

## 财新中国通用制造业 PMI™

### 11月产出增速轻微放缓

#### 概要：

11 月份，中国制造业产出增速虽然较 10 月份创下的五年半最高纪录有所放缓，但仍保持稳健扩张步伐。据厂商反映，月内新订单总量增速放缓，但新出口业务大致趋于平稳，结束 10 月的轻微下降状态。与此同时，为缩减成本，企业的用工规模进一步收缩，但收缩率已放缓至一年半来最轻微。月内通胀压力明显加剧，投入成本与产出价格皆创下 2011 年初以来最大涨幅。

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 月录得 50.9，较 10 月份创下的 27 个月最高纪录 (51.2) 有所回落，显示制造业运行整体有轻微扩张。过去 3 个月以来，制造业景气状况每月皆有改善，此轮增长长期在 2014 年底以来算是持续时间最长。

11 月份，中国制造业产量进一步增长，此轮产出扩张期也得以延续至第五个月。本月产出增速环比放缓，但整体仍属可观。增产的厂商普遍提到新接业务量增加。不过，与产出一样，新订单的增速也是环比放缓，整体处于小幅水平。许多受访厂商反映，内需转强是最近新业务增长的背后动力。新接出口业务量在 11 月份大致趋于平稳，结束上月轻微下降态势。

月内厂商继续增加采购，增速轻微加速至四个月来最高。不过，由于生产过程中动用了原有库存，导致投入品库存连续第二个月轻微下降。成品库存则相反，在 11 月份轻微上升，部分厂商表示原因是增加了产出。

供应商存货不足，导致供货速度进一步放缓，但延误程度仅算轻微。

11 月份，制造业用工规模进一步收缩，许多厂商有意压缩成本。不过，本月用工收缩率已放缓至 18 个月来最轻微。用工收缩，但新业务增加，导致积压工作量进一步上升。

月内通胀压力加剧，制造商表示本月成本涨幅为 2011 年 3 月以来最显著。调查显示，原料涨价（特别是金属），导致整体投入成本上升。为保护利润空间，厂商普遍上调了产品出厂价格，加价幅度为 2011 年 2 月以来最大。

#### 要点归纳：

- 产出与新订单皆较 10 月份增速放缓
- 用工收缩率放缓至 18 个月来最轻微
- 投入成本与产出价格皆创下 2011 年初以来最显著涨幅

#### 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：

“11 月财新中国制造业 PMI 终值录得 50.9，比上月下跌 0.3，为两年来次高增速，制造业回暖仍在继续。分项中，产出指数和新订单指数均出现回落，但投入价格指数和产出价格指数再次加速上涨，达到 5 年来最高水平，通胀压力进一步加大。11 月中国经济继续好转，但较上月已降温，库存和用工状况都显示企稳基础并不扎实，警惕后期经济转冷风险。”

### 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。

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。© 2016 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](#)。