

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2023.6

财新中国通用服务业 PMI™

6 月份服务业活动增速放缓至 5 个月低点

最新 PMI 数据显示，中国服务业在 6 月份出现增速放缓迹象。经营活动与新订单的扩张率较 5 月份明显减弱，部分企业反映市场需求未如预期。与此同时，成本压力保持相对轻松，投入成本的涨幅继续低于长期均值，销售价格仅略有上升。

虽然经营活动量增速放缓，服务业企业在 6 月份仍继续增加用工，并且增速为 3 个月来最高。企业增加用工的动力，源于对未来一年前景更为乐观的预期，业界整体信心度在 5 个月来首次出现回升。

6 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 53.9，低于 5 月份（57.1），显示服务业活动增速减弱。当月增速虽仍可观，但在始于今年 1 月的这轮增长长期内为次低。

经营活动增速放缓，普遍与需求较预期疲弱有关。虽然新接业务总量在第二季末继续增长，但整体增速偏弱，为 6 个月来最低。与此同时，新接出口业务量也有实质增长，但增速微降至 1 月后最低。许多企业反映，自疫情限制解除后，服务业持续受益于旅游业及交通出行的复苏。

虽然 6 月份经营活动和整体销售增速放缓，但企业对未来 12 个月的经营前景仍信心增强，并且是 5 个月来首次乐观度回升。月内许多企业预期经济将会走强，新业务量会增加，支撑经营活动的增长。

业界的乐观心态也带动了就业的进一步增长。随着新增业务量的持续上升，企业寻求扩大产能，当月用工增速虽属小幅，但已是 3 个月来最强劲。

虽然用工规模进一步扩张，新接业务量的增长导致服务业积压业务量在 6 月份继续上升，但积压率与 5 月份相近，仅算轻微。

第二季末，中国服务业企业的平均投入成本涨幅可观，与 5 月份相若。关于经营费用增加的原因，企业普遍表示与用工成本上升及原料涨价有关。

虽然成本明显上扬，但 6 月份服务业销售价格仅略有上调。部分企业反映，加价是因为经营成本上升；另外一些企业则表示，为保持竞争力，整体定价力受到限制。

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，标普全球 PMI

要点归纳：

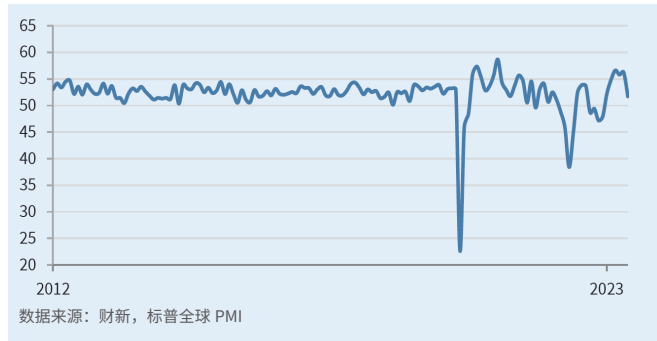
销售增速减弱，服务业活动扩张率放缓

就业连续 5 个月扩张

企业信心改善

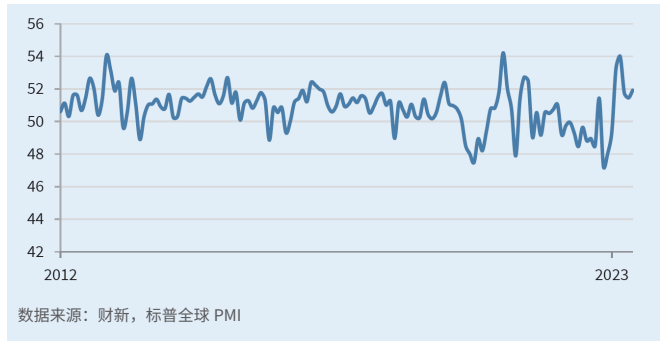
新业务指数

>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：

“2023年6月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得53.9，较前月回落3.2个百分点。2022年底疫情防控措施调整以来，财新服务业PMI已经连续六个月位于扩张区间，不过在这六个月中，6月该指数仅高于1月。”

服务业供求依旧保持扩张，但增速放缓。6月，服务业经营活动指数和新订单指数连续第六个月双双高于荣枯线，但分别录得近五个月和近六个月的最低值，服务业市场的复苏低于预期。外需较为稳健，旅行限制的解除对服务业出口有所促进，新出口订单指数连续第六个月位于扩张区间。

服务业就业小幅增加。服务业就业指数已是连续第五个月高于荣枯线，尽管扩张幅度有限。面对市场的恢复，服务业企业有增加用工扩充产能的需求。市场新增订单继续累积，服务业积压工作指数在扩张区间基本保持稳定。

服务业价格小幅上涨。成本端价格的上升主要来自人力成本，服务业投入价格指数连续第36个月位于扩张区间。收费端价格的提涨则仍受制于市场的激烈竞争，服务业收费价格指数连续第14个月位于扩张区间。在过去的12个月中，服务业投入价格增速均快于收费价格。

服务业市场维持乐观情绪。市场参与者对于未来一年市场的进一步恢复充满信心。6月，服务业经营预期指数维持荣枯线上，较5月亦有逾一个百分点的上升。”

财新中国通用综合 PMI™

生产经营活动总量录得 1 月后最弱增速

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。

第二季末，综合产出指数（经季节性调整）从 5 月份的 29 个月高点（55.6）下滑至 52.5，显示生产经营活动总量虽有明显增长，但增速在始于 1 月份的此轮增长长期内为次低。当月制造业与服务业的产出皆增速放缓。

6 月份，新订单总量的增速也放缓至 5 个月来最低，当中服务业销售增长明显减弱。同时，新出口业务总量的增速仅算轻微，为 3 个月来最小。用工总量恢复增长，但只是服务业有所增长，制造业用工仍处于收缩。平均投入价格在略逾三年来首次出现回落，但降幅极微，主要是制造业成本下降所致。综合产出价格有轻微降幅，并且是连续 3 个月下降。

点评

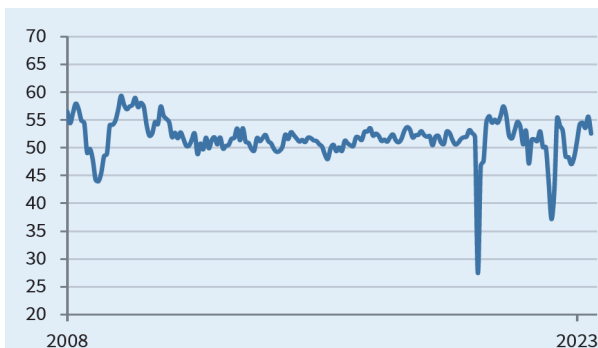
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2023 年 6 月，财新中国综合 PMI 录得 52.5，较前月下降 3.1 个百分点。生产、需求、出口、就业悉数扩张，但幅度均较为有限；生产预期指数维持在荣枯线上，较前月有小幅提升；受制造业拖累，综合投入和产出价格水平下降。

多项经济数据显示，当前经济恢复基础不牢固，修复速度不及预期。经济增长内生动力不足、需求偏弱、市场预期差仍是突出问题。6 月，财新中国 PMI 显示制造业景气度显著弱于服务业，制造业就业水平下降、通缩压力增加、乐观预期淡化，服务业仍处在后疫情复苏周期，但恢复动能趋弱。未来一段时期，相关政策在宏观层面应加强支持力度，微观层面应提高效率，确保政策红利直达市场主体，切实改善就业和市场预期。”

中国通用综合产出指数

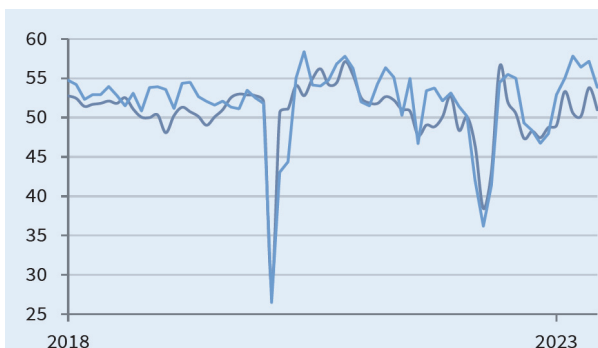
>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球 PMI

行业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球 PMI

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 2023 年 6 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