

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2024. 2



财新中国通用服务业 PMI[®]

2 月服务业活动小幅增长

最新 PMI 数据显示，2024 年首季过半，中国服务业经济继续扩张，但增长动力略见减弱，经营活动增速放缓至 3 个月来最低，虽然新接海外订单有实质增长，但新业务总量的增速相对低迷。企业对未来一年的经营信心连续第二个月减弱，用工数量在去年 11 月后首次录得下降。

2 月份，中国服务业平均投入成本的涨速轻微加剧，并因此导致服务业收费价格整体重拾上升。

2 月份，财新中国通用服务业经营活动指数（经季节性调整）录得 52.5，略低于年初（52.7），显示服务业经营活动连续 14 个月保持扩张，但扩张率整体偏弱，为去年 11 月后最低，也低于历史均值。

中国服务业经营活动增速减弱，同时 2 月份新接业务总量的增速与 1 月份几乎持平，继续保持轻微，并且低于 2023 年全年均值。新接海外订单量则相反，不仅加速增长，并且幅度可观，创下 2023 年 6 月后最高记录，反映海外市场需求转强。

经过此前两月轻微扩张后，中国服务业用工数量在 2 月份下降，降速虽小，但已是逾一年来最显著。许多受访企业因需求相对疲弱而压缩用工。

最新调查还显示，产能压力有减弱迹象，积压业务量自 2022 年 7 月份后首次下降（降幅仅算轻微）。据调查样本企业反映，2 月份新订单量未如预期，企业有余力处理积压业务。

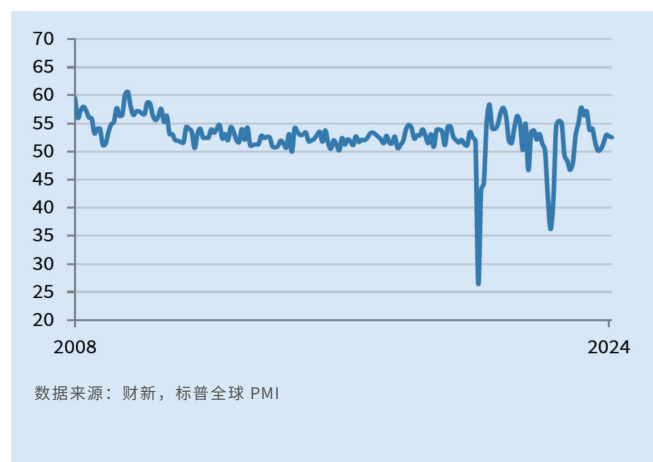
与此同时，平均投入成本较年初加速上扬，企业普遍反映最近费用上扬与原料、燃料加价有关。不过，整体涨速仍算小幅，继续低于长期均值。

经过 1 月份轻微下调后，中国服务业在 2 月份上调了收费价格，希望借此把增加的费用转移到顾客端。当月加价幅度虽小，但已创下 2023 年 5 月后最高记录。

2 月份，对于未来一年经营活动的前景，企业乐观度降至 4 个月低点。虽然企业普遍预期经济状况改善，将会支持未来 12 个月的增长，但也有部分企业因预期市况相对低迷、客户消费力仍然疲弱而持更加审慎态度。

中国通用服务业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节调整）



要点归纳：

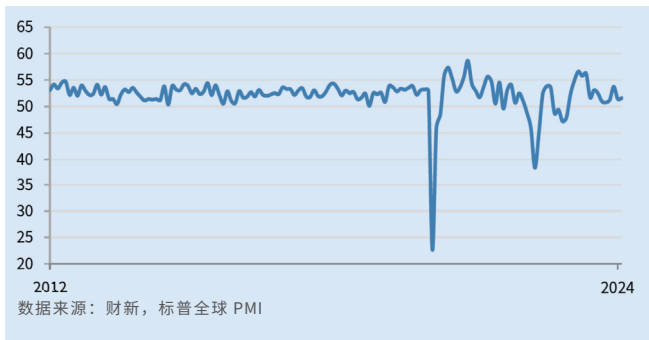
新订单增速乏力，经营活动扩张放缓

企业用工 3 个月来首次下降

成本涨速加剧，导致服务业恢复加价

新业务指数

>50 = 较上月改善（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：

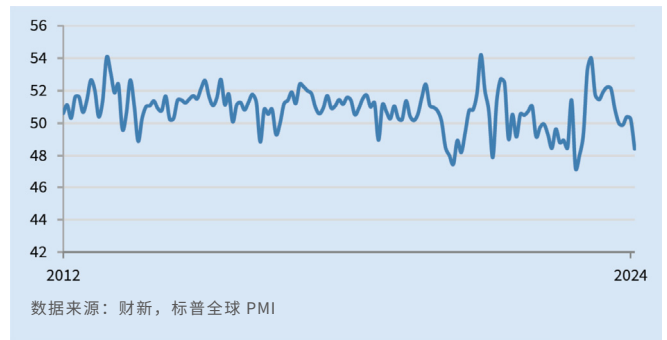
“2024年2月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得52.5，较前月下降0.2个百分点。自2023年初以来，财新中国服务业PMI连续14个月位于扩张区间，服务业景气度持续恢复。

服务业供求继续扩张，扩张幅度基本维持前月水平。市场环境进一步向好，供给和需求亦维持扩张势头。2月，服务业经营活动指数和新订单指数双双连续第14个月高于荣枯线。服务业出口继续增加，新出口订单指数不仅连续第六个月位于扩张区间，还录得去年7月以来新高。

服务业就业减少。部分企业反映市场景气度恢复仍略低于预期，企业在劳动力使用方面态度谨慎。2月，服务业就业指数重新回到荣枯线下，并刷新2023年1月以来新低。同样是市场需求逊于预期的原因，企业有充裕产能处理在手订单，服务业积压工作指数2022年8月以来首次回到收缩区间。

就业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



服务业价格水平改善。原材料和能源价格的上涨增加了服务业企业的运营成本，并部分传递至收费端。2月，服务业投入品价格指数和收费价格指数同步上涨并双双录得荣枯线上。

服务业市场依然维持乐观情绪。展望未来一年，服务业企业家计划拓展更宽的市场，并对需求进一步提振抱有信心。不过从乐观情绪水平看，服务业经营预期指数仍低于该指数长期均值。”



财新中国通用综合 PMI[®]

企业活动总量连续第四个月增长

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。

2 月份，综合产出指数录得 52.5，与 1 月份持平，显示中国企业活动总量连续第四个月保持增长。基础数据显示，服务业活动增速轻微放缓，制造业产出加速增长，但实际增速两者相同，整体同属小幅。

新订单总量在 2 月份轻微加速上升，但增速仍然偏弱。新增出口业务量连续第二个月回升，但幅度轻微。积压工作量微降，在此背景下，用工总量打破 1 月份持平状态，重现收缩。成本压力总体有所上升，但升幅温和，制造业与服务业的销售价格升幅轻微。对于未来 12 个月的生产经营活动前景，企业信心度降至 4 个月来最低，虽然制造业乐观度改善，但被服务业信心下降所抵消。

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：

“2024 年 2 月，财新中国综合 PMI 录得 52.5，与前月持平。制造业和服务业产需平稳扩张，外需向好，供给依然较需求更为强劲。就业出现收缩，价格水平保持平稳，不过制造业价格指数承压明显。市场维持乐观情绪。

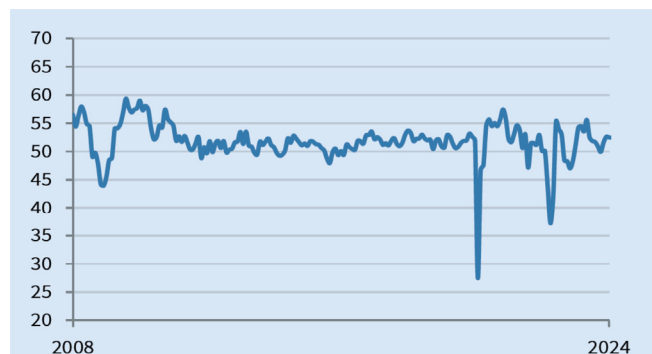
财新中国制造业 PMI 自 2021 年下半年来首次连续四个月高于荣枯线，服务业 PMI 连续 14 个月录得扩张区间，显示经济总体回升向好，高质量发展扎实推进。

不过，经济面临的困难和压力依然较大，不利因素和不确定性仍然偏多。需求端弱于生产端，价格维持低位，内外需仍显不足；就业指数降至荣枯线下，企业增产扩产积极性不高，乐观预期有待进一步夯实。

2024 年初，各项稳增长政策持续加码，春节后各地政府亦通过一系列会议传递稳经济意愿、提振市场主体信心。未来一段时间，前期各项政策落地见效情况应是关注重点，政策在保障民生和改善预期等环节或需进一步发力。”

中国通用综合产出指数

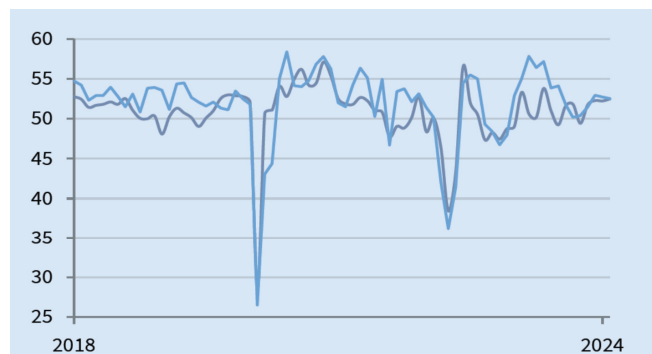
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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 / 制造业产出



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。

主要调查数据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，这些修正可能会影响经季节性调整的系列数据。

有关 PMI 报告的调查方法，敬请联系 economics@spglobal.com。

数据收集及展示方法

数据于 2024 年 2 月 2 - 21 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

www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/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

免责声明

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数据。对于本文所包含的内容或资讯（“数据”），或数据中的任何错误、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。对于因使用本文数据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 S&P Global Inc 的注册商标或授权 S&P Global Inc 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所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：+86-10-8590-5019
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

