

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2023.11



财新中国通用服务业 PMI[®]

11 月服务业活动增速回升

最新 PMI 调查数据显示，11 月份中国服务业供需皆进一步增长。相比历史水平，当月增速虽然偏低，但随着市况改善，无论经营活动或新接业务总量皆创下 3 个月来最高增速。与此同时，企业对未来一年的经营前景也信心增强。不过，用工仍有轻微收缩，部分企业对增加人手继续保持谨慎。

成本压力在 11 月继续放缓，经营成本的整体升幅为一年半以来最轻微。服务业收费水平也同样仅略有上调。

11 月份，财新中国通用服务业经营活动指数（经季节性调整）从 10 月份的 50.4 升至 51.5，为 3 个月来最高，但当月增速仍然偏弱，明显低于长期均值。不过，指数显示，在最近 11 个月以来，中国服务业经营活动每月皆有增长。

第四季度中期，新业务总量增速改善，助推服务业活动加速扩张。当月新订单整体增速虽属温和，但也同样创下 8 月后最高记录。月内销量上升的企业普遍表示市况基本面有改善。调查显示，海内外市场对中国服务业的需求在 11 月都有改善，新增对外业务量连续第三个月小幅上升。

11 月份，服务业用工打破 10 月份持平状态，出现轻微收缩。月内用工量下降的企业普遍表示原因与需求相对低迷有关，所以相应重组调整。

由于企业对增加人手继续保持谨慎，导致积压订单量在第四季度中期继续上升，惟积压率仅算轻微，较 10 月有所放缓。

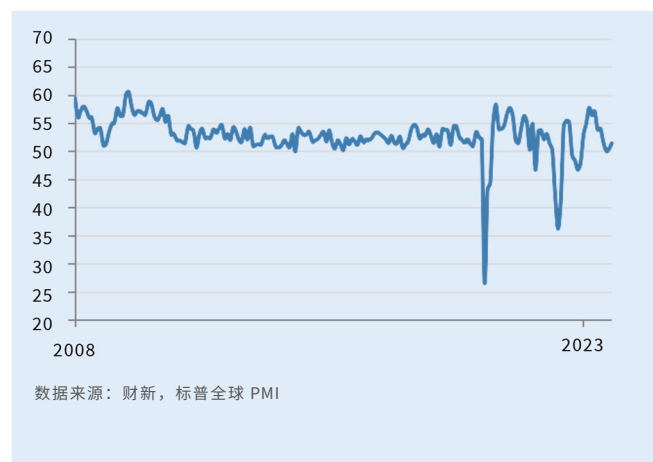
11 月份，中国服务业整体投入成本继续上扬，企业普遍表示原因与用工成本及原料价格上升有关。不过，当月成本升幅尚算轻微，为 2022 年 6 月后最低。

服务业收费价格的涨幅也有所放缓，已降至 3 个月来最低，与长期平均涨幅大致相若。

11 月增长动力有改善迹象，助推业界对未来一年前景的信心。服务业企业普遍乐观认为，未来一年经济好转，将会提振海内外顾客需求。然而，相比 2005 年底本项调查开始以来的平均水平，当月整体乐观度仍然偏弱。

中国通用服务业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节调整）



要点归纳：

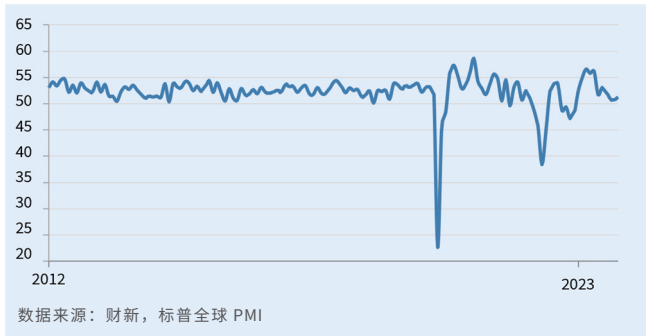
经营活动和新订单录得 3 个月最快增速

企业对未来一年信心改善

通胀压力减弱

新业务指数

>50 = 较上月改善（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11月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业 PMI）录得51.5，较前月上升1.1个百分点。财新中国服务业PMI连续第十一个月位于扩张区间，服务业景气度持续改善。”

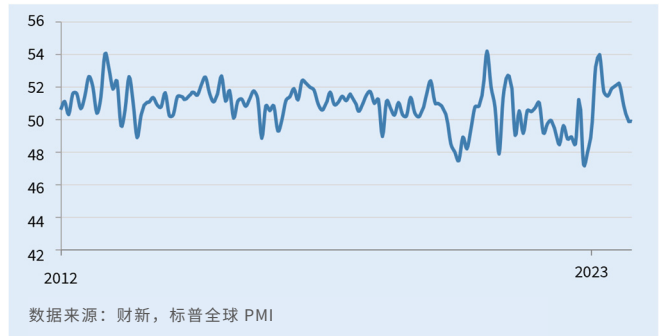
服务业供求同步扩张。服务业市场逐步好转，供给和需求不同程度改善。11月，服务业经营活动指数和新订单指数均连续十一个月位于荣枯线上并录得近三个月以来新高。不过也有部分企业表示市场改善略弱于预期。

服务业出口继续增加，新出口订单指数连续第三个月位于扩张区间。

服务业就业微降。今年2月以来，服务业就业首次出现下降，部分企业在员工使用方面态度谨慎。这也使得企业新增订单有所积压，服务业积压工作指数继续位于扩张区间。

就业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



服务业价格涨幅有限。虽然劳动力和部分原材料价格有所上涨，但总体而言成本侧价格升幅不大，服务业投入价格指数在扩张区间内录得去年7月以来的最低值。收费端价格涨幅同样较小。

服务业市场乐观情绪有所反弹。服务业经营预期指数结束了连续四个月的下降，反弹逾两个百分点，不过较历史均值仍然偏低，服务业企业家对经济前景有所担忧。”



财新中国通用综合 PMI®

11 月中国企业业务活动回暖

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，综合产出指数从 10 月份的 50.0 临界值升至 51.6，显示中国企业的生产经营活动总量恢复增长，整体增速虽然尚低，但已是 8 月后最高记录。行业数据显示，当月制造业产量恢复增长，服务业活动增长率改善，共同推高综合指数。

新订单总量录得温和增速，也是 3 个月来最佳表现，制造业与服务业当月销售皆加速增长。然而，新增出口业务量在 11 月继续下降，制造业出口需求减少，抵消了服务业的出口增长。尽管积压业务量微增，整体就业仍连续第三个月出现轻微收缩。成本压力在 11 月继续减弱，综合投入价格的涨势放缓至 7 月后最低。因此，中国企业的销售价格仅略有上调。

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：

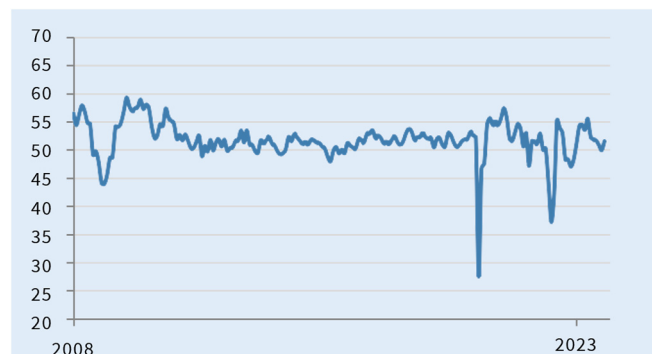
“2023 年 11 月，财新中国综合 PMI 录得 51.6，较前月上升 1.6 个百分点。制造业和服务业景气度同步扩张，供求均创下近三个月新高，外需受制造业出口拖累明显，通胀压力不大，市场乐观情绪有所好转，不过就业仍是隐忧。

当前宏观经济回升向好，居民消费稳步提升，工业生产扎实推进，市场预期亦有所改善。不过受各种不利因素影响，内外部需求仍有不足，就业压力仍然偏大，经济回升基础还需进一步巩固。

展望未来，政策层面仍需围绕扩大消费、增加收入、促进就业、稳定预期做文章。近日，多部门联合下发通知，加强对民营企业支持力度，多渠道畅通民企融资。考虑到三季度经济增长略超预期以及四季度低基数效应，全年经济增长目标完成在望，前述着眼长远、夯实经济增长基础的政策措施应加强力度，持续培育市场主体长久信心。”

中国通用综合产出指数

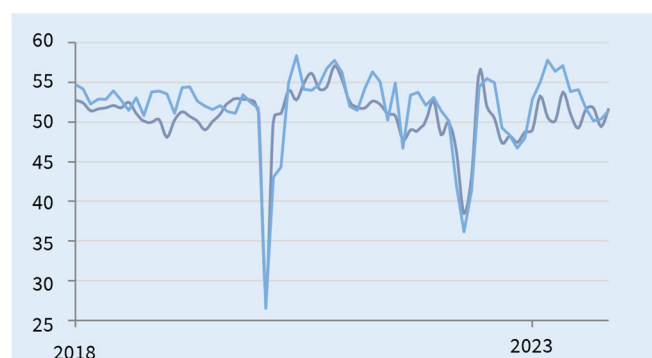
>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球 PMI

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 PMI

综合指数 / 服务业 / 制造业

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内类别在官方 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。

主要调查数据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，这些修正可能会影响经季节性调整的系列数据。

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

数据收集及展示方法

数据于 2023 年 11 月 9 - 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://www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/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

免责声明

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数据。对于本文所包含的内容或资讯（“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，标普全球概不负责。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，标普全球概不负责。Purchasing Managers' Index™ 和 PMI® 是 S&P Global Inc 的注册商标或授权 S&P Global Inc 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：+86-10-8590-5019
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