

# PMI

财新中国  
通用服务业  
PMI 新闻稿

2024.4



# 财新中国通用服务业 PMI<sup>®</sup>

## 第二季初服务业活动继续扩张

2024 年第二季首月，中国服务业经济温和扩张。新业务量创下将近一年来最高增速，支撑最近经营活动扩张，企业信心也得到改善。新接海外订单量在 4 月份也加速增长。不过，因产能压力轻松，企业继续压缩用工。

同时，在最近调查期间，服务业投入成本与销售价格皆轻微上升，但整体升幅仍保持温和。

4 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，低于 3 月份（52.7）。当月服务业增速虽然略有放缓，但仍然稳健，并且连续 16 个月保持扩张。

服务业最近的扩张，主要体现在新业务持续增长。剔除季节性因素，新接业务量已连续 16 个月保持增长，并且整体增速可观，刷新去年 5 月后最高记录。据调查样本企业反映，新业务增长，原因是需求改善，以及企业致力拓展业务，扩大顾客群。

4 月份，新业务总量的上升，也体现了海外市场对中国服务业需求的增长。新接出口业务量创下 10 个月来最高增速。据反映，最近海外市况改善，旅游活动增加，助推海外订单的增长。

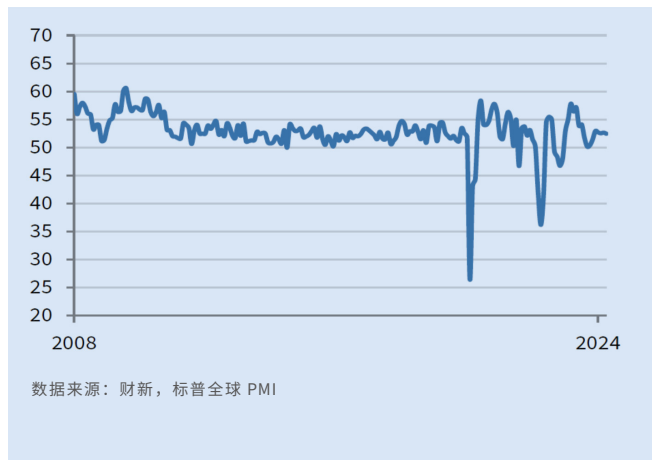
另一方面，4 月份积压业务量基本没有变化。鉴于产能压力轻松，服务业企业连续第三个月压缩用工。据受访企业反映，用工量下降，原因包括人员辞职和裁撤冗余。

4 月份，中国服务业企业整体信心改善，乐观度升至去年 12 月后最高点。企业预期未来一年市况向好，应能刺激销售和经营活动。

随着物料、人工和能源等费用上扬，4 月份服务业平均投入成本继续上涨，上涨率略超 3 月份，但仍然低于长期均值。与此相反，4 月份服务业销售价格的涨势虽然温和，但进一步超过长期均值，可见企业成本负担加剧，压力被传导至消费端。

### 中国通用服务业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节调整）



#### 要点归纳:

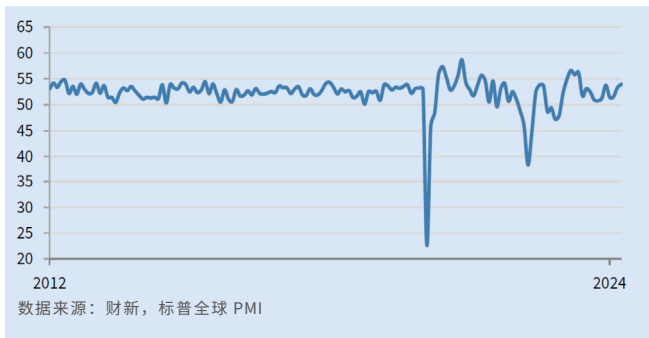
新业务量录得将近一年来最高增速

4 月各项价格指数微升

企业信心升至今年来最高

## 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：

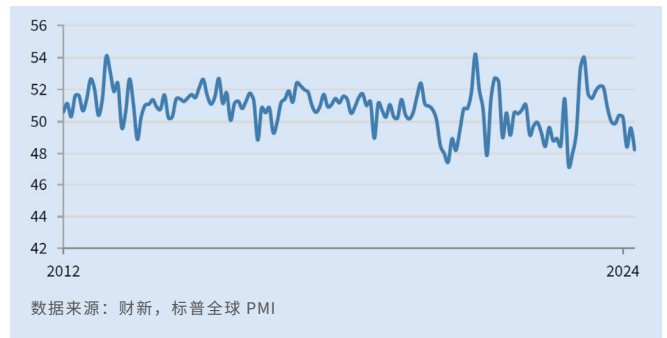
“2024年4月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得52.5，较前月下降0.2个百分点。财新中国服务业PMI连续第16个月录得荣枯线上，服务业景气度维持恢复态势。”

服务业供求两旺。市场需求向好，供给增加，服务业经营活动指数和新订单指数均连续第16个月位于扩张区间，后者还录得去年6月以来新高，近期需求复苏势头强劲。海外经济环境改善，入境观光人数上升，服务业出口维持上升趋势，新出口订单指数连续第八个月位于扩张区间并续录得去年7月以来新高。

服务业就业下降。与此前两月情况类似，服务业市场维持较高景气度但就业市场仍然偏紧，企业出于降本增效考虑，增加用工填补离职空缺岗位动力偏弱。4月，服务业就业指数连续第三个月位于荣枯线下，且较前月略有加速。此外，服务业积压工作量基本维持不变。

## 就业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



服务业价格上升但幅度不大。4月，服务业成本和销售侧价格均有所上升但升势较为有限。服务业投入品价格指数维持在扩张区间的原因主要来自原材料、人力、能源价格的上涨，收费价格指数高于荣枯线则说明服务业企业能够将部分增加的成本传递至消费端。

服务业市场情绪乐观。4月，服务业经营预期指数虽仍低于指数长期均值，但仍升至近四个月最高值，企业家对未来一年市场前景看好。”



# 财新中国通用综合 PMI<sup>®</sup>

## 生产经营总量的增速升至 11 个月高点

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，综合产出指数从 3 月的 52.7 升至 52.8，显示中国企业活动总量连续第六个月保持增长，并且创下 2023 年 5 月后最快增速。基础数据显示，制造业产出加速增长，而服务业活动的增速轻微放缓。

新订单总量也创下去年 5 月后最高增速，制造业与服务业的新订单皆加速增长。然而，用工总量却连续第三个月录得下降。

投入成本涨幅加剧，部分原因是制造业成本重拾升势。同时，整体销售价格上扬。企业信心度在 4 月份保持稳定，没有变化。

### 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<sup>®</sup> 数据时表示：

“2024 年 4 月，财新中国综合 PMI 录得 52.8，较前月上升 0.1 个百分点，续录得 2023 年 6 月以来新高。制造业和服务业供需扩张提速，出口亮眼，市场情绪乐观。

对比之下，就业市场压力仍不容忽视，就业指数较前月下降逾 1 个百分点。此外，投入和产出价格仍处于较低水平，尤其是制造业出厂价格拖累明显。

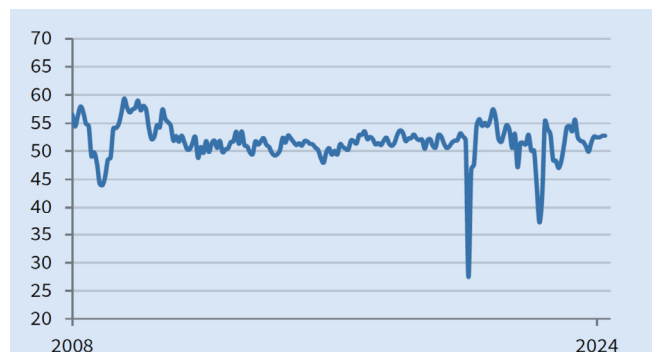
2024 年一季度经济增速超预期，制造业稳健增长，消费逐步回升，经济开局良好，这与财新中国制造业 PMI 和服务业 PMI 连续数月高于荣枯线保持一致。

服务业较制造业恢复更好，投资品制造行业产销两旺，景气度自下游向中上游传导的迹象有所显现。

当前经济发展的不利因素仍在于预期偏弱，进而致就业压力增加和通缩风险提升。展望未来，政策层面还应继续保持一贯性和连续性，推动前期政策尽快落地见效，通过维持当前经济回升向好势头逐步改善市场预期。”

### 中国通用综合产出指数

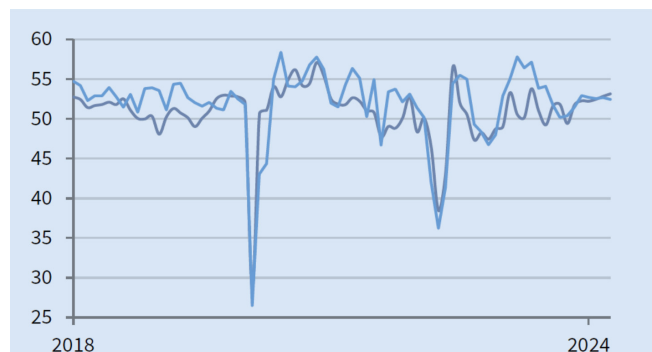
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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 / 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](mailto:economics@spglobal.com)。

## 数据收集及展示方法

数据于 2024 年 4 月 11 - 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

[www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/products/pmi.html](http://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](http://www.caixin.com) 和 [www.caixinglobal.com](http://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](http://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](mailto:zhewang@caixin.com)

马玲

财新智库

品牌传播部

电话：+86-10-8590-5204

[lingma@caixin.com](mailto:lingma@caixin.com)

Jingyi Pan

标普全球市场财智

经济研究部副总监

电话：+65 6439 6022

[jingyi.pan@spglobal.com](mailto:jingyi.pan@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](mailto:sungha.park@spglobal.com)

PMI®

by S&P Global