PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2022.3

财新
Caixin

最早发布时间：2022 年 4 月 6 日 09:45 (北京) / 01:45 (UTC 时间)

财新中国通用服务业 PMI™

防疫措施收紧，3 月份服务业活动收缩

2022 年第一季末，中国新冠疫情反弹，防疫措施收紧，导致服务业经营活动明显收缩。与此同时，新增业务量也大幅下滑，原因普遍是出行受限，顾客数量减少。投入成本整体加速上扬，涨速可观；服务业收费价格则仅有轻微升幅。疫情持续，加上俄乌冲突，企业经营信心受挫，前景乐观度在 3 月份微降至略逾一年半以来最低。

第一季末，经营活动指数（经季节性调整）从 2 月份的 50.2 降至 42.0，显示服务业活动重现收缩，并且收缩率显著，为 2020 年 2 月首轮疫情之后最严重。企业普遍反映，3 月份防疫措施收紧，经营活动受到影响，顾客需求下挫。

与此同时，企业的新接业务总量加速下降，降幅明显，为 2020 年 3 月后最显著。据普遍反映，疫情相关防控措施，尤其是出行限制，导致顾客数量下降，客户需求减弱。新增出口业务量连续第三个月下滑，降速虽小，但在 2020 年 10 月后已是最显著。

3 月份，中国服务业用工规模收缩（整个第一季用工持续收缩），惟收缩率仅算轻微。样本企业表示，疫情加上需求减弱，降低了企业增加用工的意愿。

另一方面，业务运营受到影响，导致中国服务业积压业务量进一步增加，积压率虽然温和，但已是去年 12 月后最显著。

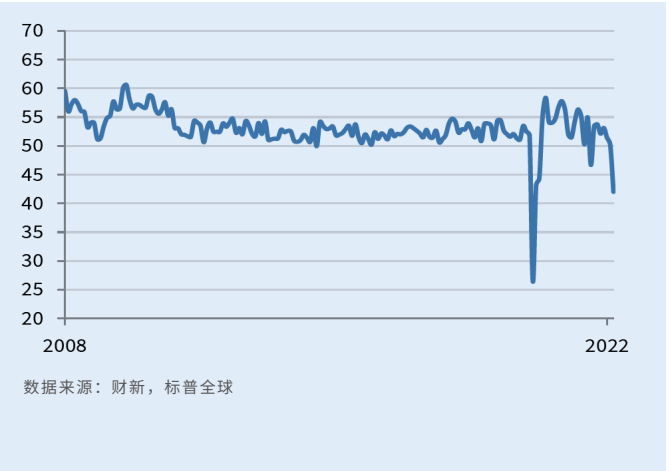
3 月份调查数据显示，服务业企业的投入成本涨势加剧，整体涨幅可观，超过长期均值。企业反映，在最近调查期间，原料、能源、食品、运输和防疫等成本和支出上升，加剧成本负担。

虽然成本费用加速上扬，但服务业收费水平在 3 月份仅略有上升，加价率为当前 7 个月来最小。部分企业因投入成本上升而加价，另外一些企业则表示需求减弱，以及为吸引新订单，定价力收到限制。

对于未来 12 个月经营活动的前景，中国服务业企业普遍表示乐观，相信未来一年产出会有扩张。不过，业界信心度降至 19 个月低点，企业担心疫情和乌克兰局势，未知业务运营还会受困多久。

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:

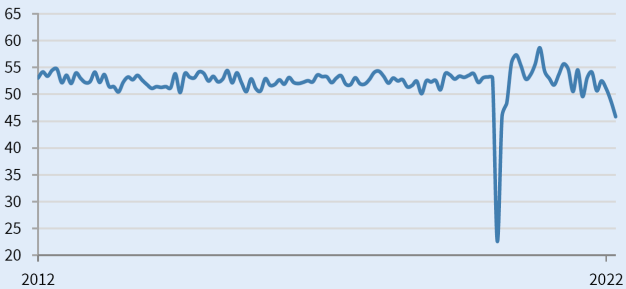
服务业活动收缩率仅次于 2020 年 2 月，销售显著下滑

投入成本加速上扬

经营信心减弱至 19 个月低点

新业务指数

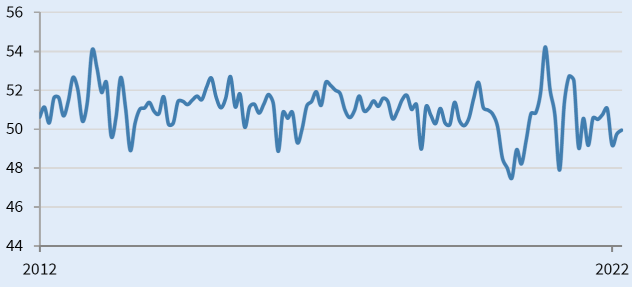
>50 = 较上月增长（经季节调整）



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3月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得42.0，较前月大幅下降8.2个百分点，这是该指数2020年3月以来的最低值。新一轮新冠疫情重创中国服务业。

服务业供求严重收缩。3月以来，全国多地爆发局部疫情，服务业供求两侧同步受限：服务业经营活动指数和新订单指数分别录得2020年3月和2020年4月以来的新低。同样受疫情影响，外需疲弱趋势持续，新出口订单指数录得2020年11月以来的新低。

服务业就业微降。服务业就业指数连续第三个月位于收缩区间。受疫情影响，市场有效需求不足，企业扩产及增加员工驱动力有限。同样受需求不足影响，服务业积压工作有所增加。

价格指数上升，服务业企业成本压力增大。服务业投入价格指数在扩张区间上升，显示其成本压力上升有所提速，原材料价格、食品价格、运费、人力成本都有所上升。服务业收费价格指数虽高于荣枯线，但受限于弱需求，指数较上月反而有所下降。

市场乐观情绪减弱。企业家依然对疫情得到控制充满信心，但乐观程度较长期水平明显不足。3月，服务业经营预期指数录得近19个月以来的新低。”

最早发布时间：2022 年 4 月 6 日 09:45 (北京) / 01:45 (UTC 时间)

财新中国通用综合 PMI™

生产经营活动总量录得 2020 年 2 月后最大降幅

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。

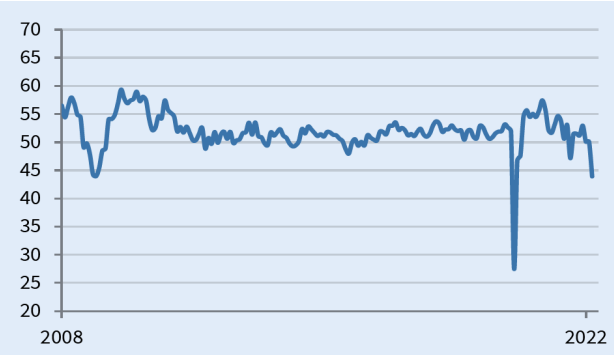
3 月份，综合产出指数（经季节性调整）从 2 月份的 50.1 降至 43.9，显示中国企业的生产经营活动整体重现收缩，并且收缩率显著，为 2020 年 2 月首轮疫情之后最严重。最新指数值反映制造业和服务业活动量皆重现下降，后者收缩率更大。

新增业务总量也同样创下略逾两年来最大降幅，制造业与服务业销售皆明显下降。新接出口业务总量也大幅收缩，创下 22 个月最大收缩率。企业乐观度因此在 3 月份也减弱至 2020 年 5 月后最低。

同时，成本压力加剧，投入成本的综合涨幅加速至 5 个月来最高，但销售价格的涨速却轻微放缓。

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 3 月，财新中国综合 PMI 录得 43.9，较前月大幅下降 6.2 个百分点。受疫情影响，制造业、服务业供给和需求双双承压，海外需求亦录得 2020 年 6 月以来最差表现。价格指数保持扩张，企业成本继续上升。就业相对稳定。企业乐观情绪减弱。

总体而言，2022 年 3 月，受局部疫情爆发等因素影响，制造业、服务业景气度大幅转弱，与此前疫情情况类似，服务业受影响更加明显。供给收缩，需求承压，出口恶化，企业成本上升，用工稳定，市场乐观情绪有所减弱。

目前，国内正面临 2020 年初以来最为严峻的疫情形势，同时，外部环境不确定因素增加，俄乌战争前景不明，大宗商品市场大幅波动。多种因素形成共振，加剧了中国经济下行压力，滞涨风险凸显。政策层面则面临双重“精准”挑战：提高疫情精准防控水平，在生产生活正常秩序与人民群众生命安全和健康中取得平衡；财政政策和货币政策做到精准施策，关注弱势群体，加大对重点行业和小微企业扶持力度，稳定市场预期。”

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400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 3 月 11 – 23 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。

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
标普全球经济研究部副总监
电话：+44 1491 461 010
annabel.fiddes@spglobal.com

Joanna Vickers
标普全球企业传讯部
电话：+44 207 260 2234
joanna.vickers@spglobal.com

PMI™ by S&P Global

© 2022 年，版权属标普全球所有