

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2022.8

财新中国通用服务业 PMI™

8 月份服务业保持强劲增速

中国服务业经营活动在 8 月份进一步明显增长，继续从最近一轮疫情中复苏。据企业反映，随着市况继续恢复正常，顾客数量回升，整体销售稳健增长，支持了经营活动的扩张。然而，国际市场需求仍然疲弱，8 月份外销继续下降。价格数据显示，投入成本录得 4 个月来最快增速，但服务业收费水平仅见轻微上调。

8 月份，业界信心升至 9 个月来最高。许多企业预期，未来数月，需求和经营活动将进一步复苏。

8 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 55.0，略低于 7 月份（55.5），显示服务业活动增速虽然轻微减弱，但仍然强劲，更创下 2021 年 5 月后次高记录。经营活动扩张，原因普遍是疫情的困扰及限制措施的影响持续消退，顾客需求随之改善，顾客数量回升。

8 月份，新接业务总量的增速虽也略有放缓，但仍保持强劲，创下 2021 年 10 月后次高记录，与长期平均增速大致持平。有迹象显示，驱动新业务量增长的因素继续是内需的转强，而出口销售则进一步下降，并且降幅为 3 个月来最显著，许多企业反映疫情继续影响国际订单。

与今年初以来各月一样，中国服务业用工数量在 8 月份继续下降，但降幅与 7 月相若，仅算轻微。许多受访企业反映，有部分员工因疫情而辞职，还有企业在人员自愿离职后没有补招，导致用工收缩。

顾客需求上升，新接业务量增加，导致 8 月份积压业务量重现上升，虽然升幅轻微，但已有别于 7 月份的微降态势。

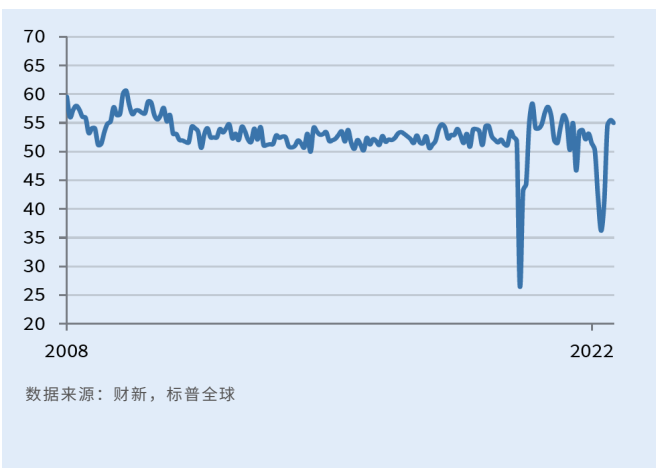
价格方面，8 月份平均投入成本涨幅可观，为 4 个月来最显著。调查样本企业反映，劳动力、原料、食品和市场推广等各项成本皆较上月上升。

8 月份，虽然经营费用涨幅加剧，服务业收费水平仅见轻微上调。据反映，由于仍在继续修复疫情影响，为刺激销售，服务业定价力受到掣肘。

展望未来一年的经营增长前景，中国服务业界继续保持乐观，乐观度更微升至 2021 年 11 月后最高。企业普遍预期，随着疫情完全受控，市况与客户需求将继续改善，有利于公司的扩张计划和新产品发布。

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：

经营活动增速接近 7 月份的 15 个月高点

出口订单加剧下跌，但新订单总量上升

前景乐观度创 2021 年 11 月后新高

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8月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得55.0，较前月下降0.5个百分点。虽然部分地区疫情散发，但服务业总体仍处于此前大规模疫情后的修复过程中，景气度高企。”

服务业供求继续扩张。服务业经营活动指数和新订单指数较前月轻微回落，但仍显著高于荣枯线。尽管也有部分企业反映近期疫情对经营有一定影响，但表示经营活动有所改善的受访企业居多。相比之下，服务业出口受疫情影响较大，新出口订单指数连续第八个月位于收缩区间。

服务业就业继续收缩。部分员工因疫情原因离职，企业填补用工空缺动力仍显不足。8月，就业指数连续第八个月位于收缩区间，收缩速度较前月基本持平。市场需求尚可，服务业企业积压工作有所增多。

服务业价格微涨。服务业企业成本端压力略有增加，原材料价格、

人力成本、食品价格、营销费用均有不同程度增加，服务业投入价格指数连续第26个月位于扩张区间。服务业收费价格指数则略高于荣枯线，企业将成本侧压力部分转移至消费侧。

市场乐观情绪有所加强。经营预期指数续录得近九个月以来新高，企业家对疫情后经济进一步正常化充满信心。”

财新中国通用综合 PMI™

8 月份生产经营活动总量增速减弱

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（经季节性调整）连续第二个月环比下降，从 7 月份的 54.0 降至 53.0，显示中国企业的产出总量有实质增长，但增速为 3 个月来最弱。基本面数据显示，服务业（指数为 55.0）表现继续优于制造业（50.5），但两者皆较 7 月份增速放缓。

8 月份调查数据显示，中国企业新订单总量的增速重现放缓，整体偏低，为 3 个月来最弱。制造业新订单重现收缩，服务业新业务增速稳健（但有轻微放缓），两者消长互抵。

用工整体继续小幅收缩，制造业与服务业用工数量皆温和下降。与此同时，价格数据显示投入成本的综合增速为 27 个月来最低，而销售价格则连续第二个月出现下调。

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：

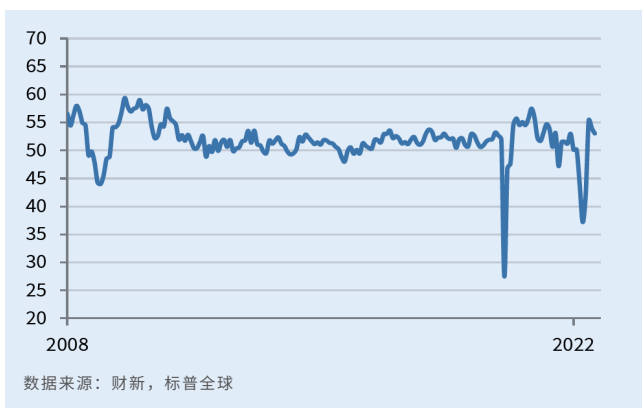
“2022 年 8 月，财新中国综合 PMI 录得 53.0，较前月下降 1.0 个百分点，连续第二个月保持下降，但仍高于荣枯线。供给、需求仍在扩张，增速有所放缓，服务业景气度高于制造业。就业依然疲弱，企业成本略有增加，但投入价格指数录得近 27 个月新低，市场信心维持稳定。”

2022 年 8 月，影响经济的不利因素主要是罕见高温天气和部分地区的散发疫情。总体上看，高温天气影响强于疫情因素，电力紧张对制造业生产制约较大，服务业未受明显影响；大宗商品价格回落对制造业企业成本改善效果明显，服务业企业受益有限。

目前，经济仍在上半年大范围疫情后的修复期，不过经济恢复基础尚不牢固，下行压力依然较大。就业问题仍是关注重点。近期，央行下调了政策利率，引导企业和个人融资成本进一步下行，但货币政策的实施效果还有赖于市场主体对经济未来信心的培育。此外，疫情和灾情等不利影响因素增多，就业市场低迷，消费市场萎缩，对于困难群众和低收入群体的补助救助力度，还需进一步加强。”

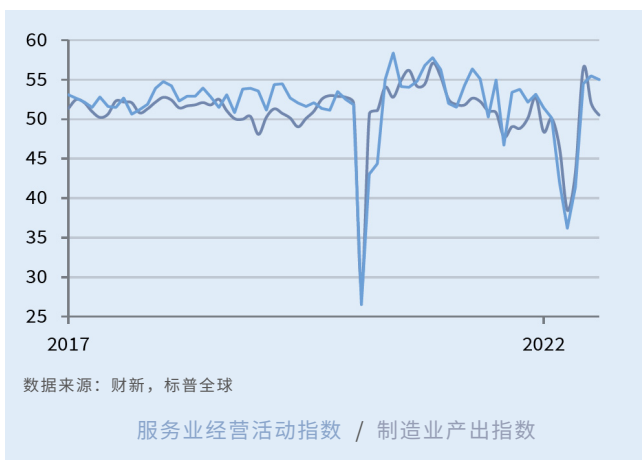
中国通用综合产出指数

>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 8 月 12 - 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

<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

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

PMI™

by S&P Global