

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2022.9

财新中国通用服务业 PMI™

疫情使服务业活动轻微收缩

为阻止疫情扩散，中国服务业经营活动在 9 月份重现收缩，企业反映经营和出行受限。新增业务总量也在 4 个月来首次出现下降，惟降幅尚小，而且外需有轻微改善。鉴于整体市况疲弱，企业在 9 月份继续减少用工，积压业务量则轻微上升。与此同时，企业反映投入成本与销售价格皆涨速温和。

服务业界普遍预期未来一年经营活动将会增长，但乐观度降至 3 月后最低点。

9 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 49.3，低于 8 月份（55.0），显示中国服务业活动量重现收缩，虽然收缩率仅算轻微，但在 5 月后尚属首次，与此前 3 个月的大幅增长态势截然相反。

9 月份经营活动量减少的企业普遍表示，疫情及相关措施影响了经营运作和需求。

新接业务总量也在 4 个月来首次下降，但降幅尚微。据反映，受疫情影响，部分地区实施管制，临时停工停业，出行受限，这些都抑制了客户需求和客户数量。然而，月内外需有所改善，第三季末新增出口业务轻微扩张，部分企业表示一些国际市场需求有所改善。

经营需求下降，加上企业有意降低成本，以及人员辞职，导致中国服务业用工数量在 9 月份继续下降，降幅虽小，但已是 5 月份后最显著。

虽然减少了用工，但企业产能压力轻松，积压业务量连续两月仅有轻微增幅。

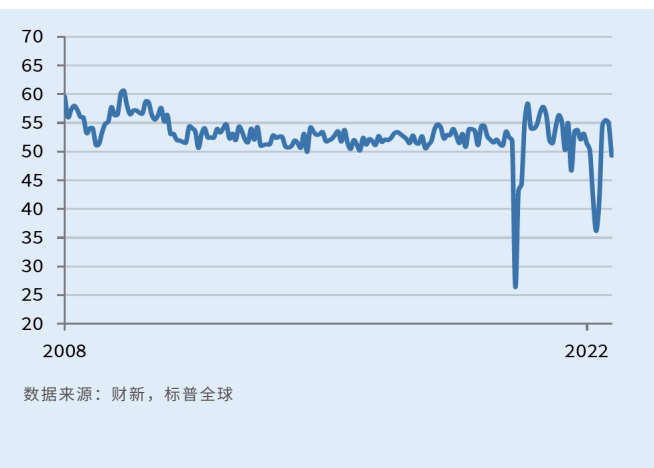
9 月份，平均经营成本连续 27 个月上扬，原因普遍与原料和劳动力成本涨价有关。不过，当月成本涨幅略有回落，仅算温和，为 6 月后最低。

9 月份，服务业收费录得 5 个月来最快涨速，部分企业希望借此将成本上涨的压力转移给客户。不过，加价幅度整体仍然保持轻微。

展望未来 12 个月的经营前景，中国服务业界在 9 月份信心度减弱，为 6 个月来最低。虽然许多企业相信未来一年将会有强劲的疫后复苏，但有一些企业则担心疫情和防控措施未知还要持续多久，恐对经营和客户需求造成冲击。

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：

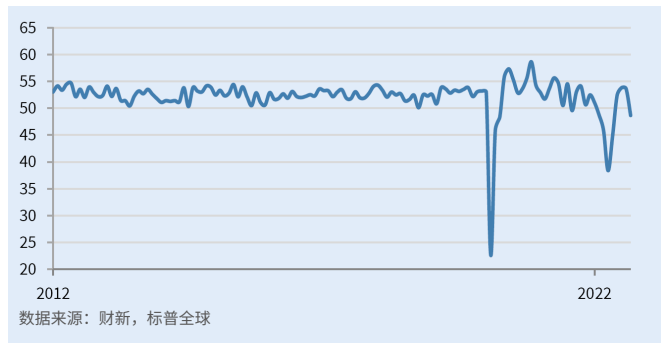
经营活动和新订单自 5 月份后首次出现收缩

用工量进一步下降

通胀压力保持在低位

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：

“2022年9月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得49.3，较前月大幅下降5.7个百分点。海南省以外地区疫情形势有所恶化，结束了服务业此前三个月大幅扩张的势头。

服务业供求收缩。2022年6月至8月，服务业处于上一轮疫情后的加速复苏期，生产和需求快速扩张。9月，多地疫情复发，相关管控措施趋严，对于服务业供需两端造成不利影响，经营活动指数和新订单指数均落于收缩区间，且较此前三月平均水平下降5个百分点左右。疫情对海外需求也有限制，不过本月新出口订单指数九个月来首次站上荣枯线。

服务业就业继续收缩。市场需求不足，企业减员增效动力较足。9月，就业指数连续第九个月位于收缩区间，并录得今年6月以来新低。受疫情影响，部分工作延迟交付，积压工作略有增加。

服务业价格微涨。服务业企业成本端压力主要来自原材料价格和人

力成本的上涨，投入价格指数连续第27个月位于扩张区间，但扩张幅度有限。投入价格的上涨部分传导至收费端，服务业收费价格指数延续了此前四个月的扩张势头，增速同样处于低水平。

市场乐观情绪大幅减弱。经营预期指数续录得近六个月以来新低，也是2020年9月以来的次低。企业家的担忧仍来自疫情的反复以及相关管控措施对于市场的影响。”

财新中国通用综合 PMI™

5 月份后生产经营活动整体首次出现收缩

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。

9 月份，综合产出指数（经季节性调整）从 8 月份的 53.0 降至 48.5，低于 50.0 临界值，显示中国企业的生产经营活动重现收缩。虽然收缩率尚小，但这是 4 个月来首次。产出收缩普遍涉及制造业（47.3）和服务业（49.3），前者收缩率大于后者。

第三季末，新订单综合总量也小幅下降。服务业销售重现收缩，制造业新增业务量更降幅加剧。用工整体也同样出现收缩，并且收缩率为 2021 年 2 月后最显著。

综合投入成本轻微上扬，涨幅为 28 个月来最小。当月服务业成本涨幅减弱，制造业费用进一步下降。与此同时，产出价格连续第三个月下降，背后原因是制造业降价率可观。

点评

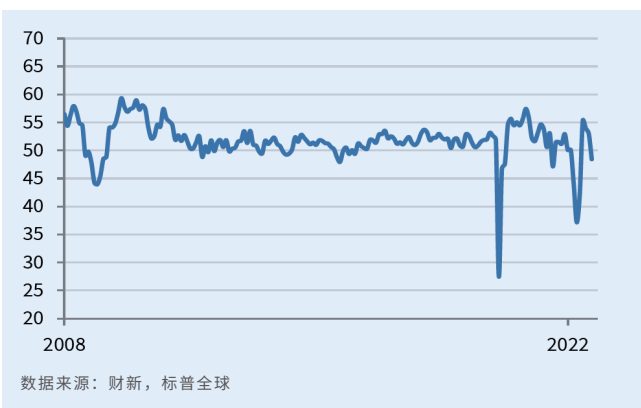
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2022 年 9 月，财新中国综合 PMI 录得 48.5，较前月下降 4.5 个百分点，四个月来首次降至荣枯线下。供给、需求、就业出现不同程度的收缩。服务业成本上升抵消了制造业成本端价格的下降，企业投入价格基本保持稳定，产出价格指数低于荣枯线，但收缩程度有限。市场情绪偏乐观，受疫情影响，乐观程度降至数月以来新低。

近期，影响经济发展的不利因素增多，经济下行压力增加。当前疫情形势依然严峻复杂，疫情管控措施对经济的负面影响依然较为显著。9 月以来，多地疫情卷土重来，部分重点地区确诊病例数目较前月明显增加，市场供求再度承压，经济恢复基础不牢固特征凸显。与此前疫情有所不同的是，制造业受此次疫情影响较服务业更大，原材料价格的下降在制造业体现的也更加明显。当前，经济运行的主要矛盾在于就业不足、需求不振、预期不稳，有鉴于此，施策重点应集中于促进就业、发放补助、提振需求，并通过传递政策信号培育市场主体信心。”

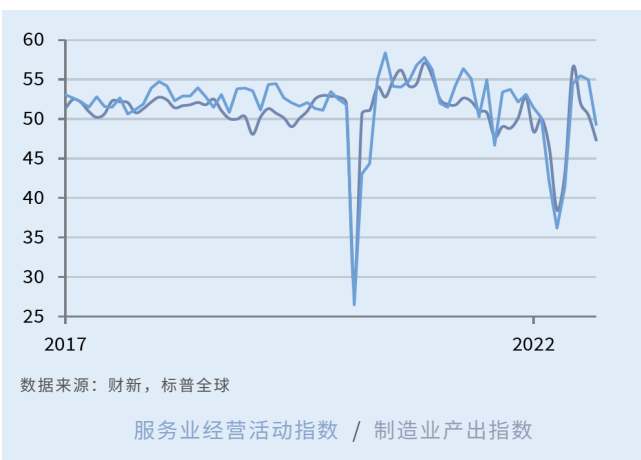
中国通用综合产出指数

>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™”通过每月向样本库内约 650 家私营或国有的服务业企业发出调查问卷，由其采购主管填写，然后由标普全球 (S&P Global) 根据收集到的回复编制而成。调研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均采用扩散指数方式，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 2022 年 9 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。

阅读详情：<https://www.caixinglobal.com/index/>

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

关于标普全球 (S&P Global)

标普全球 (NYSE: SPGI) 提供多种重要情报，以利政府、企业、个人掌握正确数据、专业知识和相关技术，决策更有信心。我们帮助客户评估新的投资项目，辅导完善 ESG 治理体系，乃至指导供应链能源转型，我们为世界开启新机遇，攻克挑战，推进发展步伐。

标普全球备受世界各地决策机构追捧，就全球资本、大宗商品和汽车市场，提供信用评级、基准、分析和工作流程方案。透过各项服务，协助全球领先机构洞察当下，规划未来。

www.spglobal.com

声明

本报告内有关数据之知识产权属标普全球及/或其关联公司所有或获许使用。未经标普全球同意，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，标普全球概不负责。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，标普全球概不负责。Purchasing Managers' Index™ 和 PMI™ 是 Markit Economics Limited 的注册商标或授权 Markit Economics Limited 及/或其关联公司使用。

本文内容由标普全球市场财智 (S&P Global Market Intelligence) 发布，并非由标普全球 (S&P Global) 另外管理之标普全球评级 (S&P Global Ratings) 发布。未经有关方面的书面同意，不得以任何形式复制本文中包括评级在内的任何信息、数据或材料（“内容”）。关于本文内容的准确性、充分性、完整性、适时性、可用性，以及无论出于任何原因而致之任何错误或遗漏（不论疏忽与否），或因使用本文内容而引发的任何后果，则有关方面、其关联公司与供应者（“内容供应者”）皆不能保证，也概不负责。关于使用本文任何内容的任何损坏、费用、开支、法律费用、损失（包括收入损失、利润损失、以及机会成本），内容供应者一律概不负责。

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

标普全球市场财智

经济研究部副总监

电话：+44 1491 461 010

annabel.fiddes@spglobal.com

SungHa Park

标普全球市场财智

企业传讯部

电话：+82 2 6001 3128

sungha.park@spglobal.com

PMI™

by S&P Global