

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2021.3

财新中国通用服务业 PMI™

3 月份服务业活动稳健增长

3 月份，中国服务业扩张步伐增强，企业的经营活动与整体销售皆录得 3 个月来最显著增幅。调查样本企业普遍表示增长动力来自疫后市况的进一步复苏，提振了新项目与顾客数量。另一方面，新订单增长，加剧了产能压力，积压业务量在 5 个月来首次出现上升，企业因此相应增加用工。价格数据显示，投入成本与产出价格皆有可观升幅。

对于未来 12 个月的业务前景，业界乐观度升至逾十年来最高点，企业预期疫情过后会有强劲复苏。

3 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 54.3，超过 2 月份（51.5），显示中国服务业活动稳健增长，增速为 3 个月来最显著，并且略超长期均值。

服务业企业新接业务总量进一步增长，3 月份新订单也录得 3 个月来最显著增速，为经营活动带来更强劲的扩张动力。新增出口业务轻微下降，说明增长动力主要源于内需转强。部分企业反映，疫情继续抑制海外新订单。

新增业务量上升，导致产能压力重新抬头，积压业务量在 5 个月来首次录得增长，惟积压率尚算轻微。为扩张产能和处理订单，服务业企业在 3 月份增加了用工规模，增幅虽然尚小，但已扭转了 2 月份的轻微下降趋势。

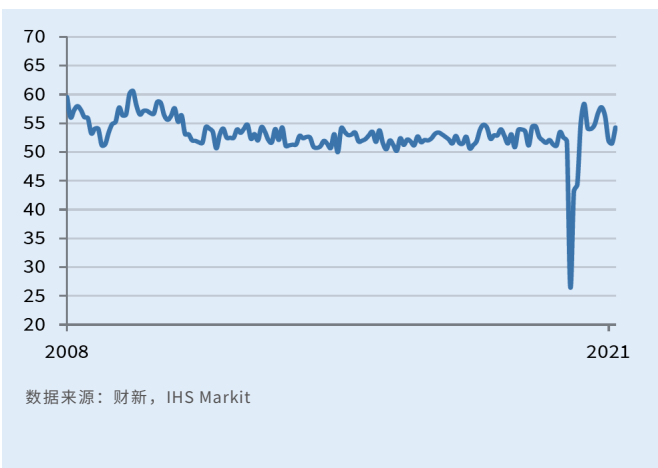
3 月份，中国服务业平均经营成本连续第九个月上扬，成本增幅虽然可观，但已放缓至去年 9 月后最轻微。企业提及一系列导致最近成本上扬的因素，包括原料涨价和用工成本攀升。

为减轻盈利压力，中国服务业企业在第一季末继续上调收费价格，加价幅度可观，为今年以来最显著。

3 月份，企业信心度明显改善，刷新 2011 年 2 月后最高记录。企业预期未来一年经营活动将会增长，原因普遍是相信疫情一旦结束，市场需求将会进一步复苏。同时也有企业提到，新产品投资和公司扩张计划也会提振经营活动。

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：

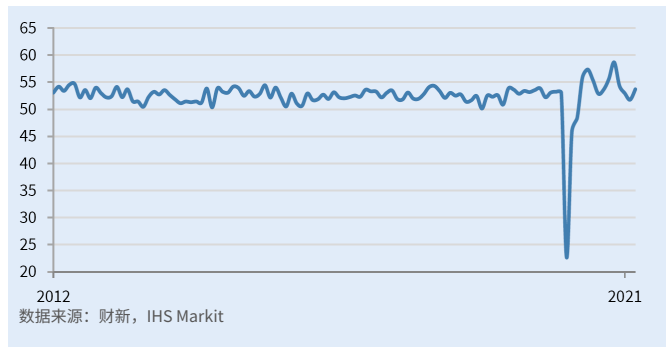
经营活动与销售皆加速增长

用工恢复扩张

企业憧憬疫后复苏，信心度创下逾十年新高

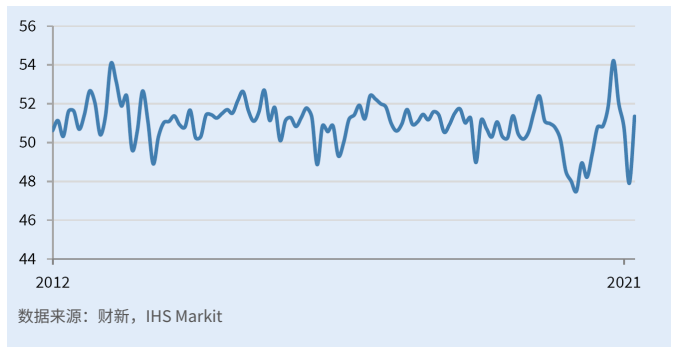
新业务指数

>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：

“2021年3月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得54.3，连续十一个月位于扩张区间，并且结束了此前三个月的下降趋势。当月财新服务业PMI较上月大幅上升2.8个百分点。”

1) 服务业供给、需求连续十一个月保持扩张，扩张速度较此前两个月大幅反弹。秋冬季局部疫情基本告一段落，服务业景气度迅速恢复，供求同步上行。相比旺盛的内需，外需仍有待改善，当月服务业新出口订单指数连续第二个月低于荣枯线，但收缩程度有限。

2) 随着市场向好，服务业就业明显改善。服务业就业指数较前月大幅攀升逾三个百分点，重回扩张区间。尽管如此，用工数量的增加仍不足以消化不断涌入的新订单，当月服务业积压工作量有小幅增加。

3) 服务业价格指数仍居高位，通胀压力加大。原材料价格的上涨、人力成本的增加、以及能源价格的攀升，助推服务业投入价格指数连续九个月位于扩张区间。受成本推动影响，服务业收费价格指数亦连续第八个月高于荣枯线，通胀压力持续增加。

4) 服务业企业家对未来经济恢复和疫情控制信心度极高。当月服务业经营预期指数录得2011年3月以来的新高。”

财新中国通用综合 PMI™

中国经济活动录得3个月来最快增速

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。

3 月份，综合产出指数录得 53.1，超过 2 月份 (51.7)，显示中国整体生产经营活动稳健增长，增速为今年以来最强劲。本月增长主要得益于服务业增速加强，而制造业扩张率较 2 月份略有放缓。

中国企业的新一订单总量在 3 月份也加速增长，原因之一是出口销售恢复扩张。与此同时，综合用工量轻微上升，终止了 2 月份的温和下降态势。另一方面，综合投入成本与产出价格皆大幅上扬，后者更创下 2016 年 11 月后最快涨速。

展望未来一年，企业的整体信心度升至八年来最高，企业乐观相信市况将会继续疫后复苏。

点评

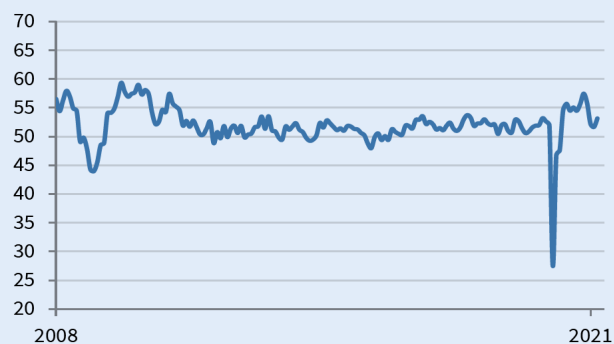
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2021 年 3 月，财新中国综合 PMI 录得 53.1，较前月上升 1.4 个百分点。制造业和服务业继续恢复，服务业景气度恢复速度较制造业更快；综合就业指数有所改善，服务业就业形势更优；受调查企业对未来一年经济前景保持乐观。但当月综合投入和产出价格指数均继续位于高位，通胀压力加大。

总体而言，新冠疫情后经济的复苏仍在持续，制造业和服务业供求均位于扩张区间，但受秋冬局部疫情结束因素影响，两者边际改善速度有所分化：制造业恢复速度连续第四个月下降，服务业则强劲反弹。受此影响，服务业就业当月大幅改善，制造业就业市场则明显承压。通胀仍是未来关注的重点，制造业、服务业成本端和收费端价格指数已连升数月，通胀压力不断凸显，制约了未来政策的腾挪空间，不利于后疫情时期经济的持续恢复。”

中国通用综合产出指数

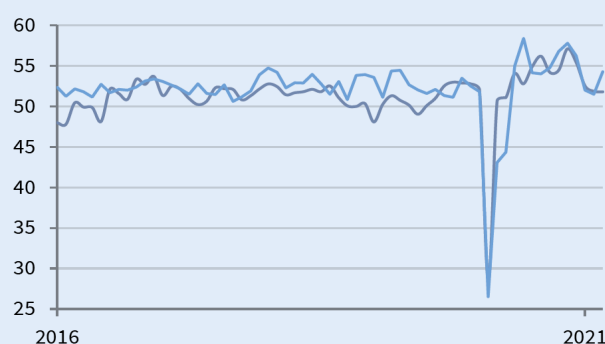
>50 = 较上月改善 (经季节调整)



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。

数据收集及展示方法

数据于 2021 年 3 月 12 - 23 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。

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。© 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

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 经济部副总监
电话: +44 1491 461 010
annabel.fiddes@ihsmarkit.com

Joanna Vickers
IHS Markit 企业传讯部
电话: +44 207 260 2234
joanna.vickers@ihsmarkit.com