PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2022.11

财新
Caixin

最早发布时间：2022 年 12 月 5 日 09:45 (北京) / 01:45 (UTC 时间)

财新中国通用服务业 PMI™

11 月份服务业活动收缩率加剧

11 月份，疫情防控措施持续，中国服务业运行继续受到影响。遏止病毒扩散的措施，也抑制了服务业运营和顾客需求，企业产出与新增业务量皆录得 6 个月来最显著减幅。同时，企业用工量重现下降，对未来 12 个月经营前景的乐观度降至 8 个月来最低。

成本压力相对缓和，投入成本仅小幅上扬，涨速为 6 月份后最弱。另一方面，服务业收费价格也仅有轻微涨幅。

11 月份，经营活动指数（经季节性调整）从 10 月份的 48.4 降至 46.7，显示服务业产出连续 3 个月下降，当月整体降速可观，但仍然低于前一轮疫情高峰期（3 月至 5 月）。

最近数周，病例数量明显上升，遏制疫情扩散的相关措施影响了 11 月服务业运营和客户需求。新接业务量连续第三个月收缩，并且创下 5 月后最显著收缩率，许多企业表示客户数量减少。不过，出口业务量在 11 月恢复增长，部分企业表示国际出行管制放松，支撑出口销售增长。不过，海外经济环境仍然艰难，出口增速仅算轻微。

月内出行限制，导致一些企业员工无法到岗上班，服务业用工数量重现下降。还有一些企业因经营活动减少而压缩用工。因此，当月用工收缩率创下 2005 年 11 月本项调查开始以来最高记录。

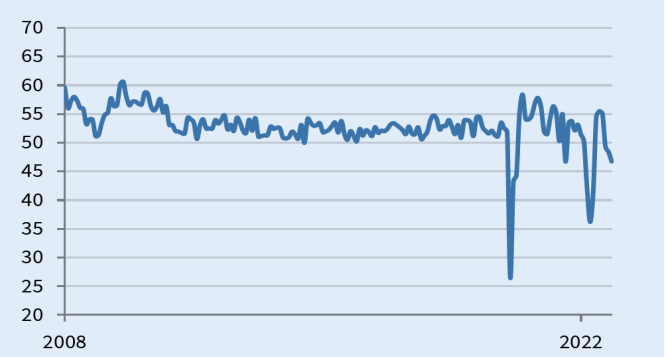
疫情进一步阻碍服务业运营，导致积压业务量进一步增加，当月增幅为 6 个月来最显著，但整体仍算小幅。

价格方面，11 月成本压力相对低迷，投入成本涨幅连续第三个月放缓，为逾两年来最轻微涨幅之一。关于费用增加，企业表示与原料、办公用品、运输和人工等成本上扬有关。服务业企业也放缓了加价速度，当月服务业收费价格整体涨幅轻微。部分企业反映，疫情下各种促销措施，限制了定价力。

展望未来一年的经营活动，业界虽然普遍乐观认为会有增长，但 11 月份信心度下滑至 8 个月低点。许多企业寄望疫情后会有强劲复苏，顾客需求会转强。其他企业则对疫情何时受控表示忧虑，担心限制措施影响业务经营和市场需求。

中国通用服务业经营活动指数

>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:

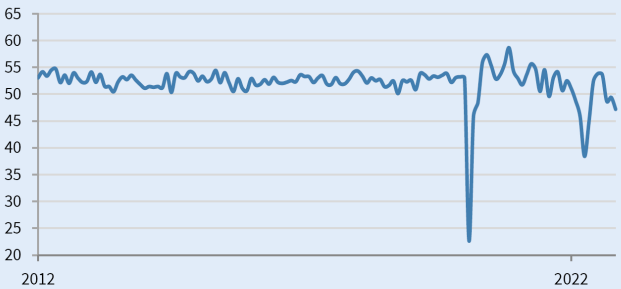
疫情持续，服务业活动和需求受限

用工重现收缩

成本压力继续放缓

新业务指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

就业指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）

数据来源：财新，标普全球

财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用服务业 PMI 数据时表示:

“2022年11月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得46.7，较前月下降1.7个百分点，续创今年6月以来新低。多地爆发局部疫情，对于服务业景气度形成制约。

服务业供求收缩加速。经营活动指数和新订单指数双双录得近六个月以来新低，多地出现散发疫情，相应防控措施收紧，供给和需求收缩速度加快。由于国际旅行限制有所放松，外需略有好转，新出口订单指数转入扩张区间，不过受制于全球经济低迷，出口扩张幅度极为有限。

服务业就业大幅收缩。疫情致部分工人难以返岗，需求端的疲弱也令企业主动减少用工。就业指数在过去11个月中第十次低于荣枯线。不仅如此，就业指数还创下2005年11月以来的最低值。相应的，11月积压工作略有增加。

服务业价格基本稳定。原材料、办公用品、运费、人力成本不同程度的上涨推高了服务业企业的总成本，投入价格指数略高于荣枯线；鉴于疫情期间需求疲弱的事实，服务业企业在收费端议价能力依然较为有限，收费价格亦略高于荣枯线。

市场乐观情绪有限。经营预期指数近八个月以来新低，也显著低于该指数长期均值。企业家对于疫情的走向以及对市场的影响充满忧虑。”

最早发布时间：2022 年 12 月 5 日 09:45 (北京) / 01:45 (UTC 时间)

财新中国通用综合 PMI™

生产经营活动量整体加速下滑

综合指数是制造业和服务业指数的相应加权平均值。权重值依据官方 GDP 数据，反映制造业和服务业的相关规模。中国综合产出指数是制造业产出指数和服务业经营活动指数的加权平均值。

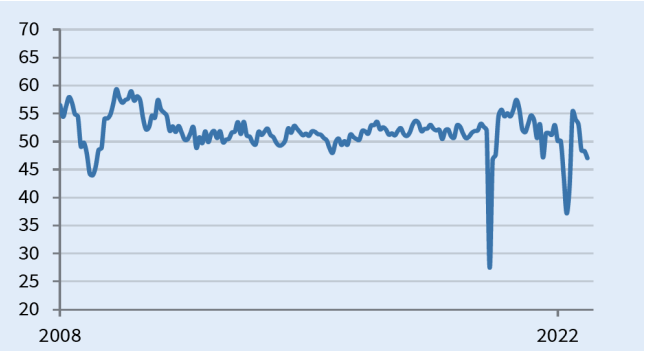
11 月份，综合产出指数（经季节性调整）从 10 月份的 48.3 降至 47.0，显示中国企业业务活动量连续第三个月下降，并且降幅为 5 月后最显著，制造业与服务业的产出皆加速下降。

同时，在服务业销售大幅加速下滑的影响下，新订单总量的综合降幅加剧，但整体尚算温和。就业在 10 月份曾有轻微增长，但至 11 月则创下 2020 年 2 月后最大降幅，原因是服务业就业重现收缩，制造业用工收缩率加剧。

成本压力则保持相对轻松，制造业和服务业的平均投入成本皆小幅上扬，销售价格则连续两月保持大致平稳。

中国通用综合产出指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

点評

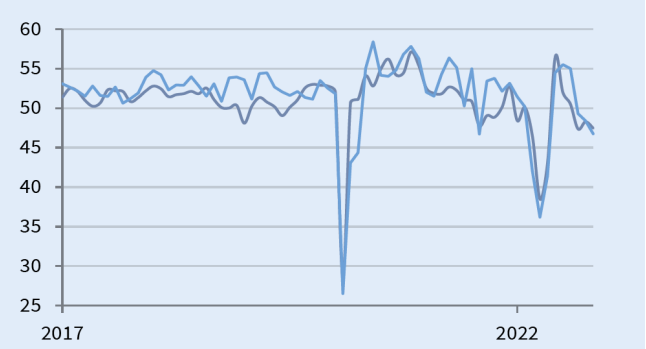
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2022 年 11 月，财新中国综合 PMI 录得 47.0，较前月下降 1.3 个百分点，续录得今年 6 月以来的最低值。制造业、服务业出现不同程度收缩，服务业受疫情影响更大。就业大幅收缩，服务业就业收缩更甚。企业投入价格小幅上涨，产出价格保持稳定。

目前处于 2020 年初和 2022 年上半年之后的第三波新冠疫情之中，疫情持续对经济产生不利影响。第三波疫情对供求两端的限制目前看来较前两波疫情弱势，但当前就业市场恶化情况较为突出。10 月以来，新冠疫情在多省市蔓延，如何平衡疫情防控与经济发展再次成为核心议题。日前，中央对进一步优化防控工作的措施作出重要部署、提出明确要求，各地各部门如何将中央的要求部署落到实处便成为重中之重。需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力之下，就业指数长期处于低位，就业的低迷与“三重压力”形成负面反馈，市场对于促就业、稳内需政策的要求格外迫切。政策层面应加强财政政策和货币政策协调配合，着力扩大内需，提高低收入群体的收入水平。”

行业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

服务业经营活动指数 / 制造业产出指数

调查方法

“财新中国通用服务业 PMI™”通过每月向样本库内约650家私营或国有的服务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“服务业经营活动指数”。该指数是一个扩散指数，通过询问经营活动量相比一个月前的变化而计算出指数值。“服务业经营活动指数”与“制造业产出指数”具有可比性。该指数也有可能被称为“服务业PMI”，但实质上与标题的制造业PMI指数没有可比性。

综合产出指数是“制造业产出指数”与“服务业经营活动指数”的加权平均数。权重值反映制造业与服务业类别在官方GDP数据中的相应规模。综合产出指数也有可能被称为“综合PMI”，但实质上与标题的制造业PMI指数没有可比性。

主要调查资料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，经季节性调整的系列资料可能会因此发生变化。

有关 PMI 报告的调查方法，敬请联系 economics@ihsmarkit.com。

数据收集及展示方法

数据于 2022 年 11 月 11 – 22 日收集。

本项调查数据采集始于 2005 年 11 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 和 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

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（包括但不仅限于复制、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。关乎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: +86-10-85905019
zhewang@caixin.com

马玲
财新智库
品牌传播部
电话: +86-10-8590-5204
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

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

PMI™ by S&P Global

© 2022 年，版权属标普全球所有