

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2024.8



财新中国通用服务业 PMI[®]

8 月份服务业保持扩张

2024 年第三季中期，中国服务业经济保持扩张。新接业务量和经营活动量皆保持增长，8 月份出口业务更加速扩张。同时，产能压力凸显，积压工作量重现上升，但企业因顾虑成本而压缩用工。

平均投入成本明显上扬，创下逾一年最快涨幅，服务业企业没有选择上调销售价格，但乐观度改善。

8 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 51.6，低于 7 月份（52.1），延续了始于 2023 年 1 月的扩张趋势，但增速则是今年以来最低之一。

最新数据显示，8 月份新接业务量增长，支撑服务业活动扩张。据中国服务业企业反映，新接业务量的增长，主要受惠于需求基本面改善，以及服务业自身的供应拓展。与经营活动量一样，新接业务总量的增速也较 7 月份有所放缓。

另一方面，新出口业务量加速增长。据调查样本企业反映，海外客户兴趣回升（包括旅游业），支撑出口业务加速增长。

8 月份，尽管积压业务量重现上升，服务业企业仍然压缩用工，7 月份的就业扩张趋势就此终结。据调查样本企业反映，用工数量下降既有员工辞职之故，也有部分原因是企业为削减成本而裁员。

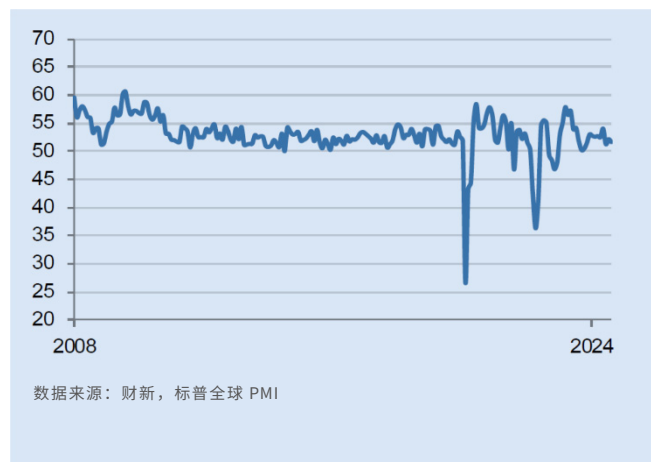
平均投入成本继续上扬，并且涨幅加剧，升至 2023 年 6 月后最高点。据反映，原料、用工和运输成本皆有上涨。

与之相反，服务业销售价格在 7 个月来首次录得下降，虽然降幅尚微，但在 2022 年 4 月后已是最显著。据反映，竞争加剧，导致服务业企业采取降价和折扣措施以拉动销售。

8 月份，中国服务业整体保持乐观，乐观度虽然低于长期均值，但经过连续两月回升，目前已至 5 月后最高。企业普遍寄望市况改善和业务扩张，能在未来一年刺激业务活动增长。

中国通用服务业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节性调整）



要点归纳：

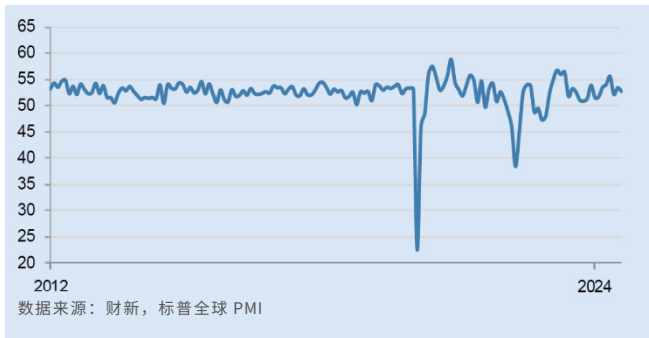
海外订单加速流入，带动新业务总量增长

出于成本考虑，用工规模轻微下降

1 月后平均销售价格首次下降

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：

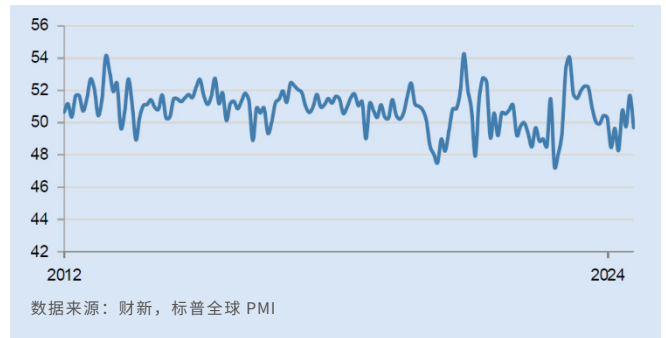
“2024年8月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得51.6，较前月下降0.5个百分点，指数连续第20个月位于扩张区间，但扩张幅度略有放缓。”

服务业供需继续增加。市场条件改善，服务业供给和需求继续维持扩张态势，服务业经营活动指数和新订单指数均连续第20个月高于荣枯线，不过两个指数较前月均有所下降，服务业经营活动指数还录得年初以来的次低值。境外游客数量继续增加，助推服务业外需扩张提速，新出口订单指数连续第12个月位于扩张区间。

服务业就业由升转降。今年2月至今的七个月中，服务业就业指数第五次低于荣枯线，企业处于节约成本考虑，用工态度谨慎，就业市场依然承压。员工人数的减少和经营活动增速趋缓增加了订单积压量，8月，服务业积压工作指数略高于荣枯线。

就业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



服务业价格一升一降。原材料价格、工资、运费依然令服务业企业成本端承压，投入品价格指数继续位于扩张区间并录得 2023 年 7 月以来最高值。与此形成对比的是，服务业收费价格近七个月以来首次落于荣枯线下并录得 2022 年 5 月以来的最低值，服务业市场竞争激烈，降价促销成为企业优先选项。

服务业市场维持乐观情绪。服务业企业对未来市场环境进一步向好抱有信心，服务业经营预期指数继续高于荣枯线。不过，8 月该指数仍低于历史均值，市场乐观情绪有待进一步加强。”



财新中国通用综合 PMI[®]

私营部门产出保持小幅扩张

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。

8 月份，综合产出指数录得 51.2，与 7 月份持平，显示中国企业活动总量连续 10 个月保持增长，但增速与 7 月份一样，仍属疲弱。月内虽然制造业产出增速上升，但服务业活动增速放缓，两者互抵。

新订单表现相似，制造业恢复增长而服务业增速放缓，但综合增速较 7 月份改善。

与此同时，尽管积压订单增加，私营企业经营信心改善，但用工总量仍然出现收缩。

价格方面，8 月份投入成本轻微上扬，但竞争加剧，导致销售价格创下 1 月后最大降速。月内制造业和服务业的销售价格都有所下调。

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 8 月，财新中国综合 PMI 录得 51.2，与前月持平，连续第十个月位于扩张区间。制造业和服务业景气度均位于扩张区间，服务业供求增速均边际放缓，与制造业供求由降转升形成对比。

受服务业就业拖累，综合就业指数略低于荣枯线。价格方面，综合成本有所上升的情况下，制造业和服务业销售价格不同程度出现下降，企业盈利压力进一步增大。

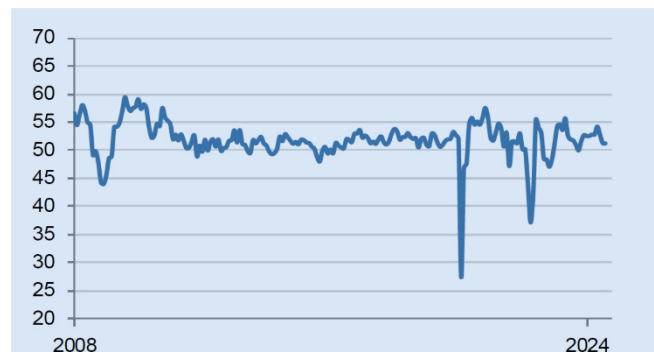
近期公布的工业生产、消费、投资数据显示经济整体延续了二季度以来的平稳运行趋势但显著弱于市场预期。

8 月财新中国制造业 PMI 重回扩张区间但扩张幅度较为有限，考虑到较为进取的全年经济增长目标，未来几个月稳增长困难和挑战较大。

国内有效需求不足、外需存在较大不确定性、市场主体乐观预期不强等突出问题依然存在，当前财政和货币政策尚有空间，加大政策支持力度、推动前期政策落地见效紧迫性进一步增加。”

中国通用综合产出指数

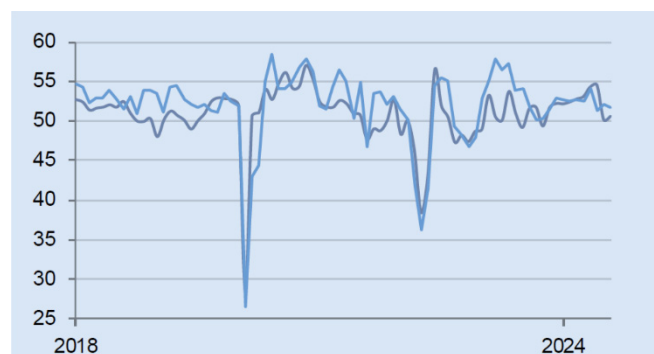
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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 8 月 12 - 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

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

SungHa Park

标普全球市场财智

企业传讯部

电话：+81 3 6262 1757

sungha.park@spglobal.com

PMI®

by S&P Global