

# PMI

财新中国  
通用服务业  
PMI 新闻稿

2022.7

# 财新中国通用服务业 PMI™

## 服务业活动录得 15 个月最强劲扩张率

7 月份调查数据显示，随着疫情防控的放松和市况的恢复，中国服务业活动进一步复苏，尤其是产出，随着新订单的加速增长，产出扩张率创下 15 个月新高。然而，受疫情持续抑制，7 月份外需略有下降。虽然产出与订单整体趋向改善，企业仍进一步压缩用工，同时积压业务量轻微下降。另一方面，投入成本加速上扬，而服务业收费价格仅略有上调。

企业普遍相信，经营活动在未来一年会增长，整体乐观度创下 8 个月新高。

7 月份，经营活动指数（经季节性调整）从第二季末的 54.5 升至 55.5，显示中国服务业产出连续第二个月恢复增长，并且录得 2021 年 4 月后最显著增速，超过长期均值（53.8）。据反映，随着防疫限制放宽，经营环境与客户需求进一步恢复，推动最近经营活动回升。

新业务总量也同样在 7 月份加速增长，增速可观，刷新 2021 年 10 月后最高记录，企业普遍提到需求改善和客户数量增加。企业表示，新增业务量扩张，主要是内需转强所驱动，而新增出口业务量仍连续第七个月下降。

虽然经营活动和新订单持续增加，但企业对用工规模仍保持相对谨慎，7 月份用工数量略有下降。许多企业着力控制成本，在员工自愿离职后没有填补空缺。

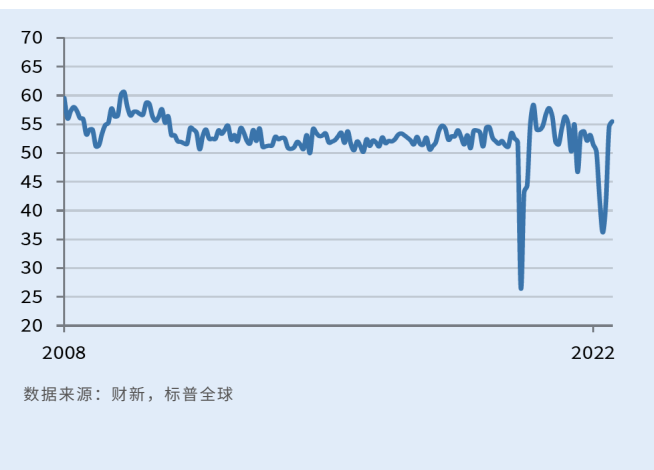
与此同时，企业反映产能压力减轻，从积压工作量重现下降就可见一斑。虽然积压业务的降幅微不足道，但这在一年多以来尚属首次。据普遍反映，防疫限制放松，企业复工复产，积压业务量随之下降。

7 月份，燃料、食品、原料和用工等成本上涨，导致经营费用进一步增加。3 月份后，成本增速首次出现加速，但总体仍算温和。与此同时，中国服务业收费的升幅与前两个月相近，仍保持轻微。

展望未来 12 个月的经营前景，业界在 7 月份心态非常乐观，信心度为 2021 年 11 月后最高。企业预期增产，普遍是因为相信疫情将会充分受控，客户需求将进一步转强。还有企业提到，公司有扩张计划，国家有扶持政策，有助于推动增长。

### 中国通用服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善（经季节性调整）



#### 要点归纳：

经营活动大幅增长，企业销售出现更强劲反弹

业界乐观度创 8 个月新高

投入成本加速上扬

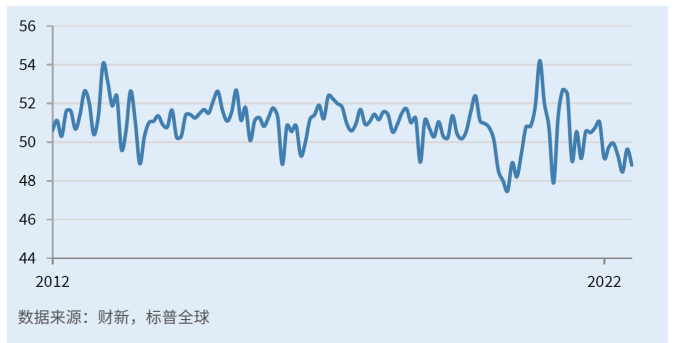
## 新业务指数

>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7月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得55.5，较前月上升1.0个百分点。疫情形势向好，服务业景气度加速修复。

服务业供求回暖。尽管部分服务业企业经营仍受疫情管控措施影响，但此轮疫情对经济的负面影响正在减弱。7月，服务业经营活动指数和新订单指数均位于扩张区间，并分别录得近15个月和近9个月的最高值。外部疫情对外需形成制约，新出口订单指数连续第七个月位于收缩区间。

服务业就业收缩。市场供求回暖未能扭转就业市场收缩势头，出于节约人力开支考虑，企业扩大用工态度偏谨慎。7月，就业指数连续第七个月位于收缩区间，收缩速度较前月有所加快。

服务业价格平稳。部分大宗商品价格下降，食品价格和工资有所上涨，服务业成本端压力总体上略有增加，服务业投入价格指数连续

第25个月位于扩张区间。与此前两月情况类似，服务业收费价格指数仅略高于荣枯线，基本维持稳定。

市场乐观情绪有所加强。经营预期指数录得近八个月以来新高。不过，企业家对未来疫情的反复仍有所担忧。”

# 财新中国通用综合 PMI™

## 7 月份中国企业产出普遍稳健增长

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。

7 月份，综合产出指数（经季节性调整）录得 54.0，虽然较 6 月份的 18 个月高点（55.3）回落，但仍显示中国企业的生产经营活动总量有稳健增长。行业数据显示，在最新一期调查中，服务业经营活动加速增长（55.5），而制造业产量增速明显放缓（52.0），两者此消彼长。

与此同时，新订单总量较上月轻微加速增长，但整体仍维持小幅水平。服务业销售出现可观回升，但制造业新订单量仅见轻微增幅。

制造业与服务业用工数量皆加速下降，导致整体用工规模出现 17 个月来最大降幅。

价格数据显示，当月整体投入成本的涨速为略逾两年来最弱。受制造业销售价格下降所影响，产出价格整体轻微下降。

### 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：

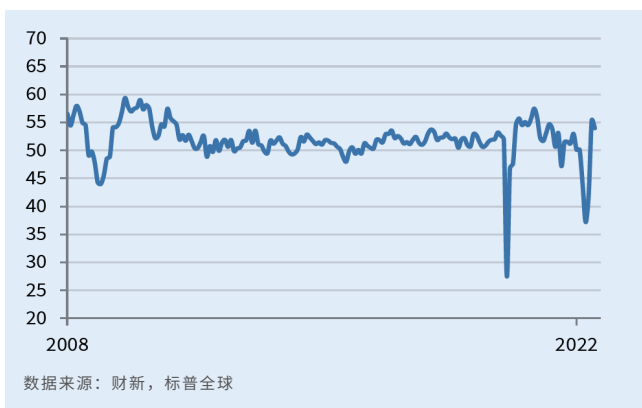
“2022 年 7 月，财新中国综合 PMI 录得 54.0，较前月下降 1.3 个百分点，仍位于扩张区间。供给、需求继续恢复，供给略强于需求，就业依然疲弱，企业投入成本仍在持续增加，市场信心维持稳定。

总体而言，2022 年 7 月，疫情形势的向好和管控措施的放松助力经济景气度持续恢复。此前受疫情影响更大的服务业恢复势头较制造业更为强劲。供给和需求持续改善，供强需弱格局维持；就业市场收缩明显，就业压力大；企业成本端价格稳中有升，收费端价格平稳，企业盈利面临挑战；市场乐观情绪维持，但对经济和疫情前景亦所有担忧。

二季度主要宏观经济指标显示此轮疫情对经济的短期冲击已逐步消退，三季度将是经济修复的重要窗口期。7 月，制造业和服务业景气度连续第二个月改善，但恢复基础尚不牢固。中央已明确不会出台超大规模刺激措施，加快现有政策落地见效是更为务实的选择。此外，就业市场持续承压，低收入群体经济状况持续恶化，加大稳就业力度、提高补助发放和临时救助水平应是施策重点。”

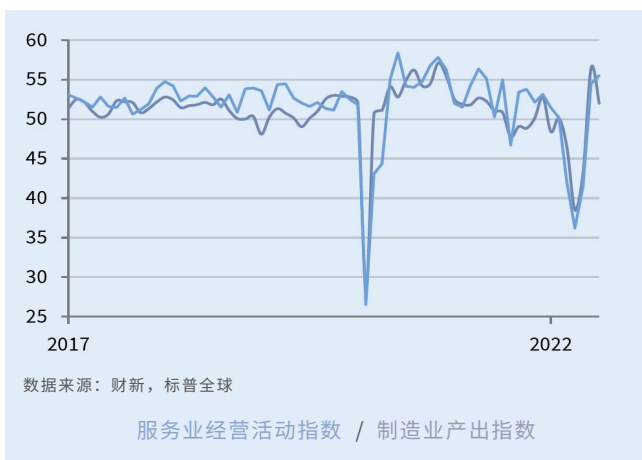
### 中国通用综合产出指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



### 行业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



## 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](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

## 数据收集及展示方法

数据于 2022 年 7 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

<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](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)

## 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](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)

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

PMI™

by S&P Global