

# PMI

财新中国  
通用服务业  
PMI 新闻稿

2023.2

# 财新中国通用服务业 PMI™

## 2 月份经营活动大幅增长

PMI 调查数据显示，中国服务业在 2 月份全面加速复苏，企业经营活动量录得去年 8 月后最强劲增幅。随着防疫限制放开，顾客数量与需求得到提振，企业的新接业务量创下 2021 年 4 月后最强劲增幅，支撑经营活动扩张。新增出口订单也加速增长，创下将近四年最高增速。景气状况改善，带动用工恢复增长，并且增速可观。与此同时，价格压力仍然较轻，企业反映投入成本与销售价格皆涨幅温和。

展望未来 12 个月的经营前景，服务业企业保持高度乐观，整体信心度保持在 1 月份的近期峰值附近。

2 月份，经营活动指数（经季节性调整）从今年初的 52.9 升至 55.0，显示中国服务业活动连续两月环比扩张，不仅创下去年 8 月后最强劲扩张率，并且超过长期均值（53.7）。

企业普遍反映，在最近调查期间，相关防疫措施放开，对经营活动的干扰减少，有助提振经营与需求。

新接业务总量在 2 月份也有可观增长，增速为 2021 年 4 月后最快。调查样本企业普遍反映，防疫措施放宽，为客户需求和客户数量的回升奠定基础。此外，来自海外的新业务量在 2 月份也继续回升，并且创下将近四年最高增速。

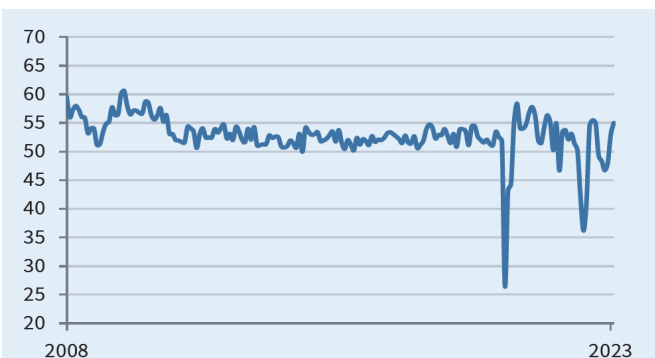
市况改善，新订单增加，促使企业在 4 个月来首次增加用工，并且增速为 2020 年 11 月后最强劲，产能压力因此得到一定程度减轻，积压工作量的增速已放缓至去年 10 月后最轻微。

价格方面，服务业企业反映 2 月份经营成本涨幅温和。关于成本上涨，企业普遍表示原因与用工、原料和办公用品的费用上涨有关。另一方面，服务业企业的收费升幅轻微，与此前 3 个月相近。

2 月份，服务业界的信心度虽然较 1 月份的将近十二年高点轻微回落，但仍保持强劲。企业乐观预期，随着经营状况进一步恢复正常，顾客需求继续复苏，将推动未来数月经营活动增长。

### 中国通用服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，标普全球

#### 要点归纳：

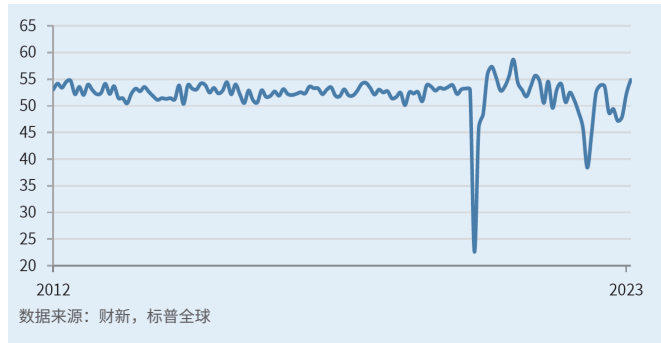
服务业经营活动和新订单进一步激增

用工增速刷新 2020 年 11 月后最高纪录

通胀压力不大

## 新业务指数

>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：

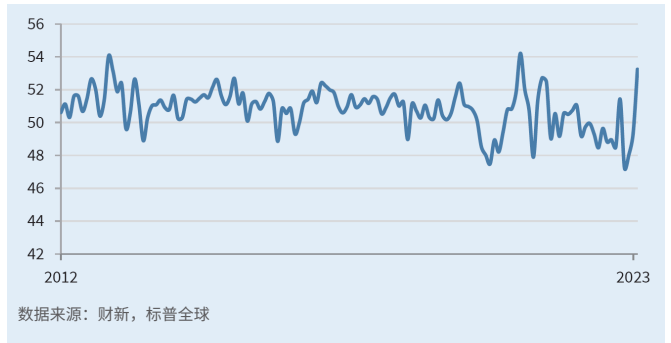
“2023年2月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得55.0，较前月上升2.1个百分点，同时录得2022年9月以来新高。第一波疫情高峰过后，服务业景气度加快恢复。”

服务业供求继续扩张。受益于疫情管控措施的调整，服务业市场供给和需求持续回升，经营活动指数和新订单指数在扩张区间分别上升逾两个百分点。外需同样得以提振，新出口订单指数录得2019年5月以来最高值。

服务业就业开始增加。市场供求改善对于就业拉动作用明显，服务业企业开始逐步扩员，就业指数亦结束了持续三个月的收缩，站上荣枯线，并刷新2020年12月以来新高。

## 就业指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



服务业价格稳定。2月，服务业投入品价格和收费价格小幅上升，不过幅度有限，通胀压力不大。调研中，企业表示原材料、人力、办公用品等方面成本出现了不同程度的上涨，但受制于市场仍处于恢复期的现实，收费端提价空间仍较为有限。

服务业市场乐观情绪继续维持高位。企业家对于疫情管控措施放松后经济景气度的恢复继续充满信心，经营预期指数较前月微降，但仍维持高位。”

# 财新中国通用综合 PMI™

## 综合产出创下 8 个月来最高增速

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。

2 月份，综合产出指数（经季节性调整）从 1 月份的 51.1 升至 54.2，不仅显示中国企业整体业务活动量连续两月环比增长，并且增速可观，为 8 个月来最强劲。月内制造业产出恢复增长，服务业经营活动进一步大幅扩张。

综合新订单总量在 2 月份也有可观增长，创下 2021 年 5 月后最高增速。当中新增出口业务量恢复增长，并且录得 2020 年 11 月后最强劲增速。

月内制造业与服务业用工皆恢复增长，并且创下 27 个月来最高整体增速。投入成本小幅上升，销售价格涨幅轻微。企业信心度与 1 月份持平，为 2013 年 3 月后并列最高。

### 点评

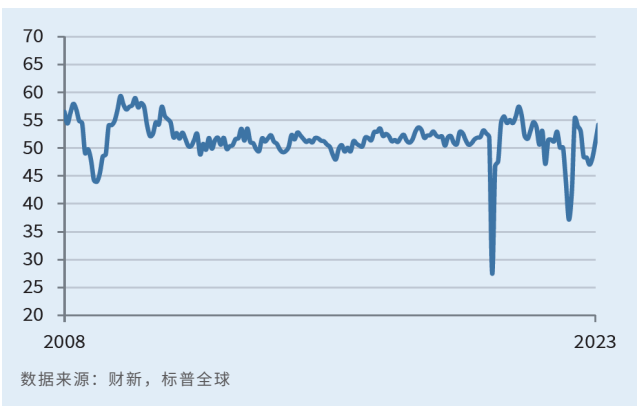
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2023 年 2 月，财新中国综合 PMI 录得 54.2，较前月上升 3.1 个百分点，在扩张区间内保持上升势头。制造业和服务业同步向好，生产、需求（包括外需）、就业悉数扩张，其中服务业显示出比制造业更强的恢复势头。成本端和收费端价格水平保持稳定，企业家乐观情绪高企。”

新冠疫情防控措施优化调整后，新冠感染人数快速“达峰”。疫情“过峰”后，经济开始进入后疫情时代修复期，且服务业恢复较制造业更为强劲。不过，疫情影响重大深远，目前经济恢复基础尚不牢固，社会生产生活秩序完全正常化还尚需时日。中央提出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。收入和预期是消费的基础和前提，未来一段时期，相关政策的制定和落实还应更多着力于增加居民收入和改善市场预期。”

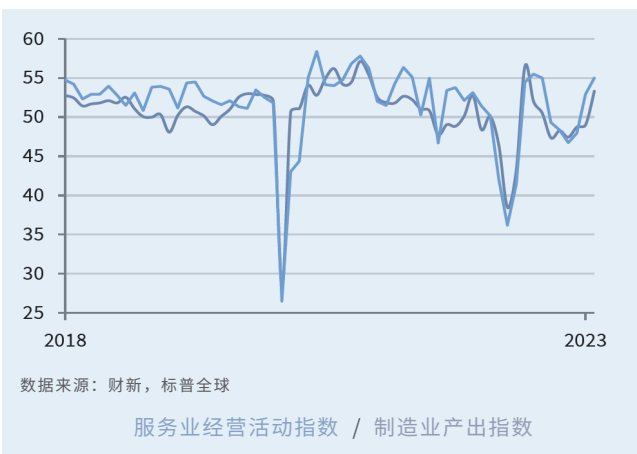
### 中国通用综合产出指数

>50 = 较上月改善（经季节性调整）



### 行业指数

>50 = 较上月改善（经季节性调整）



## 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。本报告数据来自中国大陆，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 2023 年 2 月 10 - 20 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