

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2021.1

财新中国通用服务业 PMI™

1 月份服务业活动增速显著放缓

2021 年初，中国服务业增速放缓，企业经营活动扩张率降至 9 个月低点。与此同时，新业务总量增幅放缓至去年 8 月后最低，部分原因是新冠疫情持续，需求受到抑制，导致出口增速减弱。就业方面，1 月份用工量仅有轻微增长。另一方面，投入成本涨幅大幅加剧，但企业的收费价格涨幅则回落至小幅水平。

1 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 52.0，低于去年 12 月（56.3），显示中国服务业活动小幅扩张。值得注意的是，该指数值说明增长动力较去年 11 月进一步减弱，增速在当前 9 个月扩张期内为最低。

1 月份，新业务总量与经营活动一样出现增速放缓。当月新业务总量的整体增速虽然仍属强劲，但已放缓至去年 8 月后最低。与此同时，新出口订单的增速也减弱至 3 个月来最低。据调查样本企业反映，驱动销售增长的因素是需求进一步恢复，以及获得新客户。然而，也有企业反映最近疫情在全球出现上升，令 2021 年初的新业务量受到抑制。

1 月份，中国服务业企业连续第六个月增加用工，但增速仅算轻微，进一步从去年 11 月的逾十年高点回落。

销售增长未如预期，加上增加了用工，企业因此有余力清理积压业务。过去 3 个月来，积压业务量持续下降，但降幅保持温和。

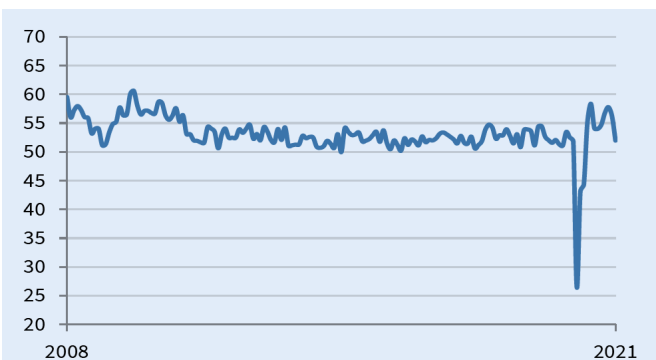
据反映，年初用工、原料、运输等各项成本上升，导致整体经营费用上升。值得注意的是，成本升幅加剧至 2012 年 4 月后次高（仅次于去年 11 月）。

另一方面，服务业企业的收费价格仅小幅上升，加价幅度为 3 个月以来最小。受访企业普遍表示，为刺激销售，把成本上涨的负担转移给客户的空间有限。

1 月份，虽然企业对未来 12 个月的经营前景仍保持强劲信心，但乐观度较去年 12 月减弱，为去年 9 月后最低。企业普遍相信，疫情一旦结束，顾客需求将会复苏，经营活动会随之扩张。不过，疫情趋势未明，压抑了整体乐观度。

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，IHS Markit

要点归纳：

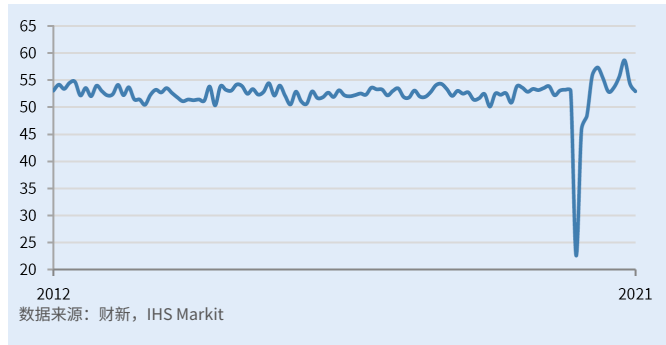
经营活动小幅扩张，新订单增幅减弱

用工增速放缓

投入成本加速上扬，涨幅为 2012 年初以来次高

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：

“2021年1月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得52.0，较上月大幅下降4.3个百分点，服务业依然维持疫情后修复态势，但速度已大幅放缓。52.0也是财新中国服务业PMI过去九个月录得的最低值。

1) 服务业供求两侧继续保持扩张，但增速放缓。服务业经营活动指数、新订单指数、新出口订单指数连续第二个月同步下跌，并分别刷新近九个月、五个月、三个月新低。部分受访企业表示服务业市场景气度持续转好，也有为数众多的企业认为境内外新冠疫情出现反复对市场产生不利影响。

2) 服务业就业改善速度亦在放缓。服务业企业仍有动力增加用工，但总体增幅较为有限。服务业就业指数仅略高于荣枯线，并且创下过去六个月新低。需求增幅有限叠加就业小幅改善，积压工作本月进一步出清，积压工作指数连续第四个月下降。

3) 服务业投入价格继续高企，收费价格相对稳健。原材料价格的上涨，以及劳动和运输成本的增加，助推投入价格大幅上扬。本月服务业投入价格指数录得2012年5月以来的次高值。尽管成本上涨，但囿于销售压力，服务业企业总体并未大幅调高收费价格，本月服务业收费价格指数仍位于扩张区间，但从此前高点有所下降。

4) 服务业企业家对经济复苏总体持乐观态度，但对疫情发展的不决定性心存隐忧。本月，服务业经营预期指数降至近四个月最低点。”



财新中国通用综合 PMI™

1 月份中国生产经营活动的增速放缓至 9 个月低点

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。

2021 年初，综合产出指数录得 52.2，低于去年 12 月 (55.8)，显示中国整体产出仅有小幅增长。值得注意的是，在始于去年 5 月的当前增长期内，1 月增速最低，制造业与服务业产出皆增速放缓。

综合新订单总量的增速在 1 月份也有所减弱，虽整体仍属可观，但在最近 9 个月来属最弱，制造业与服务业新订单增速皆有放缓。与此同时，综合用工量仅轻微扩张，服务业就业增长，但是被制造业用工收缩所抵消。

1 月份，投入价格的综合涨幅扩大至 39 个月来最高，调查覆盖的两大行业皆成本大幅上升。因此，中国企业的收费价格也有可观涨幅。

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：

“2021 年 1 月，财新中国综合 PMI 录得 52.2，较前月骤降 3.6 个百分点。制造业和服务业供求的改善速度同步边际放缓。受此影响，就业市场亦显弱势，制造业就业较服务业更为疲弱。值得注意的是飙升的通胀压力，综合投入价格指数录得 2017 年 11 月以来的最高值。

总体而言，2021 年 1 月，制造业和服务业仍处复苏期，但供给、需求复苏动能减弱，海外需求成为拖累项，就业市场承压，制造业就业形势尤为严峻。此外，近几个月通胀压力不断显现也值得重视。新的一年中，我们关注的重点主要是海外疫情持续蔓延的背景下国内疫情防控的效果，以及海外需求不确定性持续增加的情况下国内经济内生动能的培育。”

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™”由 IHS Markit 根据样本库内约 400 家国有、私营服务业企业的采购经理人填写的调查问卷编制而成。样本库根据行业对中国国内生产总值 (GDP) 的贡献, 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 2021 年 1 月 11 - 20 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。

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, 专注环经济主要产业与市场, 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。© 2021 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