

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2022.5

财新中国通用服务业 PMI™

5 月份服务业活动继续明显收缩

最新 PMI 数据显示，因最近疫情抬头，相关防控措施导致服务业经营活动与新订单量继续明显收缩，但收缩率已较 4 月份放缓。不过，企业仍继续压缩用工，加上业务运营持续受限，积压业务量进一步激增。价格数据显示，平均投入成本涨幅放缓，服务业收费价格仅有轻微升幅。

展望未来 12 个月的经营前景，业界信心改善，5 月份乐观度回升至 3 个月来最高，许多企业预期疫情一旦受控，限制措施放松，业务会有强劲反弹。

5 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 41.4，显示服务业活动连续第三个月处于收缩状态。指数虽然较 4 月份的 26 个月低点（36.2）有所回升，收缩率也不像 4 月份般严重，但仍然创下 2020 年 2 月首轮疫情过后的次高记录。企业继续提到疫情相关限制措施，令经营活动受到严重影响，包括临时关停和出行受限。

5 月份，新接业务总量连续第四个月下滑，降幅虽然较 4 月份的 26 个月高点放缓，但整体仍然显著。关于最近销售下滑的原因，调查样本企业继续提到疫情限制措施，对客户数量和整体需求状况造成了冲击。与此同时，第二季中期，来自海外的订单量虽然降幅放缓，但仍然明显。

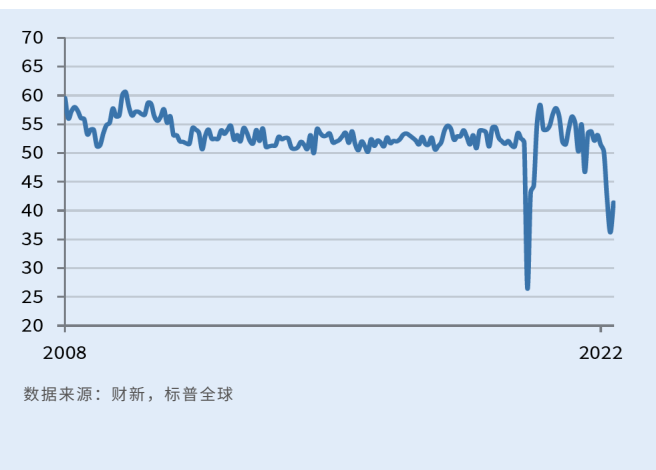
5 月份，经营需求下降，导致服务业用工进一步收缩，收缩率虽属小幅，但已是 15 个月来最显著。与此同时，经营持续受限，导致积压业务持续增加，积压率为 2020 年 2 月后最严重，但整体尚属温和。

5 月份，服务业平均投入成本继续上扬，但涨幅放缓至 9 个月低点。据反映，企业成本负担增加，普遍是因为人工、原料、食品、能源和运输等各种费用上升。为转移成本上扬压力，服务业企业相应上调收费价格，虽然加价幅度仅算轻微，但已扭转了 4 月份的降价趋势。

对于未来 12 个月的经营前景，业界在 5 月份普遍保持乐观，并且乐观度为 3 个月来最高，主要原因是企业预期疫情一旦受控，市况恢复正常，经营活动将会出现强劲反弹。不过，相比长期均值，当月整体乐观度仍然偏低。

中国通用服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



要点归纳：

防疫限制下，服务业活动继续大幅收缩，但收缩率放缓

新增业务总量降幅放缓

投入成本涨势减弱至 9 个月低点

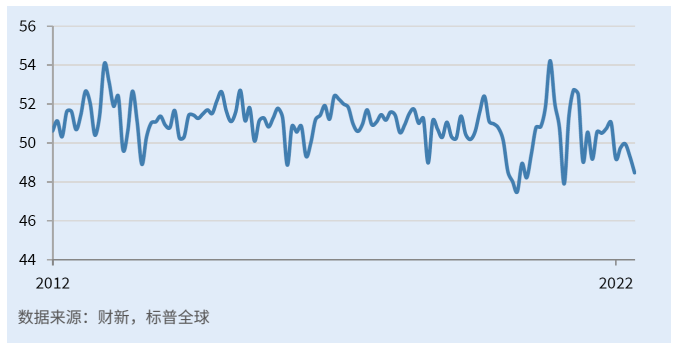
新业务指数

>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：

“2022年5月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得41.4，较前月回升5.2个百分点，不过仅为2020年3月以来次低值。新冠疫情对于服务业景气度的压制依然明显。

服务业供求继续收缩。服务业经营活动指数和新订单指数从4月低点有所回升，但仍大幅低于荣枯线，显示多地散发疫情对于服务业的影响仍在持续。同样受疫情防控措施特别是旅行限制的影响，服务业新出口订单指数连续第五个月位于收缩区间。

服务业就业收缩。与供给和需求弱化程度有所放缓不同，服务业就业指数在收缩区间内进一步下降至2021年3月以来最低值。2022年以来，该指数从未站上荣枯线。疫情的影响传导至就业市场，企业增加用工意愿薄弱。受此影响，服务业积压工作继续增加。

服务业价格上升。服务业投入价格指数连续第23个月位于扩张区间，劳动力成本、原材料、食品、能源价格以及运费均处高位，企业面临较大成本压力。略有改善的是收费端，服务业收费价格指数重回荣枯线之上，服务业企业通过调整价格部分消化了来自成本端的压力。

市场乐观情绪尚可。企业家依然对疫情得到控制以及服务业复苏充满信心，也有部分受访者担忧未来疫情会不断复发。”

财新中国通用综合 PMI™

5 月份综合产出降幅放缓

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。

5 月份，综合产出指数（经季节性调整）录得 42.2，显示中国企业的生产经营活动总量连续第三个月呈现收缩。指数值较 4 月份（37.2）回升，说明收缩率放缓，但仍属显著（2020 年 2 月后次高）。行业数据显示，制造业与服务业的收缩率皆有所放缓，但后者整体收缩率较前者严重。

与此同时，新订单总量也明显下降，但降幅为 3 个月来最小。用工总量收缩，收缩率虽小，但已创下 2021 年 2 月后最高记录，制造业与服务业 5 月份用工规模皆轻微加速收缩。

整体而言，通胀压力在 5 月份有所放缓，平均投入成本的涨幅回落至 2 月份后最低点，而整体销售价格则连续两月轻微下降（当月主要原因是制造业降价）。

点评

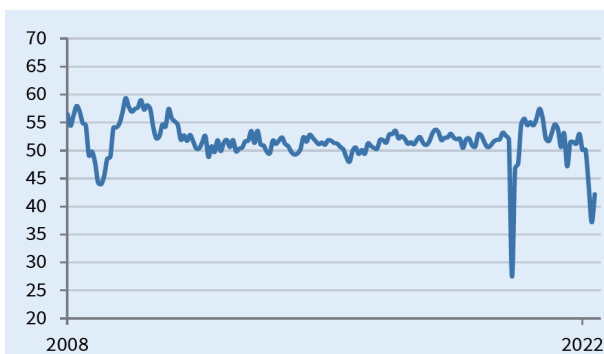
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2022 年 5 月，财新中国综合 PMI 录得 42.2，虽然较前月回升 5.0 个百分点，但从历史上看，也仅高于 2020 年 2 月和 2022 年 4 月的水平，是该指数 2005 年以来第三低值。疫情的负面影响持续，供给、内外需、就业持续走弱，积压工作增加，企业投入成本高企。

总体而言，2022 年 5 月，多地局部疫情持续，制造业、服务业景气度边际出现改善但仍位于收缩区间。制造业景气度好于服务业，需求略强于供给。疫情对于市场供求的负面影响已传导至就业，制造业和服务业就业恶化速度有所加快。供应链受阻、物流时间延长问题未能得到彻底改善。企业成本端压力也依然较大。本轮疫情对于经济的负面影响或超过 2020 年。政策层面，保证就业和物流畅通是重中之重。打通产业链、供应链堵点，推动复工复产，有助于稳定市场主体、提供就业保证。此外，帮扶纾困政策不应只限于供给侧，对于受疫情影响收入下降人员的补贴亦应提上日程。”

中国通用综合产出指数

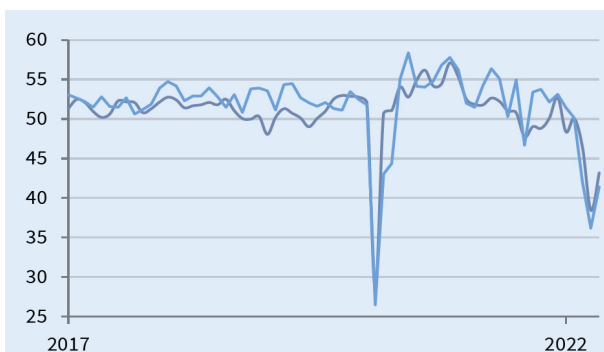
>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

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

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 400 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。本报告数据源自中国大陆，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均采用扩散指数方式，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 2022 年 5 月 12 - 23 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

Joanna Vickers

标普全球

企业传讯部

电话：+44 207 260 2234

joanna.vickers@spglobal.com

PMI™

by S&P Global