

# PMI

财新中国  
通用服务业  
PMI 新闻稿

2021.4



# 财新中国通用服务业 PMI™

## 4 月份服务业活动增速创 4 个月新高

4 月份 PMI 数据显示，中国服务业新接业务总量出现 5 个月来最强劲增长，支撑经营活动大幅扩张。为满足顾客需求，企业加速增雇人手，舒缓产能压力。另一方面，投入成本涨幅可观，导致服务业企业继续上调收费价格。

对于未来 12 个月的经营前景，业界乐观度虽然较 3 月份创下的历史纪录有所回落，但仍属显著，部分原因是企业预期海内外营商环境将继续从疫情中复苏。

4 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 56.3，超过 3 月份（54.3），显示中国服务业产出大幅扩张，并且扩张率为今年以来最强劲，也超过长期平均水平（54.1）。

中国服务业经营活动加速增长，得益于疫情成功受控，需求进一步改善。新订单总量整体增速强劲，创下去年 11 月后最高纪录。月内支撑销售增幅扩大的另一个因素是出口业务恢复增长。来自海外的新订单整体有实质增长，结束了此前连续两月的下降态势。

需求增强，促使企业连续两月增加用工，4 月份用工增速稳健，为 5 个月来最显著。

企业增加了用工，加上采取了增效措施，使得积压业务量开始出现下降，但降幅仅算轻微。

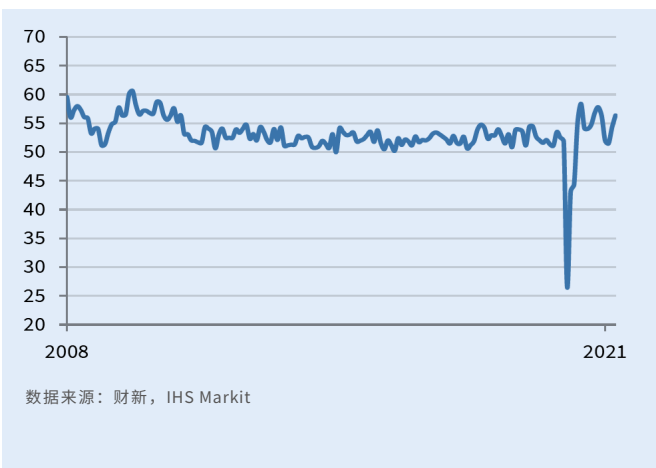
4 月份，中国服务业平均投入成本继续上扬，并且升幅较 3 月份加剧。据反映，用工和原料成本攀升，导致最近经营费用上升。

服务业收费价格在 4 月份也有所上扬，惟加价幅度仍低于成本涨幅。许多企业表示，加价是为了减轻盈利压力。另外还有一些企业表示，顾客需求转强，因此有加价余地。

展望未来 12 个月经营活动的增长前景，中国服务业企业表示高度乐观，信心度仅略低于 3 月份创下的八年最高纪录。企业持增长预期，普遍是因为相信客户需求将继续从疫情中复苏，同时企业也有扩张计划和新产品发布。

### 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：

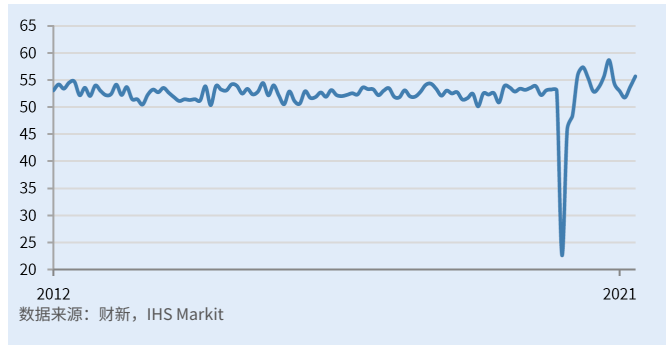
销售增速 5 个月来最强劲，经营活动显著加速扩张

用工加速扩张，助力减轻产能压力

企业对未来一年的信心继续处于历史高点

## 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4月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得56.3，较上月大幅上升2.0个百分点，并连续十二个月位于扩张区间，这是该指数2021年初以来的最高点。疫情后服务业正常化节奏进一步加快。

1) 服务业供给、需求连续十二个月保持扩张，扩张速度较前月继续加快，并双双达到年内高点。后疫情时代服务业景气度持续快速修复。虽然部分国家疫情有所反弹，但外需大幅转暖，当月服务业新出口订单指数大幅升至荣枯线之上。

2) 服务业市场向好，就业持续改善。服务业企业开始逐步增加用工以满足市场需求，服务业就业指数在过去九个月中的八个月保持扩张，显示出服务业市场从疫情中恢复的持续性。增加用工消化了部分在手订单，当月服务业积压工作量微降。

3) 服务业价格指数仍居高位，通胀压力加大。原材料价格继续上涨叠加劳动力需求推升人力成本，服务业投入价格指数继续上涨，已连续十个月位于扩张区间。受成本推动影响，服务业收费价格指数亦相应水涨船高。此外，受访企业表示，市场需求旺盛也给企业提供了一定的提价空间。

4) 市场乐观情绪持续。虽较上月微降，当月服务业经营预期指数仍大幅高于长期均值，服务业企业家对未来经济恢复和疫情控制信心度极高。”

# 财新中国通用综合 PMI™

## 4 月份生产经营活动总量大幅加速增长

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。

4 月份，综合产出指数录得 54.7，超过 3 月份（53.1），显示中国生产经营活动总量大幅加速扩张，扩张率为今年以来最强劲，也超过长期均值。制造业与服务业皆增速转强，而且后者更为显著。

最近经济活动扩张，支撑动力是新订单总量出现 4 个月来强劲增长，并因此带动用工规模创下去年 11 月后最显著扩张率。与此同时，通胀压力仍然强劲，投入成本录得 2017 年 1 月后最高涨幅，产出价格也稳步上扬。

4 月份，企业对于未来一年产出前景的信心度虽然低于 3 月份创下的八年最高纪录，但仍然维持在历史高点。

### 点评

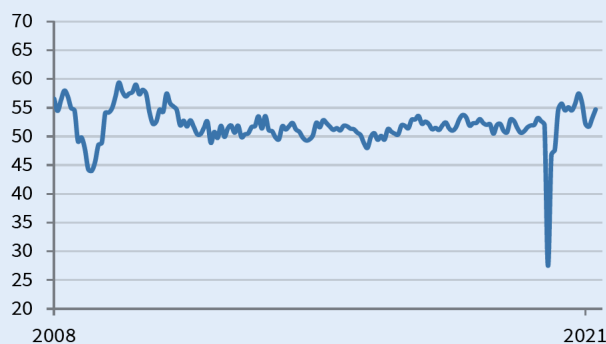
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2021 年 4 月，财新中国综合 PMI 录得 54.7，较前月上升 1.6 个百分点，亦录得今年年内最高值。供给、需求、外需、就业悉数位于扩张区间，受调查企业对未来一年经济前景依然保持乐观。当月综合投入和产出价格指数均继续位于高位，通胀压力进一步加大。

总体而言，新冠疫情后制造业和服务业的恢复继续提速，市场供求两侧同步扩张，外需保持向好，就业市场继续改善，市场信心充足。相比之下，服务业的恢复较制造业更为强势。通胀仍是未来关注的重点，制造业、服务业成本端和收费端价格连升数月，仍未见改善迹象，通胀压力不断凸显。近来，高层会议多次提及大宗商品价格上涨问题，提出要加强原材料等市场调节，缓解企业成本压力。未来数月，原材料价格上涨和输入性通胀将制约政策发挥空间，成为经济持续恢复的主要障碍。”

### 中国通用综合产出指数

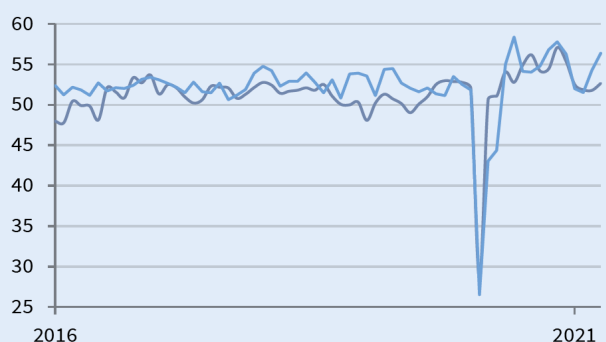
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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™”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](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

## 数据收集及展示方法

数据于 2021 年 4 月 12 - 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://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](http://www.caixin.com) 和 [www.caixinglobal.com](http://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, 专注全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。© 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](mailto: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](mailto:lingma@caixin.com)

Annabel Fiddes  
IHS Markit 经济部副总监  
电话: +44 1491 461 010  
[annabel.fiddes@ihsmarkit.com](mailto:annabel.fiddes@ihsmarkit.com)

Joanna Vickers  
IHS Markit 企业传讯部  
电话: +44 207 260 2234  
[joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)