

# PMI

财新中国  
通用服务业  
PMI 新闻稿

2024. 11



# 财新中国通用服务业 PMI<sup>®</sup>

## 11 月经营活动增长

11 月份，中国服务业经济持续扩张。新接业务量（包括出口）继续增长，增速虽然较 10 月份放缓，但仍然增加产能压力，导致积压业务量上升。服务业企业因此增加用工，以应对工作负荷。

与此同时，企业乐观度升至 7 个月来最高，但竞争加剧，导致 11 月销售价格下降。另一方面，投入成本大致保持平稳。

11 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 51.5，虽低于 10 月份（52.0），但仍延续 2023 年 1 月以来的持续扩张态势。不过，当月增速较 10 月份放缓，并进一步低于长期均值。

服务业活动与新业务量同步增速放缓。虽然潜在需求和市况有所改善，支撑新业务量持续增长，但增速较 10 月份下降，并且低于长期均值。相比新业务总量，出口业务量增速较快，但也较 10 月份有所放缓。

尽管 11 月新业务增速放缓，但积压业务量仍然持续 4 个月录得上升，并因此导致服务业用工进一步扩张，企业需要更多人手应对增加的工作量。不过，当月积压业务量和用工规模的增速皆算轻微。

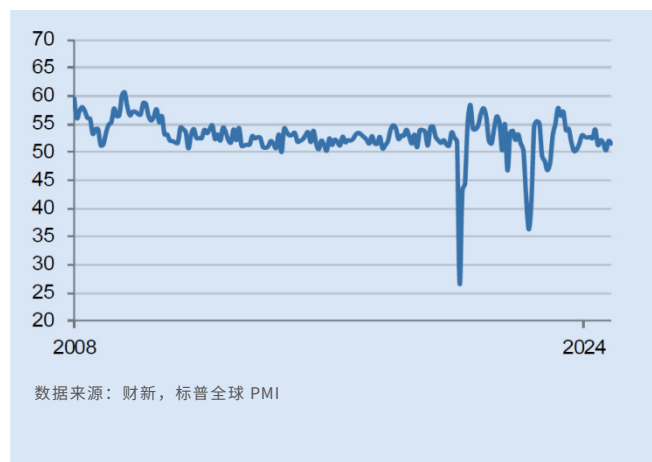
价格方面，平均投入成本在第四季度中期仅录得轻微升幅。部分企业反映薪酬上扬，推高投入成本；另外一些企业则表示，部分原材料价格下降，拉低平均投入成本。

当月投入成本的增速放缓至此轮上涨期（始于 2020 年 7 月）最低点，加上业内竞争加剧，导致服务业销售价格在最近 4 个月来三度录得下行，但整体降幅仍算轻微，小于 8 月和 9 月。

11 月份，中国服务业界保持乐观，信心度升至 4 月后最高点，但仍低于长期均值。据反映，企业认为经济环境改善和政府政策支持，有望促进销售。另一方面，仍有部分企业对全球贸易前景和竞争加剧感到忧虑。

### 中国通用服务业 PMI

>50 = 较上月改善（经季节性调整）



#### 要点归纳：

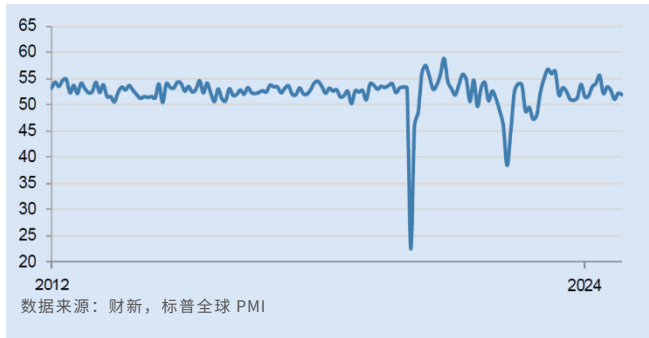
11 月新业务与经营活动小幅增长

平均销售价格 4 个月来三度下降

企业信心升至 4 月份后最高点

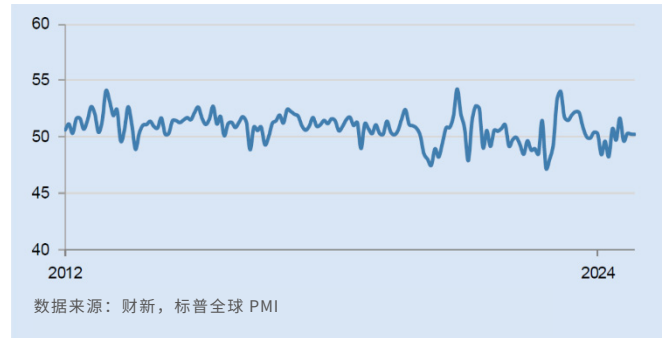
## 新业务指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



## 就业指数

>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11月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业 PMI）录得51.5，较前月下降0.5个百分点，但仍继续位于扩张区间。服务业延续了2023年初以来的扩张态势。

服务业供求增速边际放缓。服务业景气度向好，供给和需求继续扩张，服务业经营活动指数和新订单指数连续第23个月高于荣枯线。不过与前月相比，扩张速度有所放缓。外需亦有所增长，不过增速同样趋缓，新出口订单指数连续第二个月在扩张区间内下降。

服务业就业小幅扩张。服务业就业指数连续第三个月高于荣枯线，但幅度较有限。随着新订单持续增多，服务业企业用工也略有增加。11月，积压工作量同样微弱上涨，这是服务业积压工作指数连续第四个月位于扩张区间。

服务业价格较为疲弱。服务业投入品价格指数自2020年7月以来持续高于荣枯线，但在11月录得这53个月中的最低值，价格上涨程度微乎其微，部分企业用工成本上涨，也有部分企业反应原材料价格有所下行。服务业销售价格则更为弱势，收费价格指数四个月内第三次低于荣枯线，市场竞争较为激烈。

服务业市场乐观情绪继续回升。服务业经营预期指数连续第二个月在扩张区间内上升，并升至近七个月以来新高。服务业企业认为政策支持下市场会进一步向好，不过也有受访者对未来贸易环境表示担忧。”



# 财新中国通用综合 PMI®

## 产出扩张率 5 个月来最显著

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。

11 月份，综合产出指数录得 52.3，高于 10 月份（51.9），中国企业业务活动总量至此已连续 13 个月保持增长。此外，当月增速为 6 月份后最高，制造业产出加速扩张，抵消了服务业的轻微增速放缓。

产出扩张加速，主要是因为新业务量增速上升（仅限于制造业）。积压业务量趋势也相似，但用工规模继续收缩，但主要集中在制造业。

与此同时，11 月平均投入成本升幅放缓，但销售价格的涨幅则升至 5 个月来最高。企业乐观度普遍改善，信心升至 4 月后最高点。

### 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 11 月，财新中国综合 PMI 录得 52.3，较前月上升 0.4 个百分点，连续第 13 个月高于荣枯线。制造业扩张提速，服务业则增速放缓；制造业就业拖累整体就业；价格水平稳定，服务业价格水平略低；制造业和服务业市场乐观预期均有回升。”

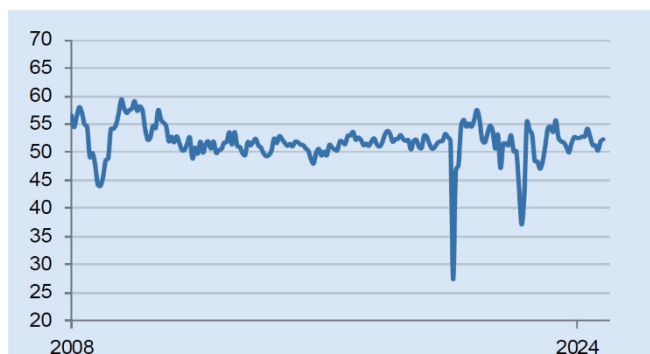
9 月底以来，系列存量政策和增量政策协同发力、持续显效，近两月各项经济指标出现明显回升，积极因素累积增多，11 月经济修复有所提速。

不过我们也注意到，当前经济下行压力依然较大，就业持续低迷，政策刺激效果尚未传递至劳动力市场，企业扩员增产信心有待加强。

当前经济短期筑底特征明显但仍需进一步夯实，增量政策效果的持续性和有效性还需要紧密观察。未来，经济内部结构性和周期性压力并存，外部不确定因素或将累积，政策层面需对此有充足准备。”

### 中国通用综合产出指数

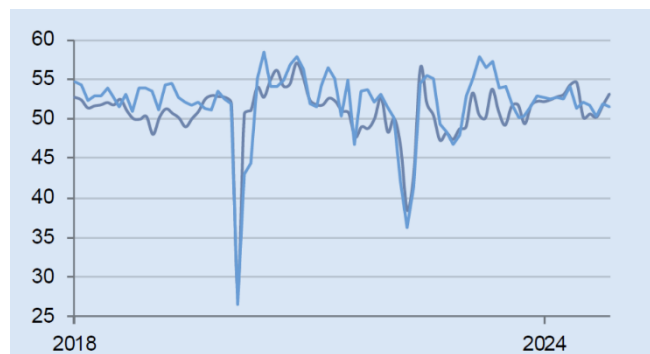
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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<sup>®</sup>”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 11 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<sup>®</sup>)”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<sup>®</sup> 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: +81 3 6262 1757

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

PMI<sup>®</sup>

by S&P Global