

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2023.3

财新中国通用服务业 PMI™

3 月份服务业加速扩张

最新 PMI 数据显示，中国服务业经营活动普遍进一步改善，增速加快，创下 28 个月新高。随着最近新冠疫情防控措施的放开，服务业运行和新接订单持续改善，带动经营活动扩张，特别是新增出口业务，扩张率更创下历史新高。为配合持续增长的业务需求，服务业用工也大幅回升。成本压力加剧，投入成本录得 7 个月来最显著涨幅，但鉴于竞争压力，服务业销售价格的涨幅保持轻微。

企业的前景乐观度虽然较 1 月份创下的将近十二年最高记录进一步回落，但整体仍保持在历史高位，企业预期未来数月需求与经营活动将进一步增长。

3 月份，经营活动指数（经季节性调整）进一步超越 50.0 临界线，从 2 月份的 55.0 升至 57.8，显示服务业活动大幅加速增长。目前，服务业已连续 3 个月保持增长，当月更创下 2020 年 11 月后最显著增速。

当月新接业务量持续大幅加速增长，带动经营活动扩张。新业务总量整体增速强劲，为 28 个月来最高。企业普遍反映，最近防疫限制放开，经营状况随之改善，顾客数量回升，销售增长。新接出口业务量更录得 2014 年 9 月该项指数调查开始以来的最高增速。

新订单持续增长，业务需求上升，促使企业连续两月增加用工。服务业整体就业增速可观，创下 2020 年 11 月后最高记录。

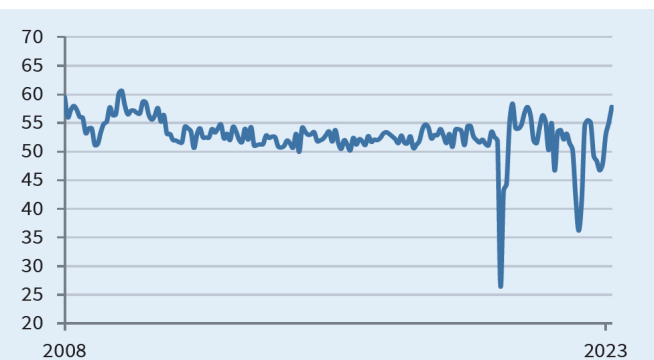
虽然用工进一步增加，3 月份积压业务量仍继续上升，积压率较上月加剧，但整体尚属温和。企业普遍表示，最近积压业务增加，原因是新业务量扩张，带来产能压力。

最新调查数据显示，第一季末价格压力抬头。服务业平均投入成本增速可观，为 2022 年 8 月后最显著。用工成本和原料价格的上涨是主要原因。然而，为保持竞争力，企业转移成本上扬压力的空间有限，服务业收费价格升幅轻微。

展望未来数月，业界预期在防疫政策放宽的背景下，市况和顾客需求将进一步复苏。服务业企业普遍乐观预期，未来一年经营活动会继续增长。整体乐观度虽然回落至 3 个月低点，但相比历史数据，仍保持强劲。

中国通用服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善（经季节性调整）



数据来源：财新，标普全球

要点归纳：

经营活动、销售与就业创下 2020 年 11 月后最强劲增速

企业信心度保持在历史高位

投入成本增速加剧，为 7 个月来最显著

新业务指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



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：

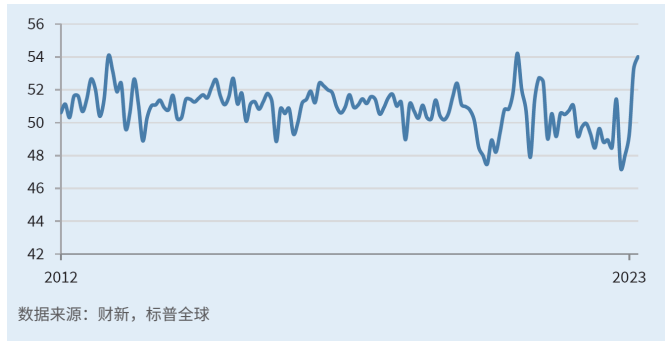
“2023年3月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得57.8，较前月上升2.8个百分点，同时录得2020年12月以来新高。疫情防控措施调整后，服务业景气度修复提速。

服务业供求快速扩张。年初第一波疫情高峰过后，服务业市场供求两旺，市场正常化节奏加快。3月，服务业经营活动指数和新订单指数在扩张区间内继续上升，且同时录得2020年12月以来新高。不仅如此，国际旅行限制解除助推服务业出口，新出口订单指数刷新有记录以来（2014年9月至今）的最高值。

服务业就业进一步增加。与市场供求指数同步，服务业就业指数亦刷新2020年12月以来新高，企业扩大用工量以应对市场需求的快速恢复。即便如此，仍不足以消化市场新增订单，服务业积压工作量继续增加。

就业指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



服务业价格上涨。原材料价格和工资的上涨推动了服务业企业成本的上升，服务业投入品价格增速有所加快。与此同时，由于市场竞争激烈，企业收费端提价空间较为有限。3月，服务业收费价格指数仅略高于荣枯线。

服务业市场乐观情绪继续维持高位。企业家对于疫情管控措施放松后经济景气度的恢复继续充满信心，尽管经营预期指数连续第二个月微降，但仍显著高于长期均值。”

财新中国通用综合 PMI™

生产经营活动增速升至 9 个月高点

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 54.2 回升至 54.5，显示中国企业的生产经营活动总量连续第三个月保持增长，而且增速可观，为 2022 年 6 月后最显著。基本面数据显示，服务业活动加速扩张，抵消了制造业产出增速放缓的影响。

新订单总量也增速强劲，仅略低于 2 月份的 21 个月最高记录。当月服务业新订单加速增长，制造业销售增长放缓。月内新增出口业务总量轻微下降，主要是受制造业外需重现收缩所影响。

第一季末，就业连续第二个月小幅扩张，通胀压力则大致保持平稳，仅算轻微。

点评

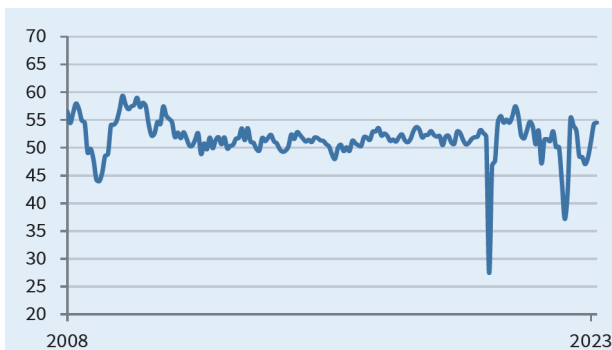
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2023 年 3 月，财新中国综合 PMI 录得 54.5，较前月上升 0.3 个百分点，在扩张区间内保持上升势头。生产、需求、就业悉数扩张，其中服务业扩张势头强劲，制造业略显乏力，成本端和收费端价格水平保持稳定，企业家乐观情绪高企。”

2022 年底新冠疫情防控措施优化调整后，新冠感染人数快速达峰，此后经济加速修复。2023 年 3 月，制造业和服务业恢复势头出现分化，服务业复苏继续提速，制造业则有所拖累，显示出当前经济恢复基础尚不牢固，内生增长动力不足。展望未来，经济增长仍依赖内需的提振，特别是居民消费水平的提升。唯有千方百计夯实就业基础、提高居民收入、改善市场预期，方能落实中央提出的恢复和扩大消费的既定目标。”

中国通用综合产出指数

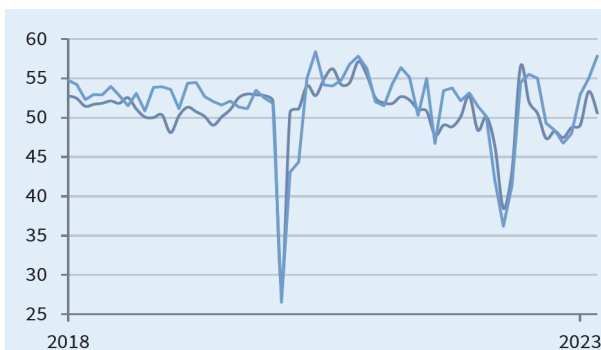
>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

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 2023 年 3 月 10 - 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。关于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