

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2020.8



财新中国通用服务业 PMI™

8 月份服务业活动稳健增长

8 月份数据显示，中国服务业活动保持稳健增长态势，企业继续疫后复苏。新订单量的增速虽然较 6 月份的近期高点进一步放缓，但也仍保持可观。

经营活动和销售持续增长，促使服务业用工数量在 7 个月来首次恢复扩张，并因此带动投入成本涨幅加剧，转而导致服务业收费价格恢复上升。

8 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 54.0，仅略低于 7 月份的 54.1，显示服务业经营活动在第三季中期进一步稳健增长，增速虽然较 6 月份的近十年高点进一步回落，但行业整体仍连续 4 个月保持增长。该数据说明服务业进一步出现复苏迹象，持续摆脱年初疫情下经营活动大幅收缩的态势。

市况进一步恢复正常，客户数量增加，项目重启，带动新订单量在 8 月份进一步增长。不过，增速虽然仍属稳健，但已放缓至 4 个月来最弱，并且降至长期均值以下。销售增长，主要是内需转强所推动。基本面数据显示，新增出口业务量连续第二个月出现下降。

经营需求上升，促使企业在 8 月份增加用工，增速虽然轻微，但这已是 1 月份后服务业用工首次出现增长。

企业表示 8 月份产能充足，能够处理和完成新增业务量。因此，积压业务量轻微下降，终止了 7 月份的温和增长态势。

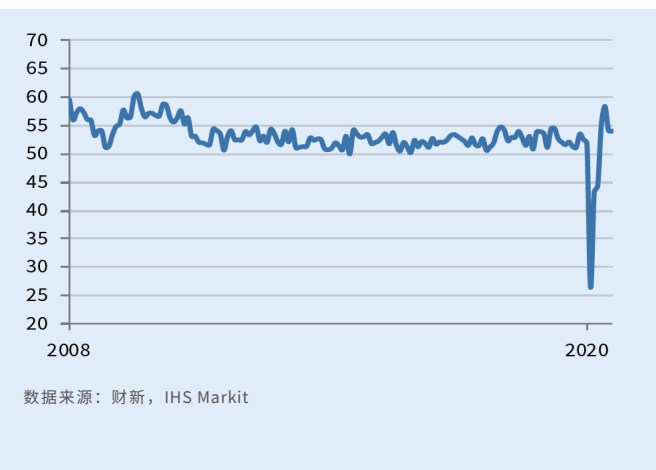
第三季中期，中国服务业经营成本加速上扬，企业反映用工成本与原料价格上升。投入成本的涨幅虽然温和，但已是 3 月份后最强劲记录。

为保护盈利空间，服务业企业在最近调查期内上调了收费价格。加价幅度尚小，但已逆转 7 月份的轻微降价趋势。

8 月份，服务业企业虽然普遍预期未来一年经营活动量会超过当前水平，但整体乐观度降至 3 个月来最低。许多企业预期市况将继续从疫情中复苏，客户需求将会进一步增长。不过，也有部分企业认为未来数月疫情将继续影响其业务运营与销售。

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：

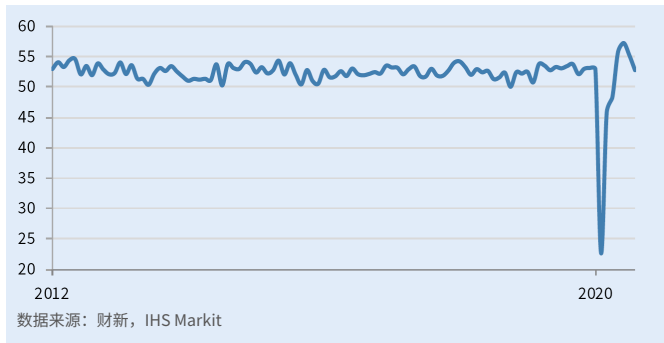
新订单增速进一步放缓，但仍属强劲

用工数量自 1 月份后首次出现扩张

经营成本进一步上扬，收费价格随之上升

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：

“2020年8月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得54.0，与上月（54.1）基本持平。复产复工的持续推进和市场需求正常化仍在推动后疫情时代经济的恢复。

1) 国内服务业供求的同步复苏仍在继续，外需仍有不确定性。服务业经营活动指数和新订单指数连续第四个月保持扩张，扩张速度有所放缓，这也使得服务业积压工作指数当月回到荣枯线以下。海外疫情对外需仍有影响，当月服务业新出口订单仍在收缩区间，对总需求形成拖累。

2) 服务业就业出现好转。服务业供给和需求的持续恢复终对就业产生了正面促进作用，当月就业指数结束了六个月的连续收缩，今年2月以来首次站上荣枯线。更多企业面对日益增多的市场订单，决定扩大用工规模，这也直接推高了服务业企业的成本，叠加原材料价格的稳步上扬，当月服务业投入品价格指数继续在扩张区间上升，并传导至下端，助收费价格指数升至荣枯线之上。

3) 企业家对经济前景仍持正面态度。事实上，自2005年11月有数据记录以来，服务业经营预期指数从未降至荣枯线之下，当月该指数仍位于扩张区间，但显著低于历史均值。部分服务业企业家对于未来一年内经济景气态度存在分歧。”

财新中国通用综合 PMI™

8 月份经营活动总量继续大幅增长

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。

8 月份，综合产出指数从 7 月的 54.5 升至 55.1，显示中国生产经营活动整体大幅扩张，整体扩张率为 2010 年 12 月后次高记录（仅次于今年 6 月）。经济活动回升，主要动力来自制造业，其产出创下 2011 年 1 月后最强劲增速。另一方面，服务业经营活的增速轻微放缓，但仍属稳健。

8 月份，新订单的综合增速放缓至 3 个月来最低，但整体仍属显著。制造业销售增速转强，但被服务业新接业务量增速放缓所大幅抵消。总体用工规模在今年以来首次录得扩张，主要是由于服务业用工恢复增长，制造业用工仅有极微降幅。

投入成本整体继续录得可观升幅，导致产出价格整体出现两年来最强劲升幅。

点评

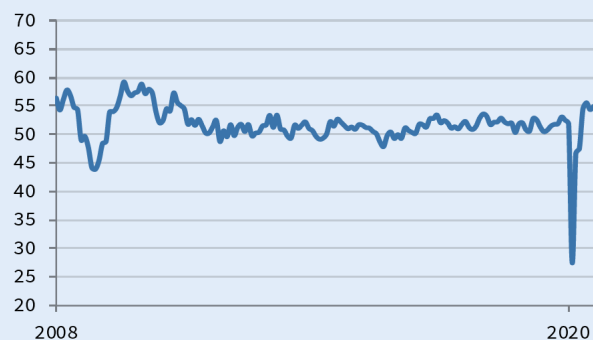
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“得益于制造业景气度的提升和服务业的企稳，2020 年 8 月，财新中国综合 PMI 录得 55.1，继续维持强劲上升势头。尤其值得一提的是，服务业就业七个月来首次扩张，制造业就业亦无限接近荣枯线，综合就业指数今年首次进入扩张区间。企业家的经营预期指数总体亦维持向好态势。”

总体而言，制造业和服务业从疫情中迅速恢复仍是当前经济运行的主基调：供需两旺，在手订单、采购、库存等指标表现强劲，相关价格指数亦保持稳健。过去半年中，外需和就业总体表现低迷，当月服务业就业已开始回暖，制造业就业亦接近拐点。目前海外疫情发展仍有不确定性，或对国内国际双循环的构建仍形成制约。后疫情时代就业的改善需要市场更长期的恢复和企业家更长期的稳定发展预期，在此过程中，相关宏观政策的支持必不可少。”

中国通用综合产出指数

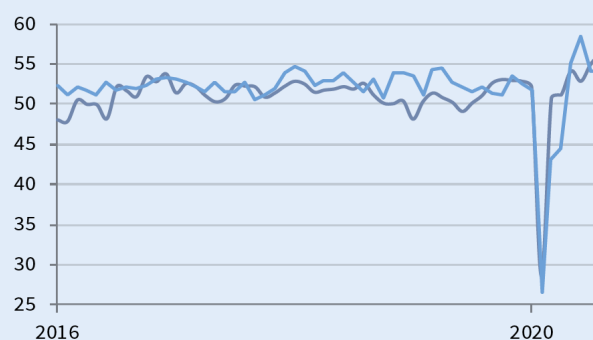
>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，IHS Markit

行业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



数据来源：财新，IHS Markit

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™”通过每月向组成样本库约 400 家服务业企业发出调查问卷，然后由 IHS Markit 根据收集到的回复编制而成。样本企业涉及的行业类别包括消费者服务类（不含零售业）、运输类、信息类、通讯类、金融类、保险类、房地产类和商业服务类。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类在官方 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

8 月份数据于 2020 年 8 月 11 - 19 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

财新传媒是提供财经新闻及资讯服务的全媒体集团，依托专业的团队和强大的原创新闻优势，以网站、移动端、期刊、视频、图书、会议等多层次的业务平台，为中国最具影响力的受众群，提供准确、全面、深入的财经新闻产品。财新智库是财新传媒通过孵化另行建立的高端金融资讯服务平台，旨在通过发展金融数据业务，壮大宏观经济研究队伍，服务于智库业务客户。

详细信息，敬请浏览 www.caixin.com 和 www.caixinglobal.com。

关于 IHS Markit

IHS Markit (NYSE: INFO) 是世界首屈一指的资讯服务公司，专注全球经济发展中的主要产业与市场，提供与之相关的关键资讯、分析和方案。公司为商界、金融界、政府机关制订新时代的资讯、分析和方案服务，致力提高客户的运作效率，并提供精辟深入的独到见解，以利客户在掌握充分资讯的基础上作出可靠决策。IHS Markit 拥有逾 50,000 家企业及政府客户，包括 80% 财富世界五百强，以及全球顶尖的金融机构。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其关联公司的注册商标。所有其他公司及产品商标，皆归属其相应拥有者。© 2020 IHS Markit Ltd 版权所有。

声明

本报告内有关数据之知识产权属 IHS Markit 及/或其关联公司所有或获许使用。未经 IHS Markit 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，IHS Markit 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，IHS Markit 概不负责。IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其关联公司的注册商标。

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高级总监
电话: +86-10-8590-5204
lingma@caixin.com

Annabel Fiddes
IHS Markit 副总监
电话: +44 1491 461 010
annabel.fiddes@ihsmarkit.com

Bernard Aw
IHS Markit 首席经济师
电话: +65 6922 4226
bernard.aw@ihsmarkit.com

Katherine Smith
IHS Markit 公关部
电话: +1-781-301-9311
katherine.smith@ihsmarkit.com