

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2020.11

财新中国通用服务业 PMI™

11月服务业活动激增

11月份，中国服务业活动大幅增长，调查显示顾客需求增长，市况持续疫后复苏。新接业务总量录得2010年4月后最显著增速，业界对前景的信心也改善至九年半以来最高。经营活动扩张，销售增长，带动用工数量创下略逾十年来最快增速。不过，经营费用大幅加速上扬，导致服务业企业也加速上调收费价格。

11月份，经营活动指数（经季节性调整）从10月份的56.8升至57.8，显示服务业活动大幅扩张，并且创下2010年4月后次高增速（仅次于今年6月）。最新指数值也说明服务业活动已连续第七个月保持增长，继续从年初新冠疫情的冲击中强劲复苏。

11月份，服务业增长动力改善，其中原因之一是新订单总量加速增长，其增速刷新了2010年4月后最高纪录。同时，新出口订单也在6月份后首次出现增长，并且创下2019年4月后最高增速。调查样本企业普遍反映，在整体市况持续复苏的背景下，海内外客户数量皆有增加。

为提高产能以应对订单增长，企业连续第四个月增加用工，而且增速可观，刷新了2010年10月后最高纪录。

企业增加用工，减轻了部分产能压力，积压业务量因此有所下降，但降幅仅算轻微。

在最近调查期内，服务业企业的平均经营成本进一步上扬，整体涨幅强劲，较10月份显著加剧，创下2010年8月后最高纪录。据反映，投入成本上升的原因普遍是原料成本与用工费用上扬。

在需求转强的背景下，服务业企业得以提高收费价格，从而把投入成本上升的压力部分转移给顾客，并且加价幅度创下略逾十年半新高。

11月份，对于未来一年的前景，服务业企业连续第三个月信心改善，整体乐观度升至2011年4月后最高点，超过长期均值。企业普遍预期，未来一年全球经济状况将从疫情中复苏，内需将会更加强劲，新产品也会上市，从而有望带动经营活动增长。

中国通用服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



要点归纳：

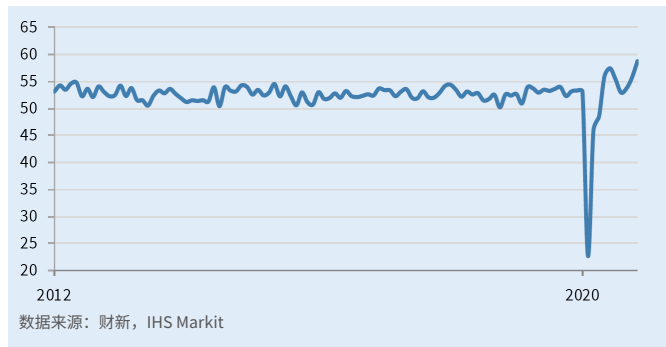
经营活动大幅扩张，新增业务量创下2010年4月后最高增速

用工录得2010年10月后最强劲增速

投入成本涨幅逾十年来最显著

新业务指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



就业指数

>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：

“2020年11月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得57.8，较上月上升1.0，这也是该指数自2010年5月以来录得的第二高值（2020年6月录得58.4）。相关数据显示，后疫情时期服务业持续加速恢复。

1) 国内服务业供求持续加速复苏，外需强劲。国内局部散发新冠病例并未延缓服务业恢复的步伐，服务业经营活动指数和新订单指数连续第七个月保持扩张，并较前月继续分别提升至2010年5月以来的次高点和最高点。11月服务业新出口订单指数大幅高于荣枯线，显示国外疫情虽不明朗，但出口需求仍出现明显改善。

2) 服务业就业大幅改善。服务业供需两侧的高景气度传导至就业市场，助力服务业就业指数连续四个月保持扩张。11月，就业扩张有所提速，就业指数录得2010年11月以来的新高。

3) 通胀有所抬头。就业市场的旺盛需求和原材料价格的上涨共同推高了服务业投入价格，服务业收费价格相应随之上涨。11月，投入和收费指数均在扩张区间上扬，并分别录得2010年9月和3月以来的最高值。通胀压力开始显现。

4) 企业家对经济前景极为乐观。服务业经营预期指数刷新2011年5月以来的新高。调研中，多数企业家对于疫情的控制和经济的恢复充满信心，仅有2%的受访企业家持悲观态度。”



财新中国通用综合 PMI™

整体生产经营活动创下 2010 年 3 月后最显著增速

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 月的 55.7 升至 57.5，显示中国整体生产经营活动创下 2010 年 3 月后最强劲增速。该项重要指数的上升，一方面是因为制造业产出创下十年来最显著增速，同时服务业的经营活动也录得 2010 年 4 月后次高扩张率。

11 月份，综合新订单总量也加速增长，刷新 2010 年 4 月后最高纪录。

用工总量因此稳步上升，增速为 2010 年 5 月后最快，企业对于未来一年的前景保持信心高企。

11 月份，投入成本的整体涨幅升至 34 个月来最高，导致中国企业的产品和服务价格也出现更强劲升幅。

点评

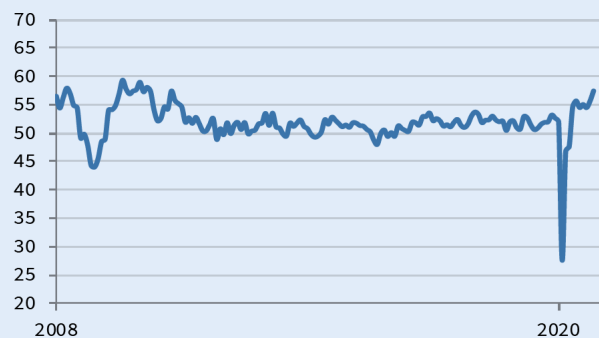
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2020 年 11 月，财新中国综合 PMI 录得 57.5，较前月 55.7 的水平继续维持强势。制造业和服务业供需两旺，就业持续改善，生产、新订单、就业指数三项综合数据均是 2010 年上半年以来的最高值，企业家的经营预期指数亦维持高位。

总体而言，制造业和服务业总体复苏节奏继续加快，供给、需求两侧同步向好，海外需求持续保持扩张态势，就业改善亦十分明显。市场需求旺盛，制造业企业开始主动补充库存，成本和收费两端价格指数悉数上涨，企业家信心指数持续维持高位。趋势上看，我们预计后疫情时代经济的恢复还将持续数月。与此同时，内外部环境诸多不确定因素仍然存在，疫情期间推出的相关宽松政策的逐步退出还需更加稳妥的设计。”

中国通用综合产出指数

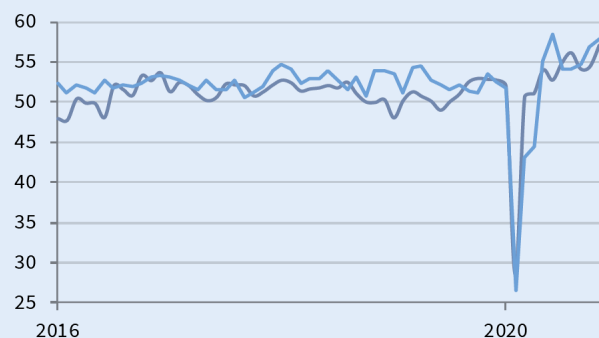
>50 = 较上月改善 (经季节调整)



数据来源：财新，IHS Markit

行业指数

>50 = 较上月改善 (经季节调整)



数据来源：财新，IHS Markit

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 报告的调查方法，敬请联系
economics@ihsmarkit.com。

数据收集及展示方法

数据于 2020 年 11 月 11 - 19 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。

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。

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高级总监

电话: +86-10-8590-5204

lingma@caixin.com

Annabel Fiddes

IHS Markit 经济部副总监

电话: +44 1491 461 010

annabel.fiddes@ihsmarkit.com

Katherine Smith

IHS Markit 公关部

电话: +1-781-301-9311

katherine.smith@ihsmarkit.com