

财新中国通用服务业 PMI™

包括财新中国综合 PMI™

3月份服务业活动下行速度放缓

要点归纳:

经营活动与新业务量下行速率放缓

用工收缩率破纪录

收费价格录得2009年4月以来最大降幅

3月份，中国服务业继续面对严峻挑战，新冠疫情持续影响服务业运行。不过，相比疫情管控严峻的2月份，本月产出与新订单的收缩率有所缓和。然而，由于经营开支重现上升，客户需求低迷，企业缩减用工的步伐加快，用工降幅创下调查历史新高。

业界对经营前景的信心度虽然从2月份的历史最低点回升，但仍然是次低纪录，业界普遍担心新冠疫情将会长期持续。

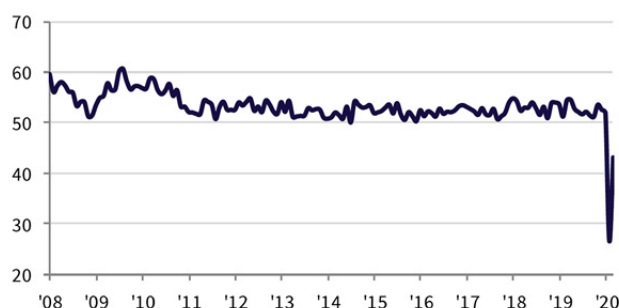
3月份，经营活动指数（经季节性调整）录得43.0，继续低于50.0临界值，显示服务业产出显著下滑。不过，相比创下历史最低纪录的2月份（26.5），本月下行速度有所放缓。据反映，下行趋势普遍与新冠疫情的冲击有关，在近月防控措施下，店铺关门停业，出行受限。

疫情蔓延，也抑制了顾客需求。3月份，新订单总量进一步收缩，收缩率可观，但相比2月份则明显放缓。3月底，海外新订单量也进一步减少，并且减幅显著。

服务业企业连续两月收缩用工，本月收缩率较2月份轻微加剧。据受访企业反映，部分原因是员工自愿离职，还有部分企业考虑到前景风险，采取了压缩成本的措施。

财新中国通用服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



资料来源: 财新, IHS Markit

新接业务量不足，导致中国服务业积压工作量在3月份重现下降，降幅虽然温和，但已是2015年9月以来最显著。

在2月份经历大幅下降后，平均投入成本于3月份出现温和回升，原因主要是加班费支出增加，以及需要为员工购置防疫装备。

与此同时，为增加销售，服务业企业继续下调收费价格，并且降幅为2009年4月以来最大。

业界的信心度已从2月份的历史最低点轻微回升，但相比调查历史仍属疲弱。企业担心疫情延续时间长、影响严重。

财新中国综合 PMI™

3月份经营活动收缩率放缓

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，中国经济活动总量连续第二个月下行，下行速度虽然可观，但相比破纪录的 2 月份已明显放缓。3 月份综合产出指数从 27.5 升至 46.7。导致下行的原因，普遍与新冠疫情对需求和供应链持续造成冲击有关。

用工总量连续第三个月呈现收缩，但收缩率较 2 月份缓和。另一方面，产能压力继续加剧，积压业务量进一步上升。分类数据显示，工作积压情况主要出现在制造业，服务业的积压业务量其实有所下降。

与此同时，为求提振销售，尽管投入成本恢复上升，产出价格仍创下 2015 年 12 月以来最显著降幅。

财新中国综合产出指数

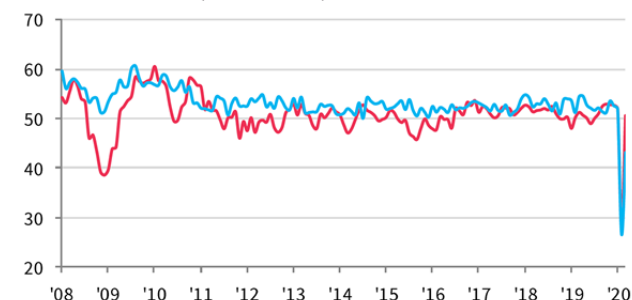


资料来源：财新, IHS Markit, 中国国家统计局

制造业产出指数

服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



资料来源：财新, IHS Markit

点评

财新智库莫尼塔研究董事长兼首席经济学家钟正生博士评论中国通用制造业 PMI™ 数据时表示：

“2020年3月，财新服务业PMI回升至43，虽然较之2月的历史低点有显著回升，但仍然明显低于2005年有调查以来各月。新冠疫情的隔离、限流政策尚未松绑，服务业活动依然承受巨大压力，继续明显收缩。

分项来看：1) 服务业内外需求进一步收缩。新业务指数、新出口业务指数均只从上月历史低点有限反弹，处于历史次低值。疫情海外扩散使得服务业需求承受了更大压力。未完成业务指数从上月历史高点陡然回落至收缩区间，也体现需求的低迷状态。

2) 服务业成本压力增大，就业以更快速度下滑。投入价格指数从上月低点大幅反弹至高位，与物流成本、防疫成本、招工成本皆上升有关。而收费价格指数进一步下挫，企业加大了降价促销的力度以应对需求低迷。在此情况下，企业的成本压力、盈利压力都骤然上升，这是裁员增加的重要原因。

3) 企业家信心依然低迷。反映对未来1年预期的未来产出指数，仅从上月历史低点小幅回升。疫情对于服务业企业的打击更加长远，因为疫情期间缺失的部分消费（例如家政服务、教育、餐饮娱乐等）无法在后期回补。这凸显出政府消费刺激政策的必要性。

3 月财新综合产出指数录得 46.7，为近 11 年次低。内外需求均进一步收缩；在制造业的支持下，就业的收缩速度有明显收敛；积压工作的增长也明显放缓，这主要受到服务业影响。企业投入成本重新上升，而销售价格进一步下跌，给企业盈利造成显著压力。制造业企业家信心更足，而服务业的信心有待呵护。

尽管疫情在3月得到了控制，但经济活动的恢复仍然有限。1-2月中国工业增加值和服务业产出同比分别为-13.5%和-13%，预计3月负增长的态势只是有所收敛，一季度GDP将显著负增。这对于今年增长目标适当下调，以及后续对消费、基建等领域加大逆周期力度（尤其面对服务业就业下滑加快的情况），都提出了要求。”

联络方式

钟正生博士
财新智库莫尼塔研究
董事长兼首席经济学家
电话: +86-10-8104-8016
zhongzhengsheng@cebm.com.cn

马玲
财新智库品牌传播部
高级总监
电话: +86-10-8590-5204
lingma@caixin.com

Annabel Fiddes
IHS Markit 首席经济师
电话: +44-1491-461-010
annabel.fiddes@ihsmarkit.com

Bernard Aw
IHS Markit 首席经济师
电话: +65 6922 4226
bernard.aw@ihsmarkit.com

Katherine Smith
IHS Markit 公关部
电话: +1-781-301-9311
katherine.smith@ihsmarkit.com

如果您不想收到来自 IHS Markit 的新闻稿, 请发送电子邮件至 katherine.smith@ihsmarkit.com。了解我们的隐私政策, 请单击[此处](#)。

调查方法

“财新中国通用服务业 PMI™”通过每月向组成样本库约 400 家服务业企业发出调查问卷, 然后由 IHS Markit 根据收集到的回复编制而成。样本企业涉及的行业类别包括消费者服务类(不含零售业)、运输类、信息类、通讯类、金融类、保险类、房地产类和商业服务类。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 报告的资料及展示方法, 敬请联系 economics@ihsmarkit.com。

数据收集及展示方法

3 月份数据于 2020 年 3 月 12-23 日收集。

本项调查数据采集于 2005 年 11 月。

关于财新

财新传媒是提供财经新闻及资讯服务的全媒体集团, 依托专业的团队和强大的原创新闻优势, 以网站、移动端、期刊、视频、图书、会议等多层次的业务平台, 为中国最具影响力的受众群, 提供准确、全面、深入的财经新闻产品。财新智库是财新传媒通过孵化另行建立的高端金融资讯服务平台, 旨在通过发展金融数据业务, 壮大宏观经济研究队伍, 服务于智库业务客户。

详细信息, 敬请浏览www.caixin.com和www.caixinglobal.com。

关于 IHS Markit

IHS Markit (NYSE: INFO) 是世界首屈一指的资讯服务公司, 专注环球经济发展中的主要产业与市场, 提供与之相关的关键资讯、分析和方案。公司为商界、金融界、政府机关制订新时代的资讯、分析和方案服务, 致力提高客户的运作效率, 并提供精辟深入的独到见解, 以利客户在掌握充分资讯的基础上作出可靠决策。IHS Markit 拥有逾 50,000 家企业及政府客户, 包括 80% 财富世界五百强, 以及全球顶尖的金融机构。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其关联公司的注册商标。所有其他公司及产品商标, 皆归属其相应拥有者。© 2020 IHS Markit Ltd 版权所有。

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>。

声明

本报告内有关数据之知识产权属 IHS Markit 及/或其关联公司所有或获许使用。未经 IHS Markit 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, IHS Markit 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, IHS Markit 概不负责。IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其关联公司的注册商标。