创新、绿色发展等领域支持力度。

这些字眼表明中国 2023 年将采取更具扩张性的宏观经济政策，我们认为这将有助于推动中国经济复苏。

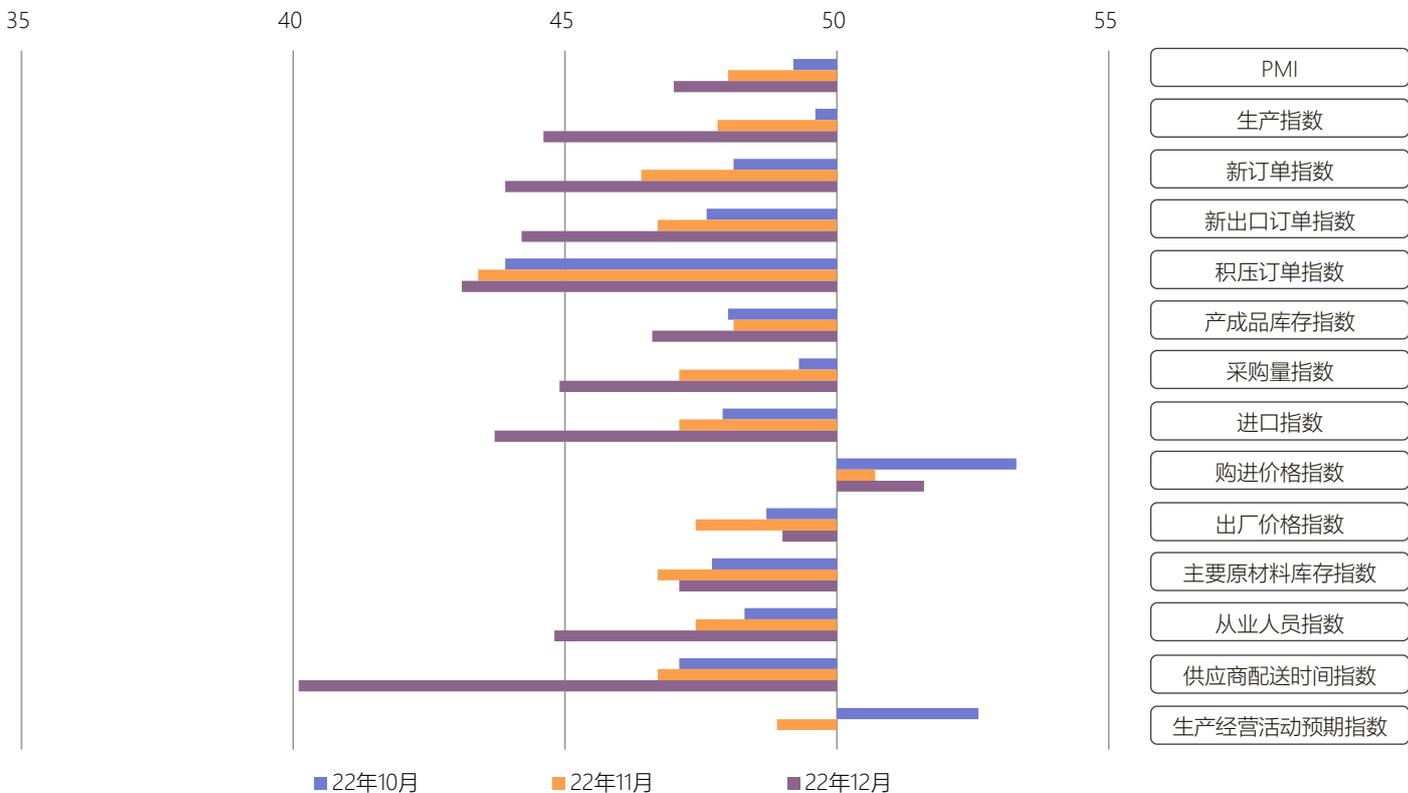
对 2023 年一季度的预测

目前国内很多地区的新冠感染高峰期已过，因此工业生产已逐步回复正常。然而与过去两年不同的是，今年大批外出务工人员会返乡过年，因此 2023 年一季度的工业生产同比增长会维持在 1.0%-2.0% 的低水平。与此同时，这个季度的 PMI 将回升荣枯线以上。

图表 4 将 2018 年 1 月以来季度 GDP 实际增长率和月度 PMI 进行对比。我们预测从 2 月开始制造业生产和经济活动将出现复苏，推动 2023 年一季度中国 GDP 实际同比增长回升到 3.5%。

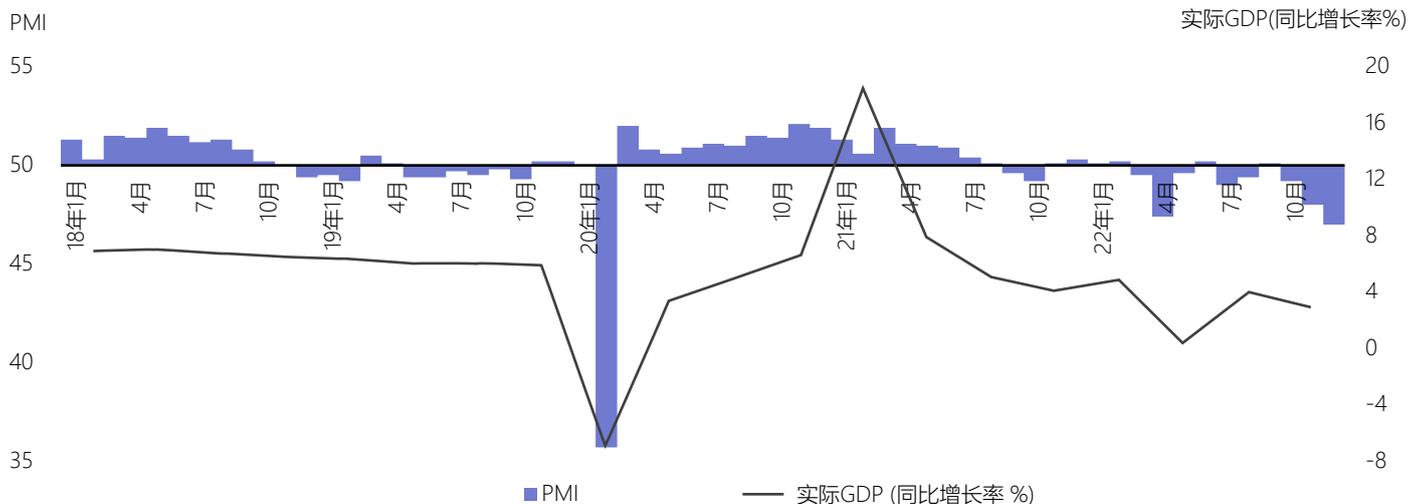
我们预测从 2 月开始经济活动将出现复苏，推动 2023 年一季度中国实际 GDP 同比增长上升到 3.5%。

图表 3: PMI 与全部分类指数, 2022 年 10 月至 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

图表 4: PMI 与 GDP 实际增长, 2018 年 1 月至 2022 年 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

2. 从 PMI 看不同规模企业的表现

大型企业陷入收缩区间

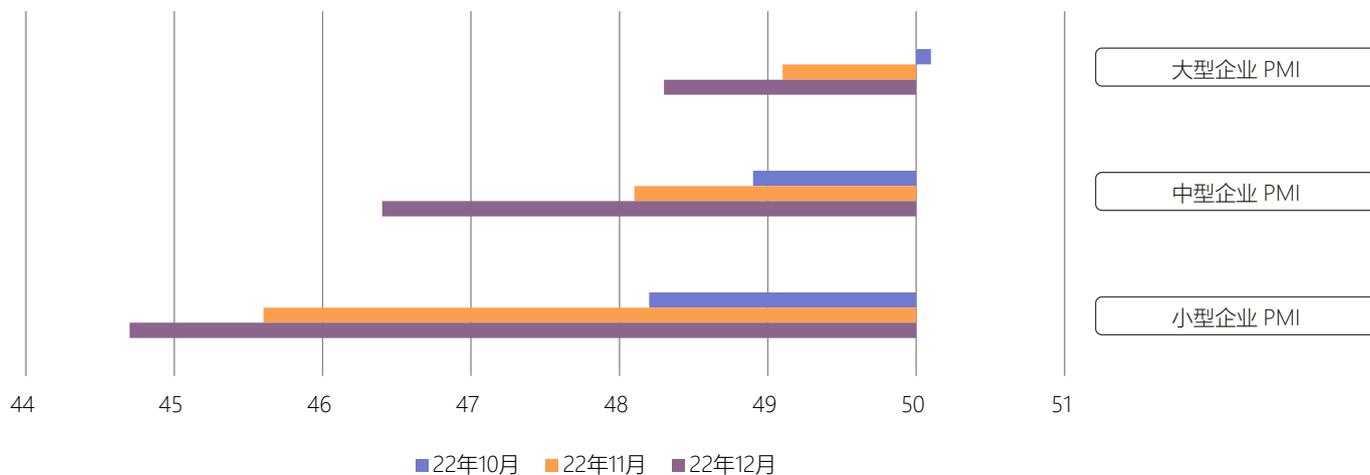
大型企业 PMI 从 10 月的 50.1 跌至 11 月的 49.1，12 月进一步跌至 48.3。最新读数已经跌破荣枯线，显示大型企业正在收缩。

中小型企业继续收缩

中型企业的 PMI 从 10 月的 48.9 跌至 11 月的 48.1 和 12 月的 46.4。与此同时，小型企业的 PMI 从 10 月的 48.2 跌至 11 月的 45.6，12 月进一步跌至 44.7。中型企业和小型企业的读数继续下降，且整个季度都低于荣枯线，显示中小企业近期在生产和经营方面都遇到了困难。

2022 年四季度中小企业的收缩速度超过了大型企业。自 2020 年下半年起中小企业的生产经营情况一直比大型企业严峻，因此振兴中小企业将会是 2023 年制造业复苏的关键。

图表 5: 大型、中型和小型企业 PMI, 2022 年 10 月至 12 月



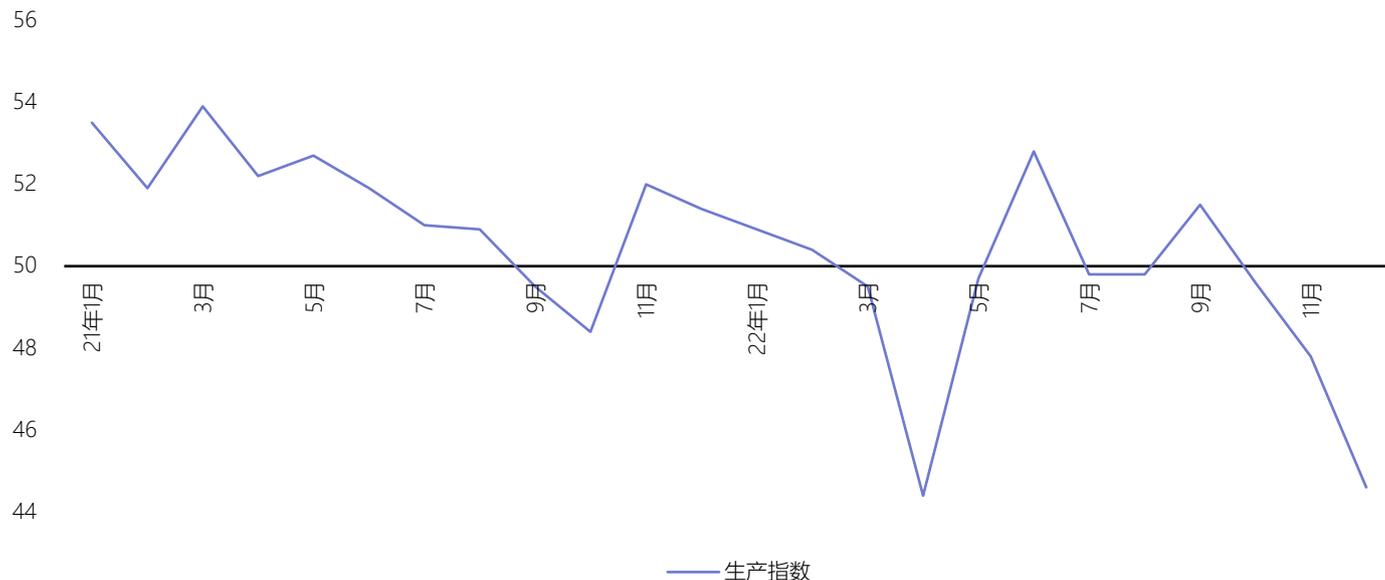
来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

3. 从 PMI 看制造业生产

制造业生产再次收缩

生产指数从10月的49.6下降到11月的47.8，12月进一步下降到44.6，连续三个月停留在收缩区间，显示制造业生产持续收缩。

图表 6: 生产指数, 2021年1月至2022年12月



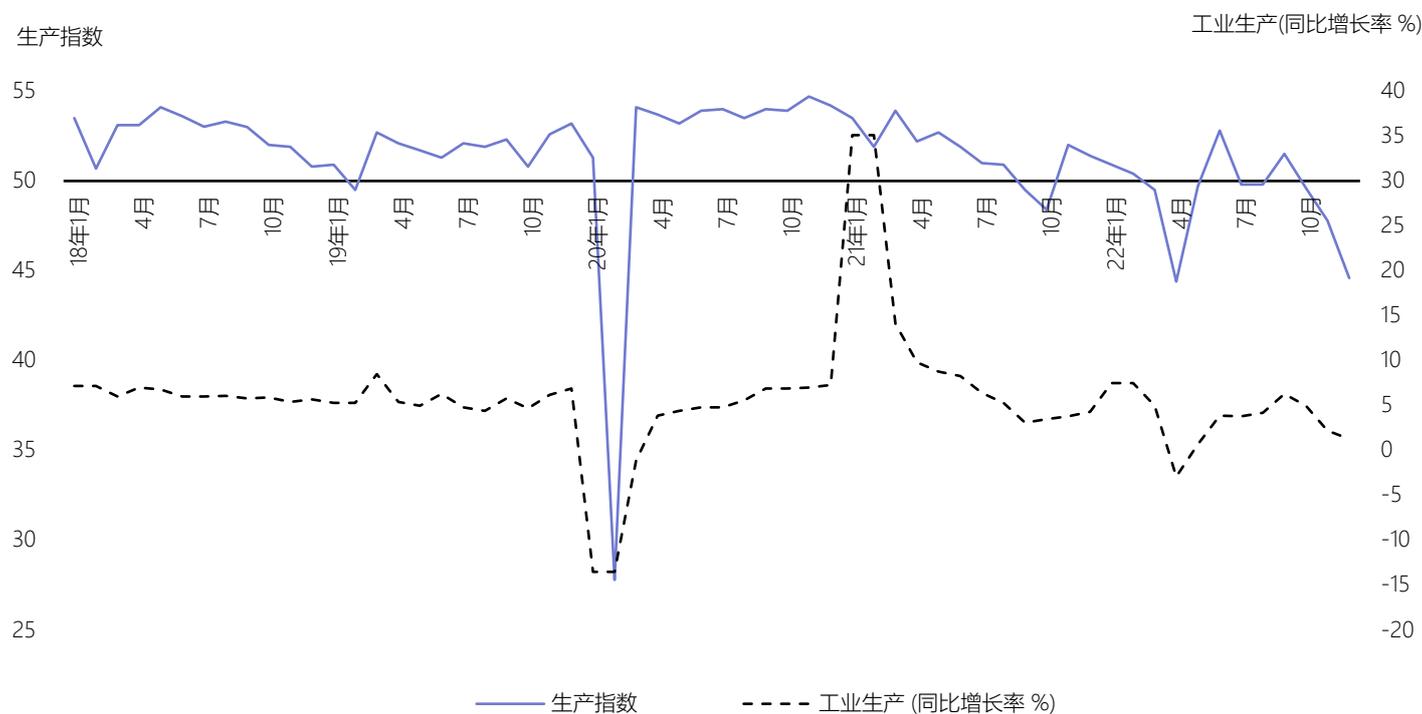
来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

2023 年一季度制造业生产将保持低水平增长

图表 7 显示了生产指数与工业增加值同比增长之间的相关性 (有滞后情况)。由于今年很多外出务工人员会回乡过年, 对工业生产造成影响, 我们预测 2023 年一季度中国的工业增加值增长将保持 1.0%-2.0% 的低水平。国内制造业企业仍要面对许多严峻的挑战, 包括俄乌冲突冲击全球经济、中美贸易摩擦、政府致力减少工业碳排放、国际市场竞争激烈等。

由于今年大量外出务工人员回乡过年, 我们预测 2023 年一季度工业增加值增长将保持 1.0%-2.0% 的低水平。

图表 7: 生产指数与工业生产增长, 2018 年 1 月至 2022 年 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

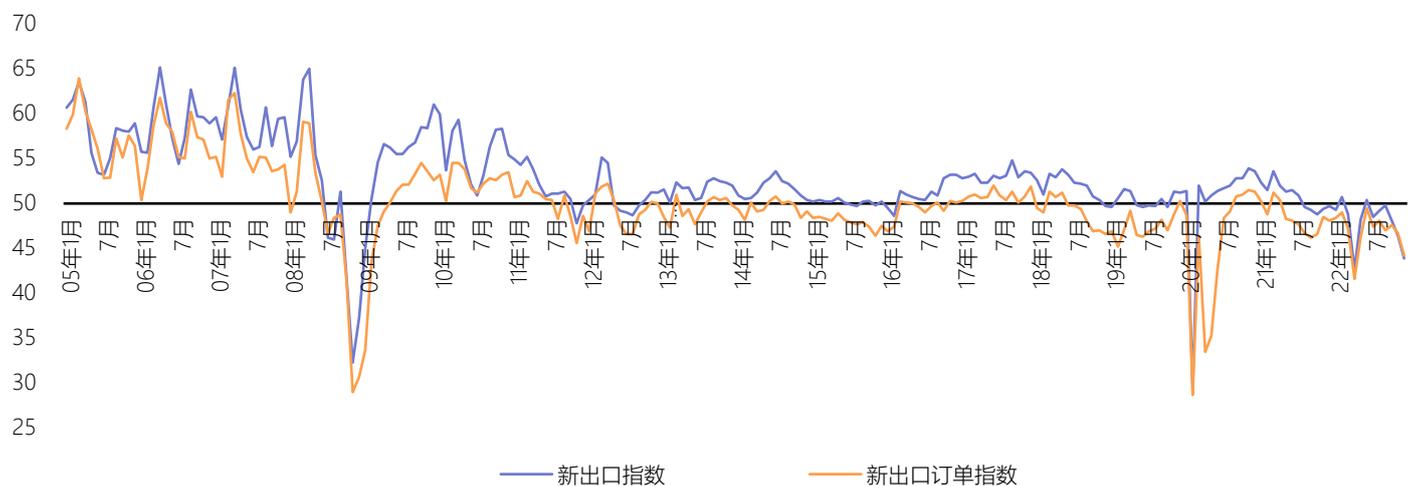
4. 从 PMI 看整体市场需求

整体市场需求加快下降

新订单指数由 10 月的 48.1 下跌至 11 月的 46.4 和 12 月的 43.9，显示近期新订单和整体市场需求都在加速收缩。

与此同时，新出口订单指数由 10 月的 47.6 下跌至 11 月的 46.7 和 12 月的 44.2，反映中国出口持续面临下行压力。（见图表 8）

图表 8: 新订单指数与新出口订单指数, 2005 年 1 月至 2022 年 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

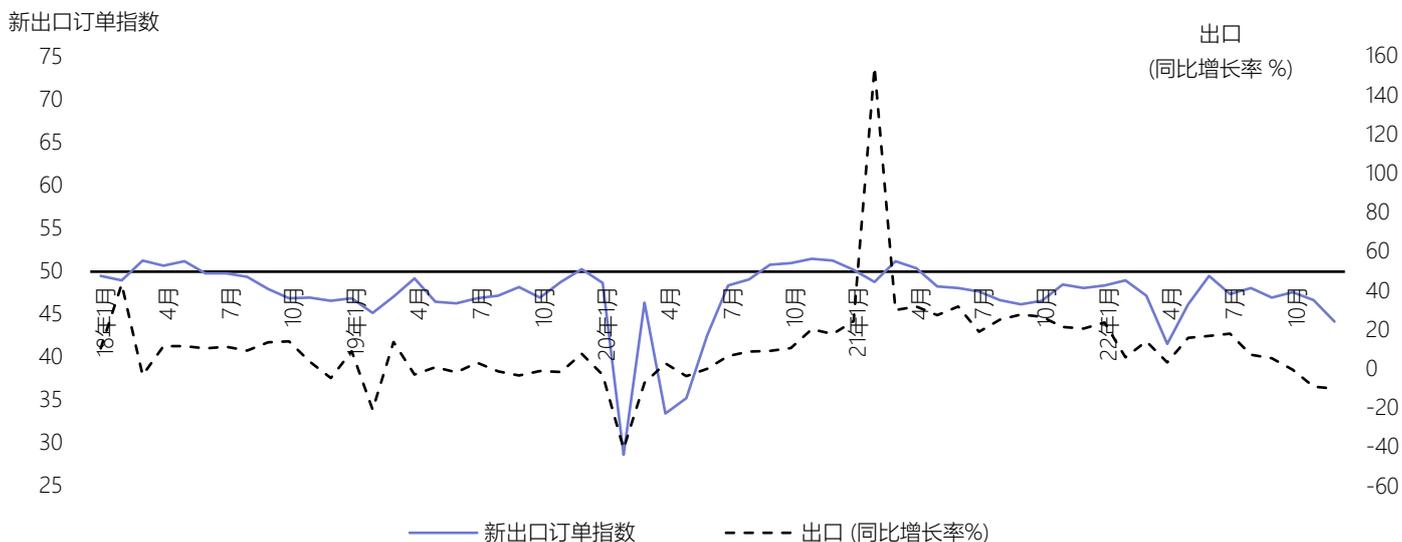
受全球经济下行和新冠疫情影响, 2023 年一季度中国出口将录得高个位数的同比下降

图表 9 将新出口订单指数和中国出口同比增长率进行比较。从图表 10 可见新出口订单指数与外部经济情况密切相关。经济合作与发展组织 (OECD) 发布的 G20 综合领先指标¹ 呈现下降趋势, 反映全球经济增长放缓。此外, 2023 年初的生产和出口将受国内新冠疫情蔓延影响。总体而言, 我们预测 2023 年一季度中国出口将录得高个位数的同比下降。

受全球经济增长放缓和 2023 年初国内新冠疫情蔓延影响出口的影响, 我们预测 2023 年一季度中国出口将录得高个位数的同比下降。

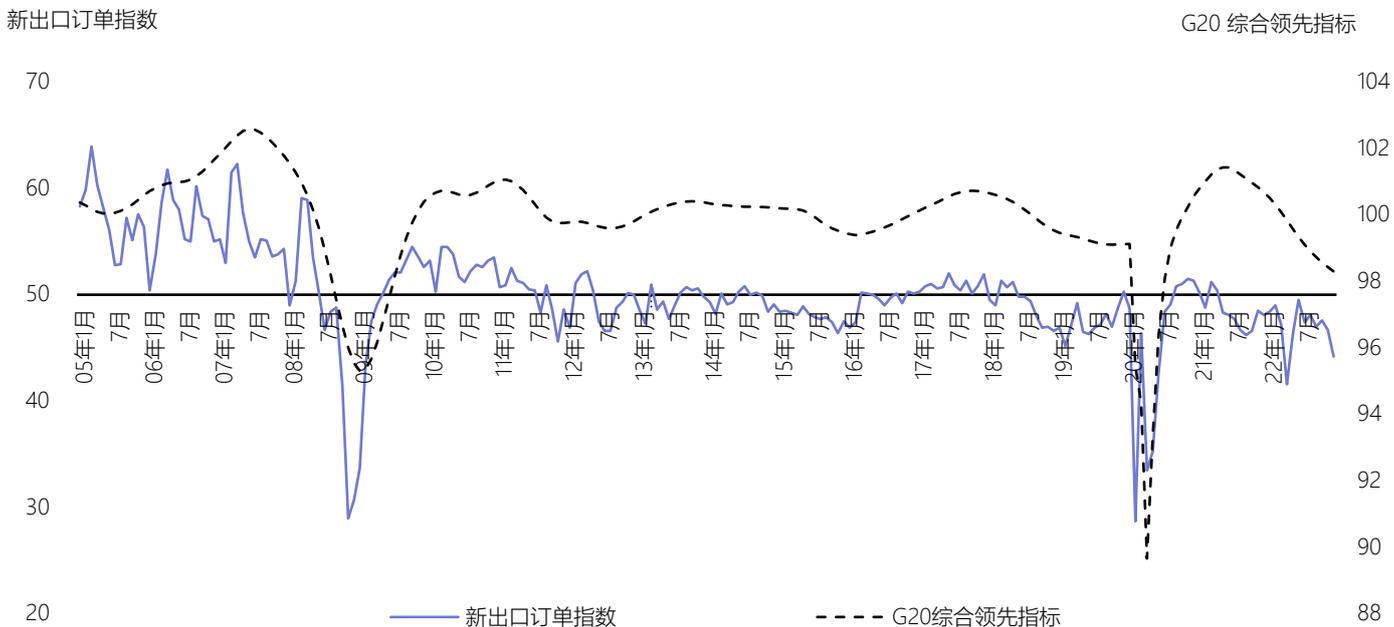
¹ 由经济合作与发展组织 (OECD) 发布的 G20 综合领先指标主要作用是经济活动的扩张和放缓 (高峰和低谷) 之间的拐点预早提供信号判断, 涵盖的国家有澳大利亚, 巴西, 加拿大, 中国, 法国, 德国, 印度, 印度尼西亚, 意大利, 日本, 韩国, 墨西哥, 南非, 土耳其, 英国和美国。

图表 9: 新出口订单指数与出口增长, 2018 年 1 月至 2022 年 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局、中国海关

图表 10: 新出口订单指数与 G20 综合领先指标, 2005 年 1 月至 2022 年 12 月



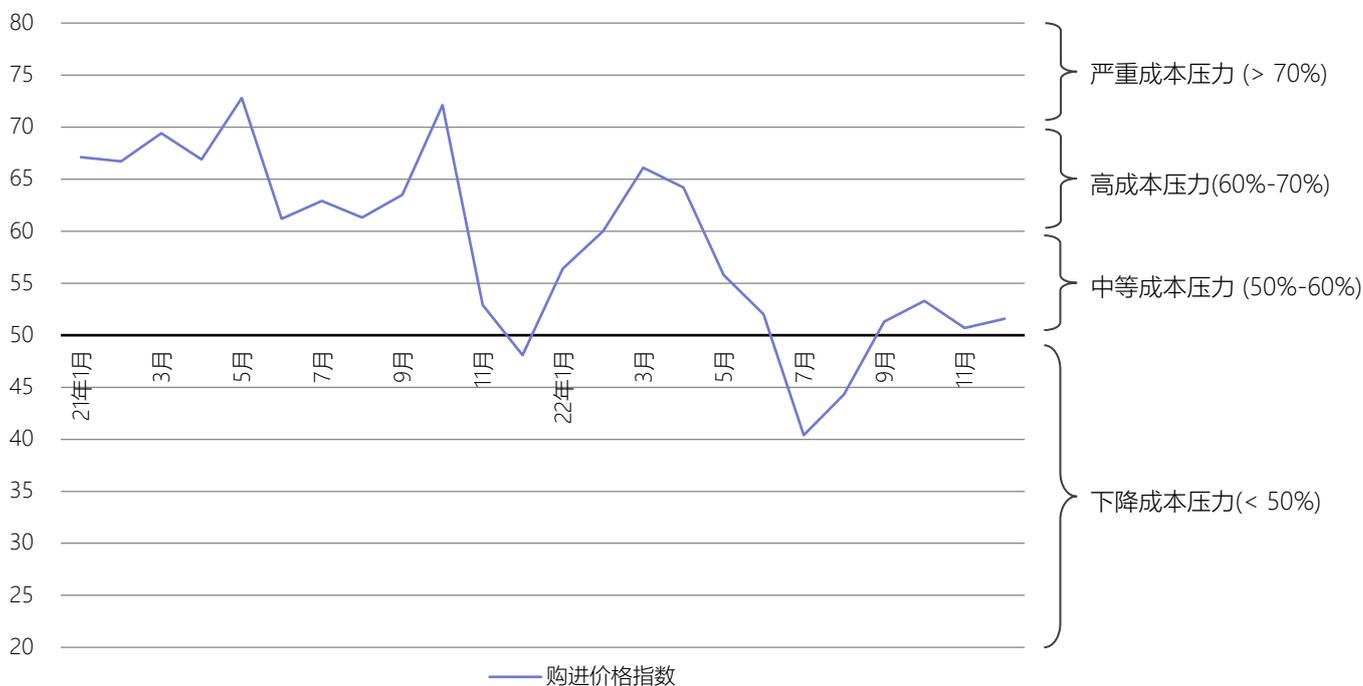
来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局、经济合作与发展组织

5. 从 PMI 看上游和中游价格

上游价格上涨对制造商造成一定的成本压力

购进价格指数由 10 月的 53.3 回落至 11 月的 50.7，然后反弹至 12 月的 51.6。指数处于荣枯线以上，表示近期主要原材料购进价格持续上涨，继续对中国制造商造成一定的成本压力。

图表 11: 购进价格指数, 2021 年 1 月至 2022 年 12 月

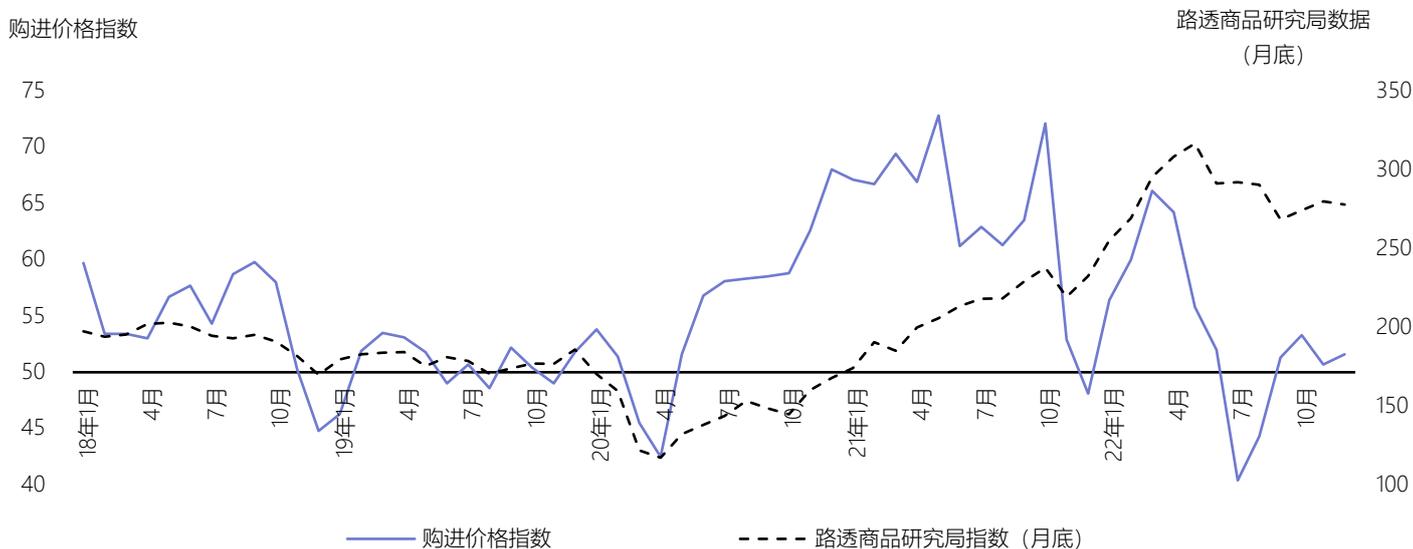


来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

图表 12 将购进价格指数和路透商品研究局指数进行对比, 以展示中国制造商的购进成本受全球商品价格的影响程度。²

² 路透商品研究局指数涵盖原油、铝、玉米、棉花、天然气、大豆等 19 种商品, 是衡量全球商品价格的公认标准之一。

图表 12: 购进价格指数与 路透商品研究局指数, 2018 年 1 月至 2022 年 12 月

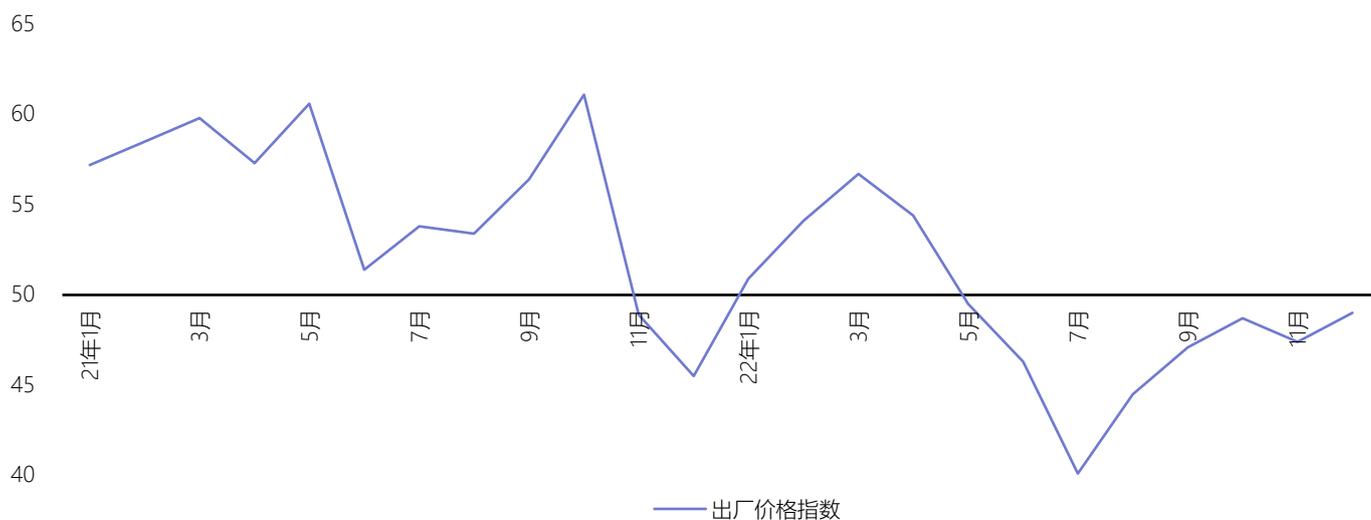


来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局、路透社

制造商下调产品的出厂价格

出厂价格指数由 10 月的 48.7 下跌至 11 月的 47.4, 然后反弹至 12 月的 49.0。指数表明近期国内制造业企业持续下调产品的出厂价格, 然而近期指数的回升可能预示着企业的降价压力有所缓解。³

图表 13: 出厂价格指数, 2021 年 1 月至 2022 年 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

³ 出厂价格指数自 2017 年 1 月起开始公布

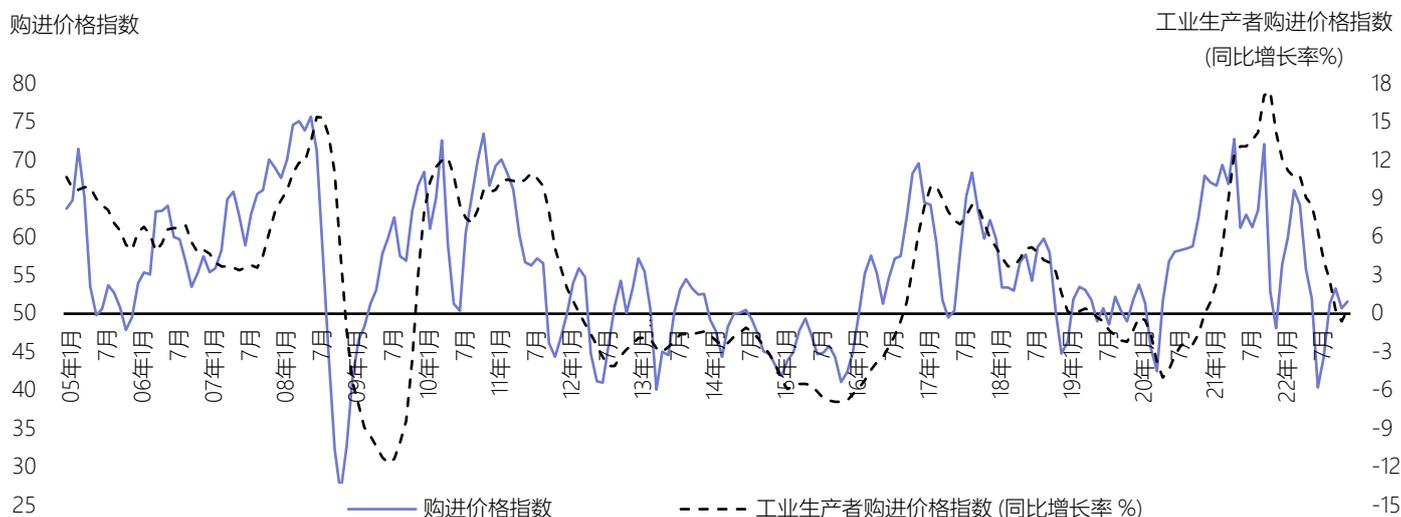
2023 年一季度购进和出厂价格的增长将下降

图表 14 显示购进价格指数是上游价格的领先指标。为了展示购进价格指数与中游价格的联系，我们在图表 15 中将购进价格指数和工业生产者出厂价格指数 (PPI) 同比增长进行对比。

展望未来，我们预测 2023 年一季度工业生产者购进价格指数和工业生产者出厂价格指数 (PPI)⁴ 的同比增长都会继续下降，原因是最近全球商品价格回落以及 2022 年一季度的对比基数较高。

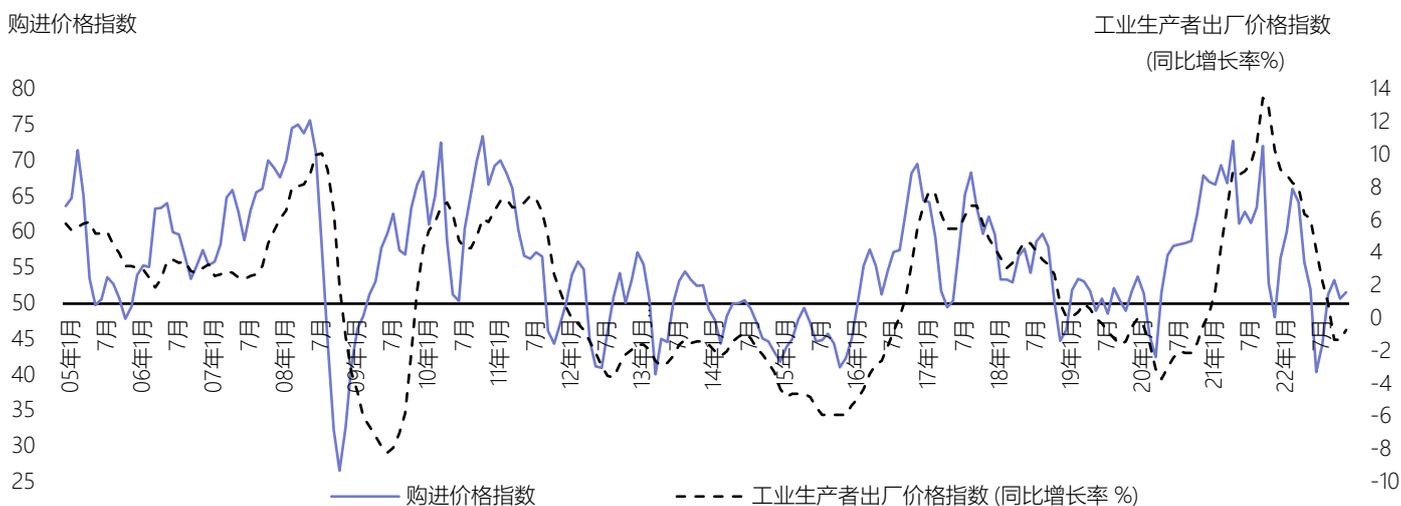
我们预测 2023 年一季度工业生产者购进价格指数和工业生产者出厂价格指数 (PPI) 的同比增长都会继续下降，原因是最近全球商品价格回落以及 2022 年一季度的基数较高。

图表 14: 购进价格指数与工业生产者购进价格指数, 2005 年 1 月至 2022 年 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

图表 15: 购进价格指数与工业生产者出厂价格指数, 2015 年 1 月至 2022 年 12 月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

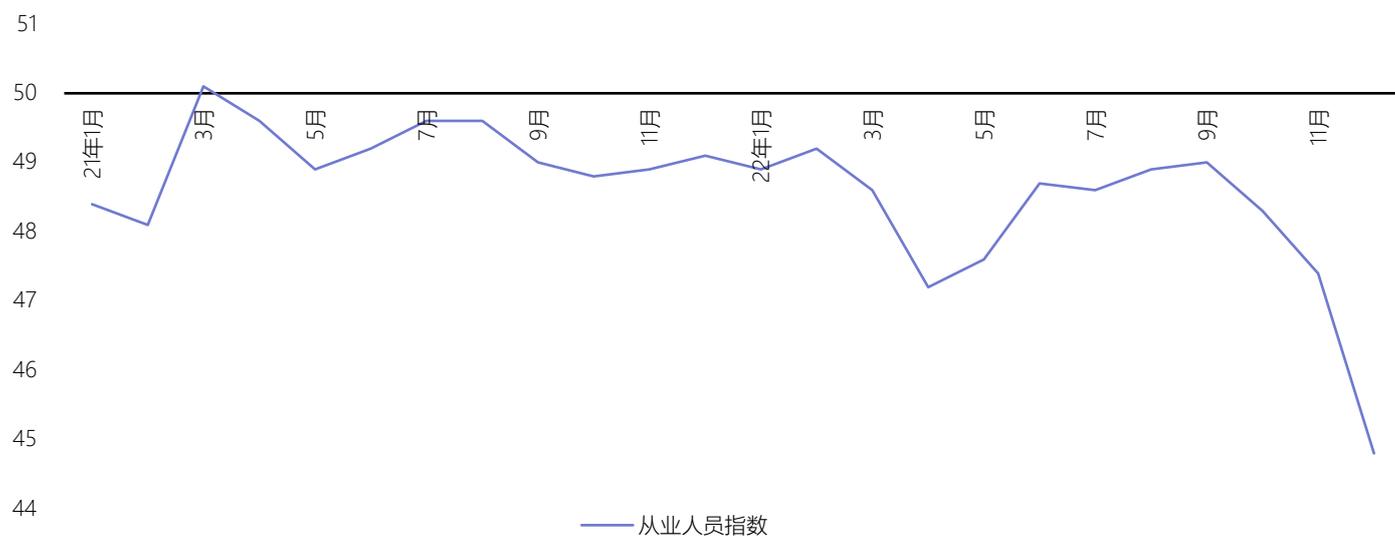
⁴ 由国家统计局公布的工业品生产者价格指数 (PPI) 反映工业品首次销售时的出厂价格。

6. 从 PMI 看制造业就业

制造业就业波动性加剧

受新冠疫情爆发影响，部分工人暂时离岗，从业人员指数由 10 月的 48.3 下跌至 11 月的 47.4，12 月进一步跌至 44.8，反映制造业就业的波动性加剧（见图表 16）。

图表 16: 从业人员指数, 2021年1月至2022年12月

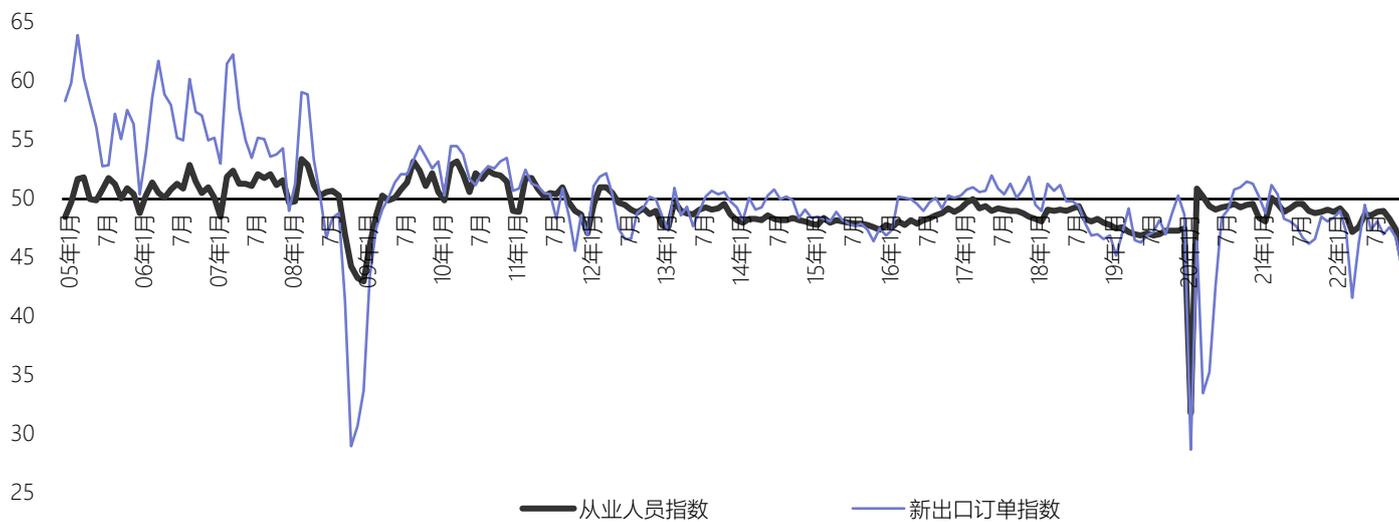


来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

图表 17 显示中国制造业的就业颇为依赖出口部门。图表 18 和 19 反映了就业情况的变化在多大程度上受到了制造业和整体经济的影响。眼下随着中国经济的复苏，我们预测制造业的就业情况将在未来几个月得到改善。

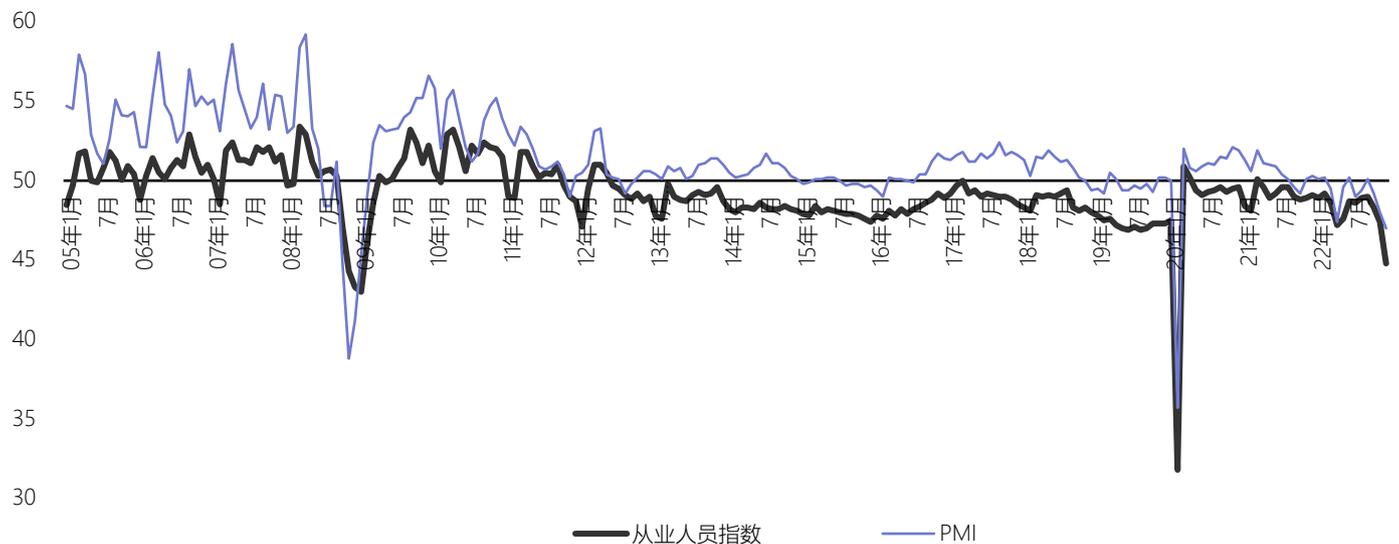
眼下随着中国经济的复苏，我们预测制造业的就业情况将在未来几个月得到改善。

图表 17: 从业人员指数与新出口订单指数, 2005年1月至2022年12月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

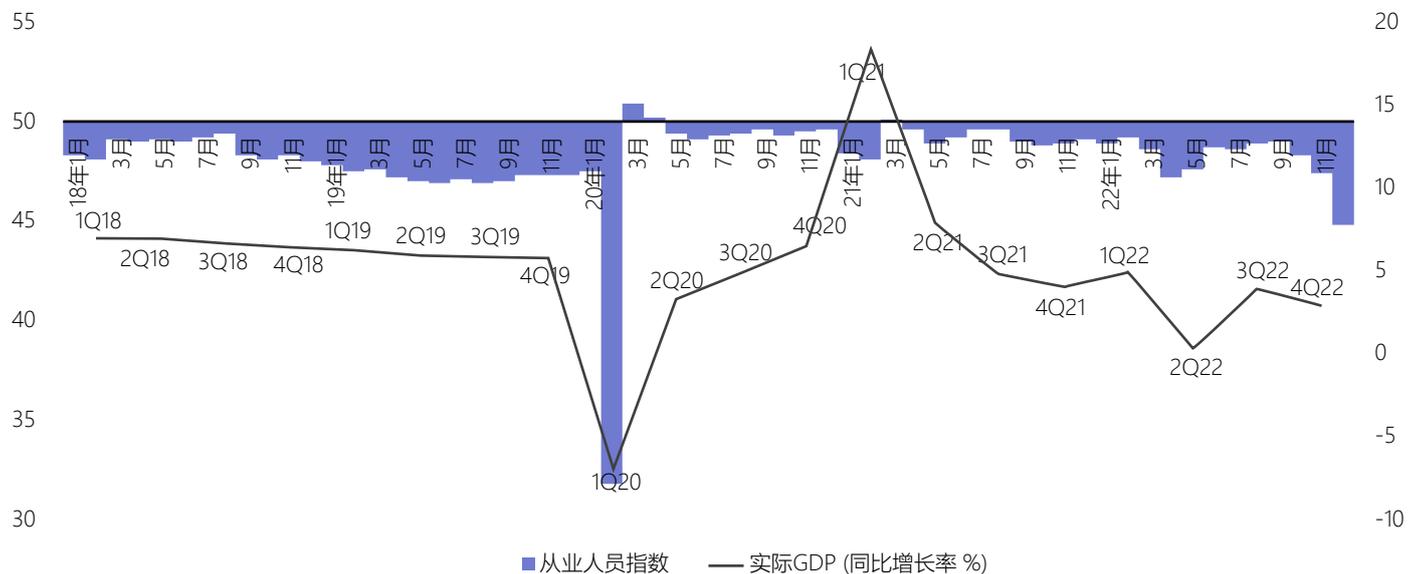
图表 18: 从业人员指数与 PMI, 2005年1月至2022年12月



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

图表 19: 从业人员指数与 GDP 实际增长, 2018 年 1 月至 2022 年 12 月

从业人员指数



来源: 中国物流与采购联合会、中国国家统计局

关于中国制造业采购经理指数:

中国制造业采购经理指数 (PMI) 是衡量每个月中国制造业经济活动的先行性指数。该指数由中国物流与采购联合会和国家统计局联合发布, 英文版采购经理指数报告由利丰研究中心起草和发布。

调查机构每个月向全国 3,200 家制造企业发放调查问卷, 本文所提供的数据是由企业对其采购活动和供应情况的答复汇编而成。中国物流与采购联合会对数据搜集程序不作任何声明, 也不披露任何具体企业的数据。在使用 PMI 进行决策时, 应将该数据与其他经济数据进行比较。

接受问卷调查的 3,200 家制造企业涉及 31 个行业大类, 分布在中国的东部、东北部、中部和西部。调查采用按规模大小成比例的概率 (Probability Proportional to Size) 抽样方法, 意味着抽样企业主要按每个行业的增加值占比, 以及对每个地理区域的代表性挑选。

调查涵盖 13 个分类指数: 生产、新订单、新出口订单、积压订单、产成品库存、采购量、进口、购进价格、原材料库存、出厂价格、从业人员、供应商配送时间和生产经营活动预期。分类指数高于 50 时, 反映该分类指数总体上升; 低于 50, 则反映总体下降。

制造业 PMI 是由 5 个经季度调整的分类指数加权计算而成的综合指数: 新订单指数, 权数为 30%; 生产指数, 权数为 25%; 从业人员指数, 权数为 20%; 供应商配送时间指数, 权数为 15%; 原材料库存指数, 权数为 10%。PMI 高于 50 时, 反映制造业总体扩张; 低于 50, 则反映总体收缩。

目前有超过 20 个国家和地区利用国际标准的方法进行 PMI 的调查和汇编。

关于我们:

中国物流与采购联合会

中国物流与采购联合会，是国务院政府机构改革过程中，经国务院批准设立的中国唯一一家物流与采购行业综合性社团组织，总部设在北京。联合会的主要任务是推动中国物流业的发展，推动政府与企业采购事业的发展，推动生产资料流通领域的改革与发展，完成政府委托交办事项。政府授予联合会外事、科技、行业统计和标准制修订等项职能。中国物流与采购联合会是全国现代物流工作部际联席会议成员单位，是亚太物流联盟和国际采购联盟的中国代表，并与许多国家的同行有着广泛的联系与合作。

冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心收集和分析有关全球采购、供应链、分销、零售及科技的市场资讯。

冯氏集团利丰研究中心总部设于中国香港。研究中心借助其独特的关系网络和资讯网络跟踪上述资讯，重点分析中国及其他亚洲国家的发展概况和未来趋势，以及撰写相关报告。研究中心透过定期出版研究报告及其他刊物与世界各地的企业、学者和政府分享市场资讯和独到见解。

冯氏集团是一间以中国香港为基地的跨国公司，研究中心作为集团的智库，亦为集团及其合作伙伴就进入中国市场、企业架构、税务、牌照及其他政策法规方面的事宜提供专业意见及顾问服务。

冯氏集团利丰研究中心于 2000 年成立。

冯氏集团

冯氏控股 (1937) 有限公司总部设于香港，是一家私人全资拥有的跨国集团。冯氏控股是冯氏集团的主要股东，集团的核心业务涵盖消费品市场的整个全球供应链管理，包括采购、物流、分销及零售。冯氏集团在全球逾 40 个国家聘用超过 26,000 名员工。冯氏集团的发展历程源远流长。集团始创于 1906 年，由经营出口贸易业务发展成全球供应链管理业务，集团见证了香港与珠三角地区蜕变为当今世界生产及贸易重地之一的光辉历史。今天，集团聚焦于创造未来的供应链，协助品牌和零售商在数字经济中驰骋，并在全球各地为品牌创造新机遇、开拓新产品类别和拓展新市场。

集团旗下的上市公司包括利亚零售有限公司(香港联交所股份代号：00831)。集团的私营业务包括利丰有限公司、利弘投资有限公司、利时控股有限公司、利童服饰(控股)有限公司、玩具“反”斗城(亚洲)业务及 Suhyang Networks。

如欲了解详情，请浏览公司网址：www.funggroup.com

版权所有 © 2023 冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。