

PMI

财新中国
通用服务业
PMI 新闻稿

2021.5

财新中国通用服务业 PMI™

5 月份服务业活动继续大幅扩张

5 月份数据显示，中国服务业继续表现强劲。经营活动与新订单的增长势头虽然较 4 月份有所放缓，但绝对增速仍保持显著水平，企业也继续增加用工。不过，最新调查显示投入成本大幅加速上扬，导致服务业价格的涨幅也在加剧。对于未来一年的经营前景，企业的整体信心度虽然微降至 4 个月来最低，但仍保持强烈乐观。

5 月份，经营活动指数（经季节性调整）录得 55.1，较 4 月份的 4 个月高点（56.3）有所下滑，但仍然稳超 50.0 临界值，显示服务业活动有明显扩张。至此，服务业活动已连续 13 个月录得扩张。

当月支撑经营活动扩张的因素是销售持续增长。与经营活动的趋势一样，销售增速也不及 4 月份，但仍属显著。据调查样本企业反映，中国成功遏制新冠疫情，客户需求得以继续复苏；同时，还有企业提到新产品问世，促进了销售。然而，疫情在全球其他地区卷土重来，使新增出口业务受挫，过去 4 个月内，第三次录得下降（惟降幅尚属轻微）。

中国服务业用工连续第三个月保持扩张，许多企业因销售增长而增加用工。不过，当月用工增速较上月略有放缓。

与此同时，积压工作量出现回升。企业普遍反映，新订单增长，带来产能压力。当月工作积压率虽小，但已是逾一年来最显著。

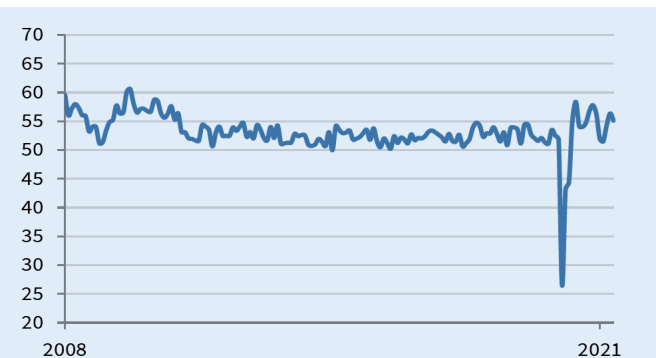
5 月份，中国服务业的成本压力继续加剧，据报原料、能源、用工和运输等费用皆有上扬，并且涨幅显著，刷新去年 11 月后最高记录。

为缓解盈利压力，服务业企业在 5 月份继续上调收费水平，加价幅度明显，为今年以来最显著。

第二季度中期，服务业企业对未来 12 个月的经营前景保持强烈乐观，业界的信心普遍与对海内外需求预期转强，以及新品发布有关。不过，有企业担心全球经济未知何时才能从疫情中恢复，整体乐观度因此降至 4 个月低点。

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，IHS Markit

要点归纳：

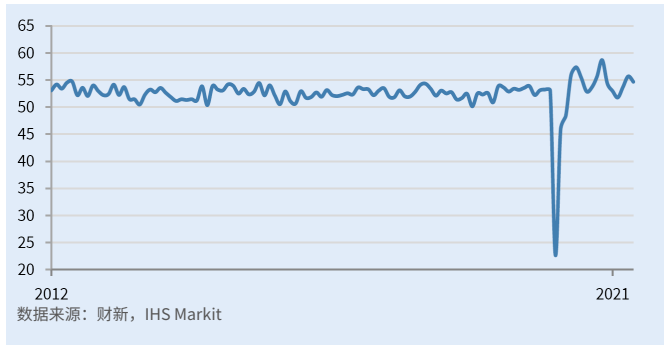
经营活动与新订单增速放缓，但仍属显著

用工小幅扩张

成本压力继续加剧

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：

“2021年5月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得55.1，较前月下降1.2个百分点，连续第十三个月位于扩张区间。服务业景气度依然较高。”

服务业供给、需求连续十三个月保持扩张。当月供求扩张速度较前月略有放缓，但仍位于高景气区间。外需则由升转降，新出口订单指数重新降至荣枯线下，受访企业表示海外疫情负面影响仍不可忽视。

服务业就业继续改善。市场供求两旺，就业稳步增加。当月服务业就业指数较前月微降，仍高于荣枯线，该指数在过去十个月中的九个月保持扩张，服务业就业在后疫情时代持续修复。但就业的扩张仍不足以应对需求的增加，当月服务业积压工作指数升至扩张区间。

就业指数

>50 = 较上月增长（经季节调整）



服务业价格继续上升，通胀压力巨大。服务业投入价格指数和收费价格指数双双升至年内高点，前者升幅更大。受访企业反映，投入价格的上涨归因于原材料价格、能源价格、人力成本、运输成本的全面上涨，收费价格随之水涨船高。当然收费端价格上涨也有赖于需求的高热度。

市场乐观情绪持续。当月服务业经营预期指数大幅高于荣枯线，服务业企业家对未来经济恢复信心较强。也有部分受访者对海外疫情控制心存疑虑。”

财新中国通用综合 PMI™

中国生产经营活动总量强劲增长

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。

5 月份，综合产出指数录得 53.8，低于 4 月份（54.7），显示中国生产经营活动总量扩张幅度放缓。不过，当月扩张率仍属稳健，高于长期均值（52.6）。服务业产出扩张率继续领先制造业，两者当月增速皆较 4 月份放缓。

新订单总量在 5 月份也稳健增长，增速与上月基本持平，制造业增速上升，但很大程度上被服务业增速放缓所抵消。

用工总量连续第三个月保持增长，但增速偏低。与此同时，价格数据显示综合投入成本创下 2016 年 12 月后最显著升幅，产出价格的涨幅因此刷新 2011 年 2 月后最高记录。

点评

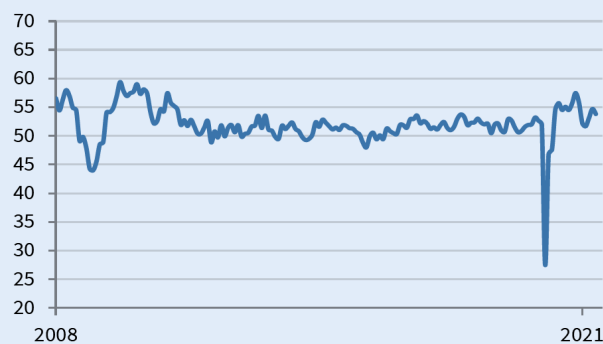
财新智库高级经济学家王喆博士评论中国通用综合 PMI 数据时表示：

“2021 年 5 月，财新中国综合 PMI 录得 53.8，虽较前月下降 0.9 个百分点，但仍维持强势。供给、需求、外需、就业悉数位于扩张区间，企业对未来一年经济前景信心充足。当月综合投入和产出价格指数在高位继续上升，通胀压力极大。

总体而言，制造业和服务业的扩张势能依然较强，市场供求两侧继续同步扩张，外需总体向好，服务业出口受海外疫情影响更为直接，就业市场继续改善，服务业的恢复势头较制造业更强，企业家对经济前景持乐观态度。通胀问题仍是关注重点，当月制造业和服务业的成本端和收费端价格指数悉数上涨。5 月 12 日、19 日国常会两次提及大宗商品价格上涨问题，部署大宗商品保供稳价工作，保持经济平稳运行。一方面，价格向下的传导效应已经显现，通胀压力会制约货币政策空间，不利于经济恢复；另一方面，面对原材料价格上涨，部分企业开始囤货，部分企业则面临原材料短缺的困境，供应链亦受到明显影响。”

中国通用综合产出指数

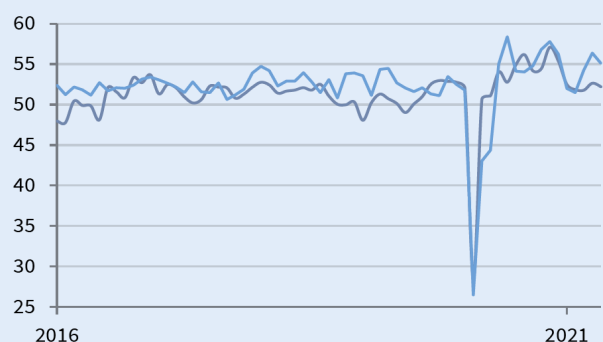
>50 = 较上月改善（经季节调整）



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 5 月 12 - 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、准确而独占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