

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2021.7

财新中国通用服务业 PMI™

7 月份服务业活动出现反弹

PMI 数据显示，中国服务业活动在 7 月份大幅加速增长。最近一波新冠疫情得到成功控制，顾客数量因此回升，提振新订单，经营活动出现更强劲扩张。企业的积压业务量也因此重现回升，用工相应轻微增长。企业经营信心也较 6 月份增强。价格数据显示，投入成本与收费水平皆急剧上扬。

7 月份，经营活动指数（经季节性调整）从 6 月份的 14 个月低点（50.3）反弹至 54.9，显示服务业活动大幅加速扩张，扩张率超过该项指数自 2005 年底开始以来的均值（54.1）。

月内新接业务量进一步增长，支撑经营活动大幅加速扩张。新订单增速从 6 月份的近期低点回升，整体增长显著。调查样本企业普遍表示，国内疫情得到控制，市况转强，有助提振顾客数量和需求。不过，疫情继续影响新增出口业务量，最近调查期内出口增长基本陷入停滞。

服务业积压业务量在 6 月份曾轻微下降，至 7 月份出现回升，积压率虽小，但已是逾一年来最显著。受访企业普遍表示，积压业务量回升的原因与新业务增长而产能不足有关。

第三季初，服务业用工也恢复增长，但增速仅算轻微。虽然部分企业致力扩大产能，但也有企业寻求控制成本，两者一定程度上消长互抵。

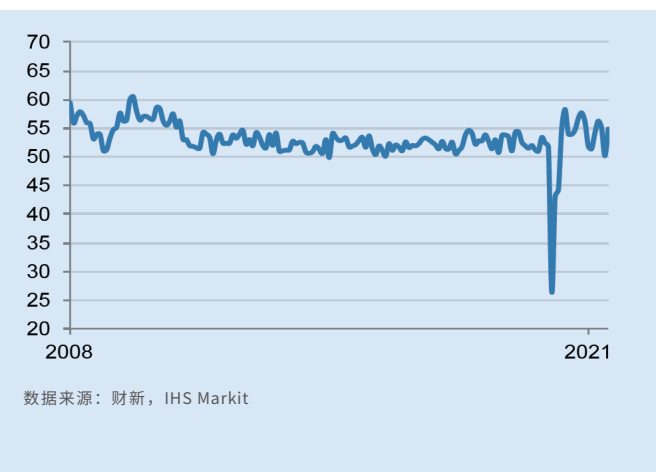
6 月份投入成本的涨幅已放缓至轻微水平，但在最近调查期间，各项成本整体大幅上扬，涨幅显著加剧，超过长期均值。据企业反映，用工成本、燃料和原材料价格在 7 月份皆有上扬。

因此，服务业企业在 7 月份也上调收费价格，以减缓盈利压力，整体涨价速度可观，为今年以来最快。

7 月份，中国服务企业对未来一年经营前景的信心改善，乐观度从 6 月份的 9 个月低点回升，但仍低于该项指数的历史均值。许多企业希望，疫情结束能提振海内外销售，令全球经济状况转强。同时，新产品的发布，也预期能够提升经营活动量。

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：

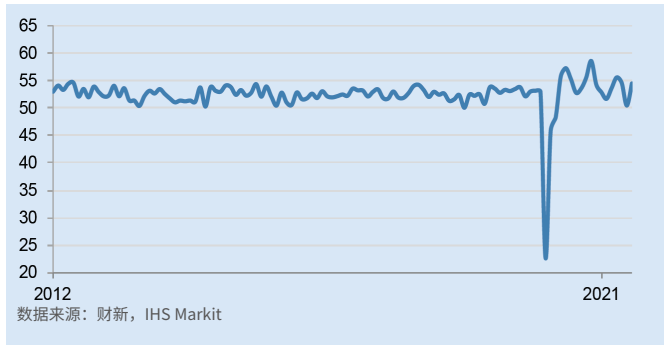
经营活动与新订单大幅加速增长

积压业务量重现增长，用工轻微扩张

经营成本加速上扬

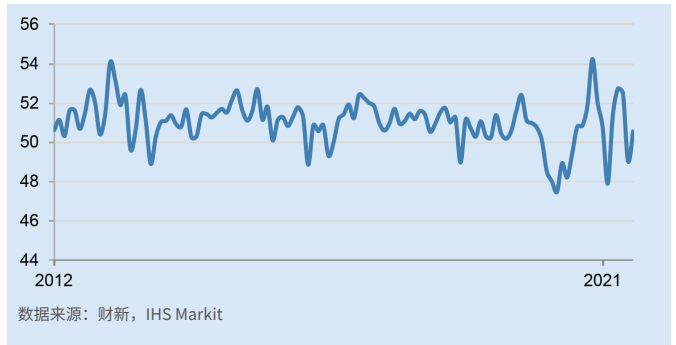
新业务指数

>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7月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得54.9，较前月大幅上升4.6个百分点，服务业经营活动连续第十五个月保持扩张。”

服务业供给、需求连续十五个月保持扩张。珠三角地区局部疫情得到控制，7月服务业供求加速恢复，经营活动指数和新订单指数均较前月上升4个百分点以上（含）。服务业市场景气度上升，需求大幅回暖。海外疫情仍有反复，服务业新出口订单指数略低于荣枯线。

服务业就业有所改善。尽管6月就业指数位于收缩区间，服务业就业总体趋势依然向好。7月，该指数再次高于荣枯线，企业逐渐增加劳动力以适应扩张的市场需求。与此同时，劳动力成本的上升对增加用工也有所抑制。

服务业价格上升，通胀压力再起。6月服务业投入价格和收费价格指数下降势头未能持续，7月两者再次大幅上涨，通胀压力激增。劳动力、能源、原材料价格同步上涨，令服务业投入价格指数连续第十三个月位于扩张区间。成本的上升传导至收费端，收费价格指数上升逾4个百分点。

市场情绪依旧保持乐观。服务业经营预期指数较前月略有增加，但仍略低于长期均值。受访企业寄希望于未来疫情的平稳以及产能的持续恢复。”

财新中国通用综合 PMI™

7 月份整体生产经营活动稳健增长

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。

7 月份，综合产出指数从 6 月份的 14 个月低点（50.6）回升至 53.1，显示中国整体经济活动的扩张势头增强。当月增速稳健，超过长期均值。行业数据显示，当月扩张主要是因为服务业活动出现强劲增长，而制造业产出仅见轻微扩张。

新订单总量也加速增长，但整体增速偏低，服务业新接业务量虽大幅增长，但一定程度上被制造业新订单重现收缩所抵消。同时，新接海外订单量继续仅有轻微增长。

最新数据还显示，投入成本与产出价格较 6 月份加速上扬。同时，用工仅有轻微扩张。

点评

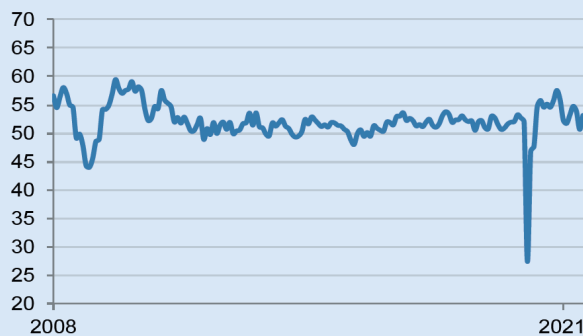
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2021 年 7 月，财新中国综合 PMI 录得 53.1，较前月回升 2.5 个百分点，供给、需求、出口、就业等指标悉数位于扩张区间，但价格指数亦高于荣枯线，通胀压力仍不可忽视。”

总体而言，7 月，制造业和服务业继续维持扩张，供需总体向好，就业市场稳定。制造业企业和服务业企业成本端和收费端价格指数均位于扩张区间，尤其是原材料价格居高不下，通胀压力仍然较大。由于 7 月份财新中国 PMI 相关数据调查恰逢广东疫情结束和江苏疫情爆发之间，服务业景气度高企，制造业相比之下略显疲弱。7 月底局部地区疫情料将对下月 PMI 产生负面影响。国家统计局近期公布的二季度宏观经济数据符合预期，但 7 月财新中国 PMI 相关数据显示，目前国民经济恢复基础并不稳固，经济下行压力依然较大，企业家信心亦需呵护。”

中国通用综合产出指数

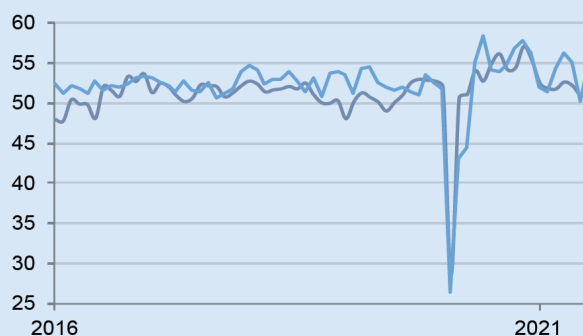
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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。

数据收集及展示方法

数据于 2021 年 7 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、准确而独占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。

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 IHS Markit

IHS Markit (NYSE: INFO) 是世界首屈一指的资讯服务公司, 专注环顾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

马玲

财新智库品牌传播部

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

Joanna Vickers

IHS Markit 企业传讯部

电话: +44 207 260 2234

joanna.vickers@ihsmarkit.com