

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2023.7

财新中国通用服务业 PMI™

7 月份服务业活动继续稳健增长

最新 PMI 数据显示，中国服务业在第三季初表现强劲，经营活动普遍稳健扩张。新业务总量明显加速增长，带动经营活动扩张。受此鼓励，企业连续第六个月增加用工。不过，展望未来 12 个月的经营前景，服务业界乐观度却略有回落，整体经营信心降至去年 11 月后最低。价格数据方面，投入成本与销售价格皆显示涨幅放缓。

第三季初，经营活动指数（经季节性调整）从 6 月份的 5 个月低点（53.9）升至 54.1，显示中国服务业经济活动连续 7 个月保持扩张，并且整体增速稳健。不过，相比今年上半年的整体水平，当月增速仍显偏弱。

7 月份，经营活动进一步明显扩张，动力来自新接业务总量，后者月内加速增长，增幅可观。企业普遍反映，市况转强，客户数量增加，促进新订单增长。虽然新增出口业务量增幅减弱，但当月销售总量仍能加速增长。月内海外市场对中国服务业的需求明显增速微弱（6 个月来最低），原因普遍与全球经济不景气有关。

销售持续增长，业务需求上升，促使企业在 7 月份继续增加用工，增幅虽然温和，但已是 4 个月来最显著。虽然增加了用工，但仍不足以纾解整体产能压力，服务业企业的积压业务量进一步上升，当月积压率为 4 月份后最高，但总体仍算轻微。

7 月份，投入成本的涨幅回落至 2 月份以来最低点，经营费用的增幅也低于本项调研的长期均值。据企业反映，月内投入成本上升与一系列因素有关，包括用工成本、原料价格、运输费用和住宿价格的上涨。

面对投入成本上扬，服务业企业以加价应对。第三季初，服务业销售价格与成本开支一样，升幅也较 6 月份有所放缓，整体仅算轻微。

7 月份，服务业企业对未来 12 个月的经营前景继续表示乐观，但乐观度降至长期均值之下，整体为 8 个月来最低。虽然许多企业预期未来一年海内外经济会好转，但其他一些企业则对当前全球经济环境疲弱感到忧虑。

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 PMI

要点归纳：

销售加速增长，服务业活动强劲扩张

用工数量创下 4 个月最快增速

通胀压力放缓

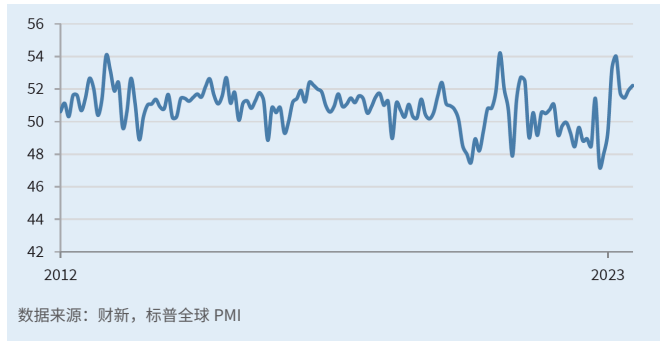
新业务指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



就业指数

>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7月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得54.1，较前月微升0.2个百分点。财新中国服务业PMI已经连续七个月位于扩张区间，不过相比此前六个月均值水平（55.5）有所下降。

服务业供求保持扩张。市场条件继续改善，服务业商务活动活跃度进一步增加，需求亦随之扩张。7月，服务业经营活动指数和新订单指数连续第七个月双双高于荣枯线。外需增速出现明显下滑，新出口订单指数仅略高于荣枯线，受访者表示海外经济前景不明，对于服务业出口形成一定制约。

服务业就业继续增加。服务业就业指数已是连续第六个月高于荣枯线，市场供求两旺，服务业企业增加用工需求扩大产能。但这也并不足以消化在手订单，服务业积压工作指数连续第12个月位于扩张区间。

服务业价格小幅上涨。受人力、原材料、交通运输和住宿成本增加的影响，服务业投入价格指数连续第37个月位于扩张区间，不过对比此前数月增速有所放缓。收费端方面，市场竞争依旧激烈，服务业企业提价空间有限，服务业收费价格指数连续第15个月位于扩张区间，但7月指数高于荣枯线不足一个百分点。

服务业市场乐观情绪持续。市场参与者对于未来一年的市场前景充满信心，但对于全球经济景气度的持续性也有所担忧。7月，服务业经营预期指数低于该指数长期均值逾三个百分点。”

财新中国通用综合 PMI™

生产经营活动总量的增速为 6 个月来最低

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。

7 月份，综合产出指数（经季节性调整）从 6 月份的 52.5 下滑至 51.9，但仍然超过 50.0 荣枯临界值，显示中国企业的生产经营活动总量连续 7 个月保持增长，但增速温和，为今年 1 月后最低。行业数据显示，制造业产出重现收缩，但服务业活动增速明显，有助抵消前者。

新订单总量的增速也放缓至 6 个月来最低。行业表现分化：服务业销售增长转强，而制造业订单则在 4 月份后首次出现下降。用工总量连续第二个月轻微扩张，主要是受服务业推动，而制造业用工继续收缩。成本压力总体仍然轻微，综合投入成本略有上升，而综合产出价格则连续第四个月录得下降。

点评

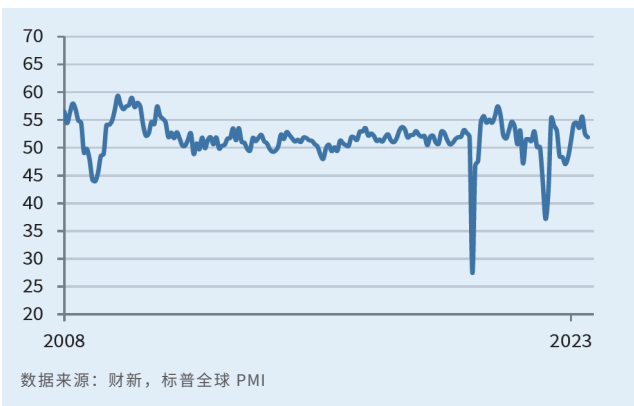
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2023 年 7 月，财新中国综合 PMI 录得 51.9，较前月下降 0.6 个百分点，同时录得今年 2 月以来的最低值。服务业和制造业冷热不均突出特征。尽管制造业形成拖累，但服务业的稳步扩张仍助推总生产、需求、就业维持在扩张区间。出口收缩较为明显，投入价格微升，产出价格微降，生产预期仍乐观但录得去年 12 月以来的新低。”

2023 年一季度经济复苏超预期，二季度修复动能趋弱，尽管 6 月工业生产和投资数据显示出一定复苏迹象，但宏观景气度低、经济下行压力大仍是不争事实。中央政治局会议定调当前经济运行面临新的困难挑战，外部环境复杂严峻，强调要积极扩大国内需求，发挥消费拉动经济增长的基础性作用。政策层面保就业、稳预期、增加居民收入仍是重中之重。当前，货币政策对于供给端提振效果有限，针对需求侧的宽松财政政策更应成为优先选项。”

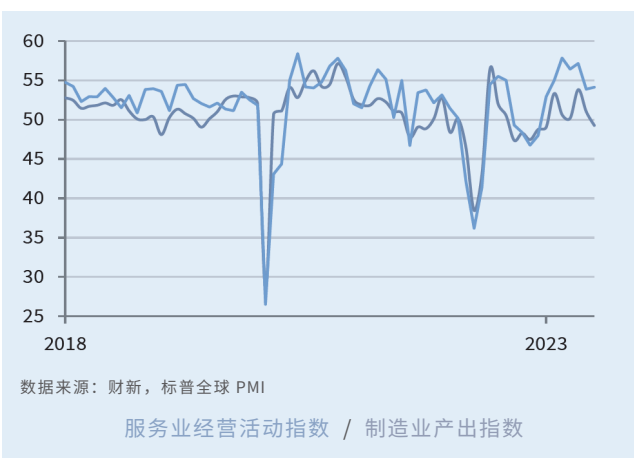
中国通用综合产出指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



行业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



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。本报告数据来自中国大陆，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 7 月 12 - 21 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