

# PMI

财新中国  
通用服务业  
PMI 新闻稿

2021.9

# 财新中国通用服务业 PMI™

## 9 月份服务业恢复增长

9 月份 PMI 数据显示，中国服务业新接业务量与产出恢复增长，并且增速强劲。据企业反映，最近国内新冠病例数量回落，市况得到提振。不过，新增出口业务量微降，企业反映疫情持续，外需仍然低迷。

与此同时，企业对未来 12 个月前景的信心改善，用工规模出现轻微扩张。然而，通胀压力有加剧迹象，投入成本与销售价格较 8 月份皆加速上扬。

9 月份，经营活动指数（经季节性调整）从 8 月份的 46.7 回升至 53.4，显示服务业活动恢复增长，并且增速明显。除却 8 月份出现收缩，服务业经营活动自去年 5 月以来每月都有增长。

第三季末，促进服务业向好的因素是新业务总量增长强劲。企业普遍提到，新冠疫情改善，市况回暖，顾客数量增加，带动销售恢复增长。不过，9 月份外需轻微收缩，打破前两月出口大致持平的状态。

9 月份，新接业务量增加，加上企业有计划提升产能，用工规模因此恢复扩张，扩张率虽然轻微，但已是 5 月后最强劲。

与此同时，产能压力相对温和。工作积压率放缓至 3 个月来最低，整体仅算轻微。部分调查样本企业表示，新订单增加，导致积压工作量上升；另外一些企业则反映，随着疫情干扰减缓，效率得到改善。

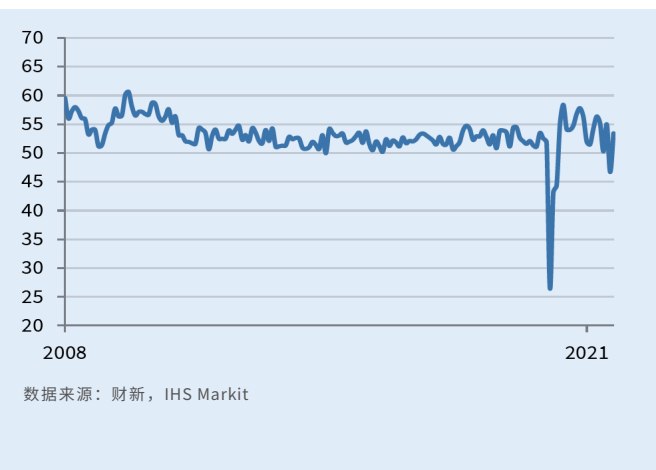
9 月份，据报因用工成本、运输费用和原料价格的上升，平均投入成本继续上扬，并且整体涨速明显，较 8 月份加剧。

企业成本上涨的压力，部分被传导至顾客，服务业平均收费价格小幅上扬，打破 8 月轻微回落态势，重现回升。

9 月份，对全球疫情受控、市况与客户需求好转的预期，支撑了服务业界对未来 12 个月经营前景的信心。业界的乐观预期还与新产品开发和公司扩张计划有关。当月乐观度较 8 月份回升，但相比该项调查开展将近 16 年来的长期均值，则仍然偏低。

### 中国通用服务业经营活动指数

>50 = 较上月改善（经季节性调整）



#### 要点归纳：

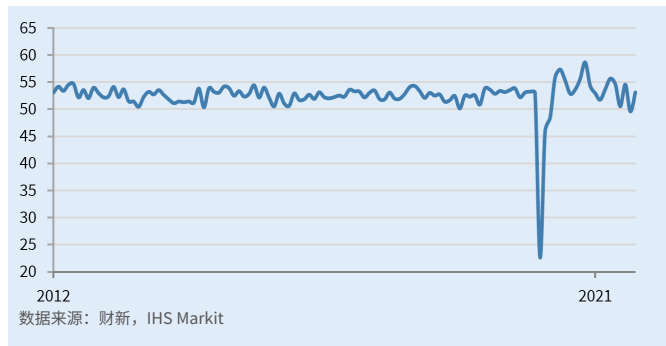
经营活动与销售增长明显

用工轻微扩张

通胀压力加剧

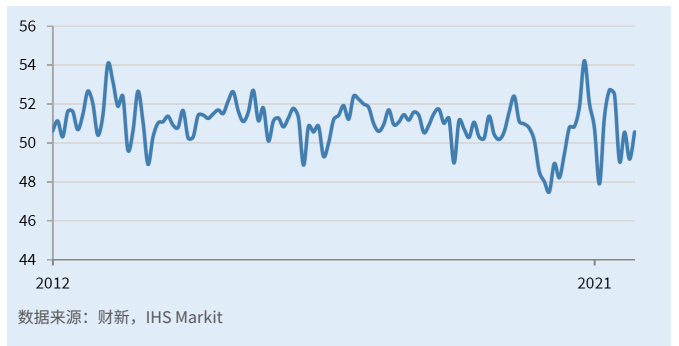
## 新业务指数

>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：

“2021年9月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得53.4，较前月上升6.7个百分点。此前对服务业产生较大负面影响的江苏疫情得到控制，9月服务业景气度回升。”

服务业供给、需求双双恢复。新冠疫情仍局部散发，但对服务业影响有所减弱，供求快速恢复。9月，服务业经营活动指数和新订单指数双双回到荣枯线之上。海外疫情又起，服务业出口走弱，新出口订单指数录得近七个月以来的最低值。

服务业就业回暖。随着市场供求的同步改善，服务业就业好转，就业指数重回扩张区间。市场景气度回升致服务业积压工作继续增加，但增速边际放缓。

服务业价格继续上升。服务业投入价格连续十五个月保持上涨，9月，成本增速又有所上行。背后原因依然是劳动力成本、运费、原

材料价格的同步上涨。与制造业情况类似，由于市场需求尚可，成本端压力部分传导至下游，服务业收费价格指数再回扩张区间。

市场情绪依旧保持乐观。企业对于疫情持续得到有效控制信心较强，服务业经营预期指数在扩张区间内有所上升，但仍略低于该指数长期均值。”

# 财新中国通用综合 PMI™

## 9 月份中国生产经营活动整体小幅扩张

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。

9 月份，综合产出指数从 8 月份的 47.2 升至 51.4，显示中国生产经营活动总量恢复扩张，这是最近 17 个月来的第十六次扩张记录，惟整体扩张率尚小，低于长期均值。分类数据显示，当月整体产出回升，主要得益于服务业恢复增长，制造业产出则有轻微收缩。

9 月份数据还显示，新订单总量也恢复增长，服务业销售增长明显，而制造业新订单量仅有微增。不过，当月新增出口业务总量出现轻微收缩。

9 月份，用工总量仅小幅下降。与此同时，价格数据显示整体投入成本与产出价格皆大幅加速上扬。

### 点评

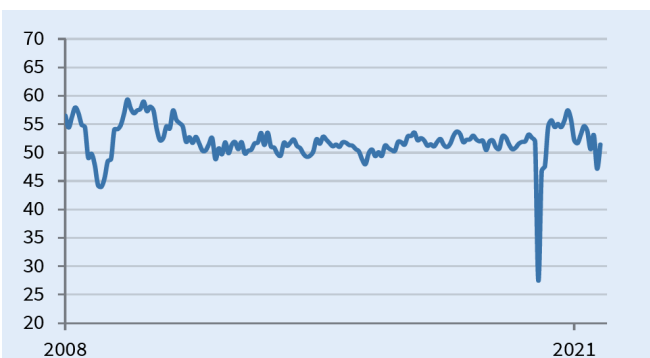
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2021 年 9 月，财新中国综合 PMI 录得 51.4，较前月上升 4.2 个百分点。市场供给和需求同步恢复，服务业明显强于制造业；外需疲弱，海外疫情影响持续；就业基本保持稳定；价格指数依然高企，通胀压力不容忽视。

总体而言，由于 9 月份疫情严重程度弱于 8 月，服务业从此前低点快速反弹。对比之下，制造业景气度恢复程度较为有限，经济下行压力依然较大。一方面，新冠疫情对于制造业需求、供给、流通的影响还在持续，海外疫情和运力紧张致外需拖累总需求，疫情管控对于物流的阻断依旧明显，内需有所分化，中间品和投资品需求较好，消费品需求疲弱，折射出消费者购买力的不足。另一方面，供给约束凸显，原材料价格持续高企，限产措施亦对于生产形成制约，进而挤压了就业，并最终弱化了需求。服务业情况略好，但服务业投入和收费价格加速上涨，通胀亦是隐忧。有鉴于此，未来数月政策重点应围绕完善疫情防控和缓解供给侧压力，在促进就业、维持原材料价格稳定、保障供给平稳有序、能耗双控达标等多目标中寻找平衡点。”

### 中国通用综合产出指数

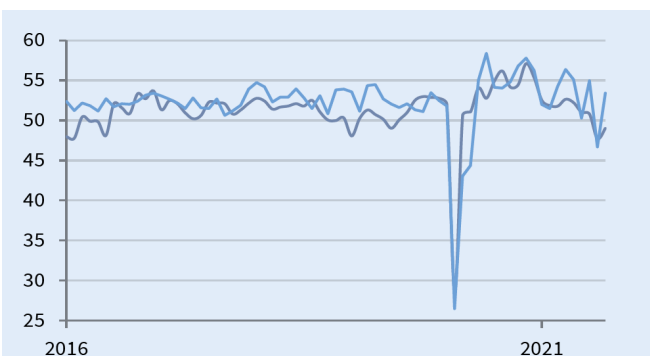
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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™”由 IHS Markit 根据样本库内约 400 家国有、私营服务业企业的采购经理人填写的调查问卷编制而成。样本库根据行业对中国国内生产总值 (GDP) 的贡献, 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 2021 年 9 月 13 - 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](http://www.caixin.com) 和 [www.caixinglobal.com](http://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, 专注环 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。© 2021 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](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

IHS Markit 经济部副总监

电话: +44 1491 461 010

[annabel.fiddes@ihsmarkit.com](mailto:annabel.fiddes@ihsmarkit.com)

Joanna Vickers

IHS Markit 企业传讯部

电话: +44 207 260 2234

[joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)