

# RatingDog 中国通用服务业 PMI®

## 12月服务业活动小幅扩张

### 2025 年 12 月

#### 经营活动与销售的增速皆为 6 个月最低

#### 用工持续收缩

#### 销售价格 3 个月来第二次下降

最新 PMI® 数据显示, 在 2025 年最后一个月, 中国服务业保持扩张。不过, 无论新订单还是经营活动, 其增速皆为 6 月份后最低。新出口业务重陷收缩, 拖累整体销售增速放缓。企业继续减少用工, 导致积压业务量轻微上升。同时, 市场竞争激烈, 即使投入成本继续上扬, 但销售价格仍重返下降区间。不过, 对于未来一年的经营前景, 企业乐观度改善, 升至 9 个月来最高。

2025 年 12 月, 标题的 RatingDog 中国通用服务业经营活动指数录得 52.0, 略低于 11 月份 (52.1)。最新指数值仍高于 50.0 分界线, 显示中国服务业活动保持扩张, 当前此轮扩张期也因此延续至三年。不过, 当月扩张率为最近 6 个月来最弱, 整体偏低。

新业务量增加, 支撑服务业活动持续扩张。据调查样本企业反映, 推广促销活动, 引来顾客兴趣增长, 支撑最近销售上升。不过, 由于新出口业务量下降, 新订单整体增速为 6 个月来最弱。据报 12 月游客数量减少, 来自海外的新业务量随之收缩, 收缩率虽然轻微, 但与 11 月份海外销售增长态势已截然不同。

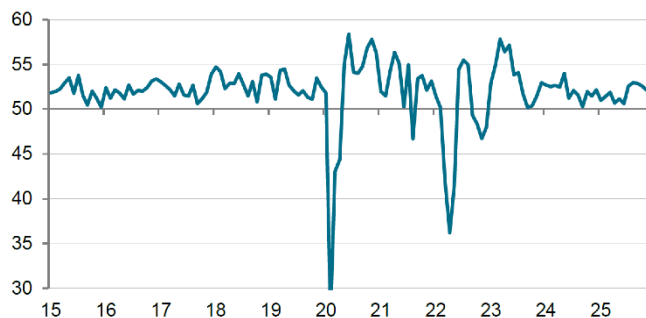
12 月份, 中国服务业企业对用工规模仍然保持审慎, 用工数量已经连续第五个月下降。月内减少用工的样本企业普遍提到成本顾虑及公司重组计划, 全职兼职皆在裁员之列。劳动力产能下降, 导致积压工作量轻微上升。

原料价格与薪酬费用上扬, 导致平均投入成本连续 10 个月走高, 涨幅虽然温和, 但仍是 2025 年最高记录之一。即便如此, 服务业企业在年末最后一月仍然选择降低销售价格。据反映, 市场竞争加剧, 限制了企业的定价力。

最后, 2025 年收官之月, 企业营商信心改善。企业普遍表示, 看好前景是因为市况走强, 加上公司计划扩张业务, 这些因素有望在 2026 年推动销售增长和经营活动扩张。当月乐观度为 2025 年 3 月后最高, 但仍低于本项调查的历史长期均值。

RatingDog 中国通用服务业 PMI 经营活动

指数 (经季节调整) >50 = 较上月增长



调查数据于 2025 年 12 月 4 - 15 日收集

数据来源: RatingDog、标普全球 PMI。©2026 年, 版权属标普全球所有

### 点评

关于中国通用服务业 PMI, RatingDog 创始人姚煜表示:

“12月RatingDog中国服务业PMI小幅降至52.0, 服务业扩张态势连续四个月小幅放缓。”

12月服务业需求侧表现分化, 内需韧性与外需疲软并存。新订单指数虽延续了自2023年初以来的增长态势, 但受累于出口业务的再次收缩, 整体增速有所收窄。新出口订单在11月短暂回升后再入收缩区间, 主要受旅游业活跃度下降 (尤其是日本游客减少) 的冲击。就业方面, 用工规模连续第五个月收缩, 且降幅为9月以来最显著, 企业反馈裁员主要源于成本管控和架构重组。

价格方面, 投入品价格连续10个月上涨, 主要受原材料和人工成本驱动。销售价格在11月短暂回升后再次进入收缩区间, 企业不得不通过降价促销来维持销售。

信心方面, 企业对未来前景的信心明显抬升, 业务活动预期指数攀升至九个月来的最高点。这种乐观情绪主要源于, 在中央经济工作会议加码 ‘投资于人’ 的大背景下, 企业对2026年市场环境改善持有坚定预期, 并普遍制订了更为积极的业务扩张计划。

整体来看, 服务业在2025年底呈现 ‘低增长、高预期’ 的特征。经营预期的显著改善为2026年开局提供了信心层面的支撑, 外需的波动和成本端的压力仍是行业的主要制约, 政策端有望对服务消费进一步提振。”

## RatingDog 中国综合 PMI®

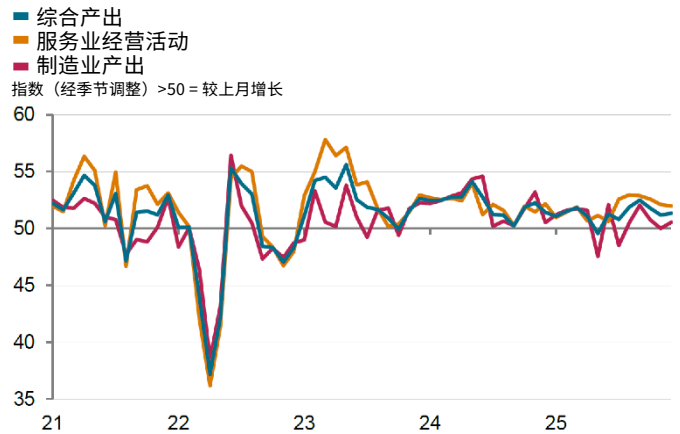
## 综合产出连续 7 个月扩张

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。

12 月份，综合产出指数录得 51.3，超过 50.0 荣枯值，较 11 月份 (51.2) 微升，显示 2025 年底中国企业生产经营总量进一步增长。月内服务业活动扩张，制造业生产恢复增长，共同支撑综合产出上升。

12 月新接业务总量也有增长，但由于新出口业务减少，增速回落至 6 个月低点。与此同时，产能压力减弱，加上企业信心相对疲弱，用工规模继续收缩。

虽然成本压力轻微加剧，但整体销售价格在 12 月仍继续下行。



数据来源: RatingDog、标普全球 PMI。©2026 年, 版权属标普全球所有

## 联络方式

姚煜  
瑞霆狗 (深圳) 信息技术有限公司  
(RatingDog) 创始人  
电话: +86-13632667171  
yaoyu@ratingdog.cn

杨津晶  
瑞霆狗 (深圳) 信息技术有限公司  
(RatingDog) 企业宣传部  
电话: +86-18610881605  
yangjj@ratingdog.cn

Jingyi Pan  
标普全球市场财智  
经济研究部副总监  
电话: +65-6439-6022  
jingyi.pan@spglobal.com

Eri Amano  
标普全球市场财智  
亚太区宣传部高级经理  
电话: +81 (0) 80 3714 7658  
eri.amano@spglobal.com  
press.mi@spglobal.com

阁下不欲收取来自标普全球的新闻稿, 请以电邮通知 [press.mi@spglobal.com](mailto:press.mi@spglobal.com)。  
有关我们的隐私政策, 请查阅 [此处](#)。

## 调研方法

“RatingDog 中国通用服务业 PMI®”通过每月向样本库内约 650 家服务业企业发出调查问卷, 然后由标普全球 (S&P Global) 根据收集到的回复编制而成。调查覆盖的行业包括: 消费者服务 (不包括零售业)、运输、信息、通信、金融、保险、房地产、商业服务。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。调研数据于 2005 年 11 月开始收集。

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”, 但实质上与广受关注的“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”, 但实质上与广受关注的“制造业 PMI”指数没有可比性。

主要调查数据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, 这些修正可能会影响经季节性调整的系列数据。

有关 PMI 报告的调查方法, 敬请联系 [economics@spglobal.com](mailto:economics@spglobal.com)

## 免责声明

本报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授权使用。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数据。对于本文所包含的内容或资讯 (“数据”), 或数据中的任何错误、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。对于因使用本文数据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 S&P Global Inc 的注册商标或授权 S&P Global Inc 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、其关联公司与供应商 (“内容提供者”) 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), 内容提供者一律概不负责。

## 关于 RatingDog

瑞霆狗 (深圳) 信息技术有限公司 (简称 “RatingDog”) 成立于 2017 年 9 月, 系中证信用增进股份有限公司孵化的金融科技子公司。RatingDog 依托雄厚的股东背景及创始团队多年的公司评级、信用研究和固收投资经验, 先后创设了 YY 评级、YY 估值、YY 调研、YY 问答等研究品牌, 公司的内容产品线覆盖境内外金融 B 端用户超 1,000 家, C 端用户超 15 万人, 并与各类主流金融机构、专业数据库建立了广泛的合作关系。 [www.ratingdog.cn](http://www.ratingdog.cn)

## 关于标普全球 (S&amp;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)

## 关于标普全球 PMI

“采购经理人指数 (PMI®)”调查目前覆盖全球逾 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。

<https://www.spglobal.com/market-intelligence/zh>