

# PMI

财新中国  
通用服务业  
PMI 新闻稿

2022.4

# 财新中国通用服务业 PMI™

## 4 月份服务业活动收缩率加剧

4 月份，中国疫情防控收紧，导致服务业经营和整体销售加速收缩，经营活动与新订单的收缩率皆创下 2005 年 11 月本项调查开始以来的次高记录（仅次于 2020 年 2 月疫情首次爆发时）。月内虽然投入成本涨幅可观，服务业企业为吸引新订单反而再现降价。

可喜的是，业界信心较前月略有改善，许多企业预期防疫措施一旦放松，经营活动量将会回升。4 月份服务业用工数量降幅仅算轻微。

4 月份，经营活动指数（经季节性调整）从 3 月份的 42.0 下滑至 36.2，显示服务业活动连续第二个月陷入收缩，并且创下本项调查历史次高收缩率（仅次于 2020 年 2 月）。至于原因，企业普遍反映防疫措施收紧，经营活动受限。

第二季初，防疫措施升级，封控管理和出行限制，严重影响到服务业的客户需求。企业的新接业务总量录得调查历史次高降幅（仅次于 2020 年 2 月），新增出口订单量也创下两年来最大收缩率。

4 月份，虽然经营活动量下降，需求减弱，业界对经营前景的信心仍略有改善。企业预期防疫限制一旦放松，需求将会强劲反弹，经营活动会有增长。不过，也有企业忧虑疫情何时才能完全受控，经营何时才能恢复正常。

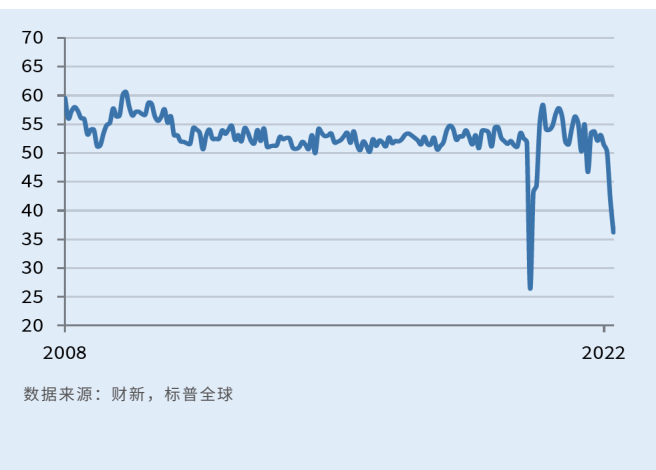
服务业用工也相对保持韧性，许多企业表示 4 月份用工仅轻微收缩。最近 4 个月以来，用工数量持续微降。防疫措施升级，也导致企业经营受限，积压业务量进一步增加，但当月积压率仅算轻微，较 3 月份放缓。

4 月份，服务业企业表示平均投入成本涨幅放缓，但仍然可观。据调查样本企业反映，原料、燃料和防疫措施等成本和支出上升，导致最近经营成本增加。

服务业收费水平则在 8 个月来首次出现下降，降幅虽小，但已是 2020 年 5 月后最显著。许多企业表示，鉴于需求疲弱，所以降价以吸引新业务。

### 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：

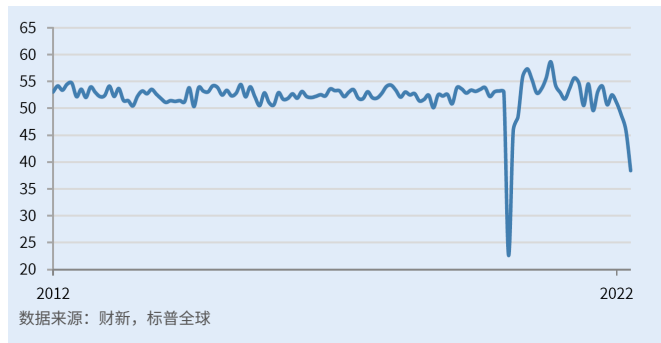
防疫措施收紧，服务业产出录得逾两年最大降幅

新增业务量加速下降

用工量轻微收缩

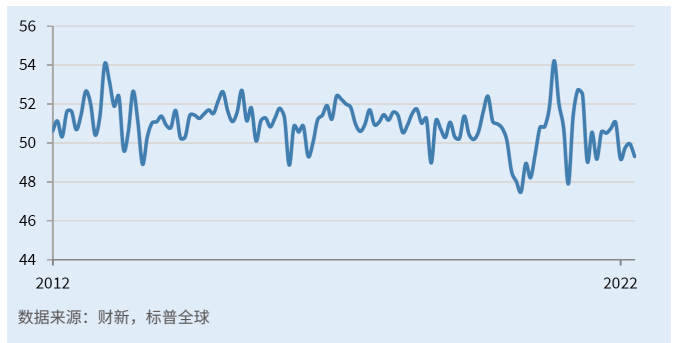
## 新业务指数

>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：

“2022年4月，财新中国通用服务业经营活动指数（服务业PMI）录得36.2，较前月大幅下降5.8个百分点，续创2020年3月以来新低。新一轮新冠疫情重创中国服务业。

服务业供求严重收缩。局部新冠疫情持续，服务业供求两侧同步受限，服务业经营活动指数和新订单指数均录得2020年3月以来新低。疫情期间旅行受限抑制外需，新出口订单指数录得2020年5月以来的新低。

服务业就业继续下降。服务业就业指数连续第四个月低于荣枯线，不过相较于服务业供给和需求的收缩幅度，就业降幅有限。部分企业受疫情期间订单减少影响，通过裁员降低成本。受疫情影响，服务业积压工作也有所增加。

服务业投入和收费价格一升一降。服务业投入价格指数略有下降，不过仍在扩张区间，显示服务业企业成本压力依然巨大，能源和原材料价格仍在高位，疫情防控措施亦增加了企业运营成本。市场需求不振，服务业企业只能调低收费价格，这是2021年9月以来服务业收费价格指数首次落入收缩区间。

市场乐观情绪尚可。尽管局部地区疫情尚未结束，企业家依然对疫情得到控制充满信心，但部分受访者担忧疫情管控持续时间过长。”

# 财新中国通用综合 PMI™

## 4 月份中国企业活动总量加速下滑

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。

4 月份，综合产出指数（经季节性调整）从 3 月份的 43.9 降至 37.2，显示中国企业的生产经营活动总量连续第二个月陷入收缩，并且收缩率创下本项调查历史次高记录（仅次于 2020 年 2 月）。服务业产出的收缩率略大于制造业，但两者皆较 3 月份大幅加剧。

新增业务总量亦同样创下历史第二大降幅。4 月份，制造业与服务业的新业务量降幅皆处于历史显著水平，新出口订单总量亦急剧收缩。值得安慰的是，就业收缩率轻微，两大行业用工降幅皆属轻微。价格数据显示，整体投入成本的涨幅较 3 月份轻微放缓，但总体仍属显著。综合销售价格自 2020 年 5 月后首次出现下降，但降幅轻微。

### 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：

“2022 年 4 月，财新中国综合 PMI 录得 37.2，较前月大幅下降 6.7 个百分点。受疫情影响，制造业、服务业供求指数均降至 2020 年 3 月以来的最低值，服务业受影响更大。外需依然疲弱，就业略有下降，企业成本持续上升。

总体而言，2022 年 4 月，局部疫情持续，制造业、服务业景气度亦持续转弱，服务业收缩更甚。市场需求承压，外需恶化，供给收缩，供应链受阻，物流时间延长，积压工作增加，工人返岗困难，通胀压力持续，市场乐观情绪低于长期平均水平。4 月以来，上海市等地局部疫情形势依然严峻，对于企业生产和群众生活的影响依然存在，物流不畅通尤其成为痛点。目前政策层面最为紧迫的工作是坚持“动态清零”既定方针不动摇的前提下，优化人员和物资流动，着力稳定产业链供应链。此外，对于受疫情影响较大的行业企业，应加大扶持力度，稳定市场预期。疫情之下，众多企业员工、灵活就业人员、低收入群体收入下降、生活困难，政策层面应予以补贴。”

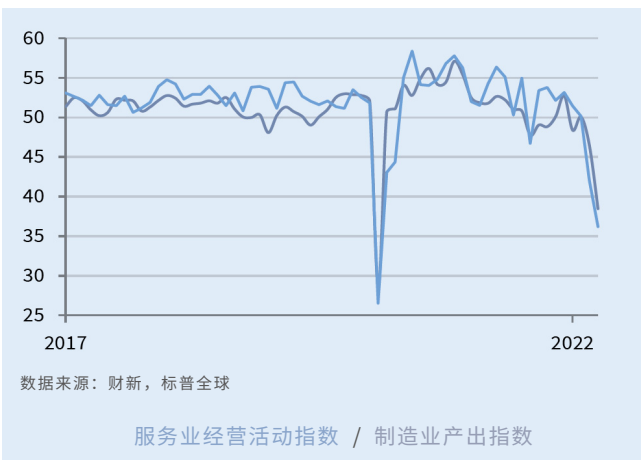
### 中国通用综合产出指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



### 行业指数

>50 = 较上月改善（经季节调整）



## 调查方法

“财新中国通用服务业 PMI™”通过每月向样本库内约 400 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均采用扩散指数方式，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 2022 年 4 月 11 - 21 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

标普全球经济研究部副总监

电话: +44 1491 461 010

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

Joanna Vickers

标普全球企业传讯部

电话: +44 207 260 2234

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

PMI™

by S&P Global