

标普全球中国通用制造业 PMI®

7 月份制造业景气度轻微减弱

2025 年 7 月

7 月份制造业产出重陷收缩

出口下降，新订单总量增速放缓

平均投入价格自 2 月后首次录得上涨

最新 PMI® 数据显示，7 月份中国制造业的景气度下降。新接业务量增速减弱，导致制造商在 3 个月内第二次缩减产量。制造业销售放缓，同时新出口订单收缩加剧。产量下降，导致企业在 7 月份继续削减人手。不过，因未来一年产出前景改善，企业采购活动略有增长。

与此同时，平均投入价格在 5 个月来首次上扬，但鉴于新业务竞争加剧，制造商继续下调销售价格。

作为一个以单一数值概括制造业经济运行状况的综合指标，经季节性调整的采购经理人指数（PMI®）在 7 月份录得 49.5，低于 6 月份（50.4）。最新指数值降至 50.0 分界线以下，显示第三季初制造业景气放缓，但程度仅算轻微。这是 3 个月来第二次景气度下行。

制造业产量曾在 6 月份恢复增长，但 7 月份出现收缩。这是 2023 年 10 月后第二次录得产量下降，降幅尚算轻微。据调查样本企业反映，新订单增速放缓，厂商相应减产。同时，企业也倾向利用现有库存交付订单，因此成品库存连续第二个月录得下降。

事实上，新订单增速仅算轻微，整体较 6 月份放缓。虽然部分厂商业务开拓取得成效，客户洽询增多，助推更多新订单流入，但另外一些厂商则表示外需疲软，对销售造成负面影响。特别是新出口订单，已连续 4 个月收缩，并且收缩率较 6 月份加剧。

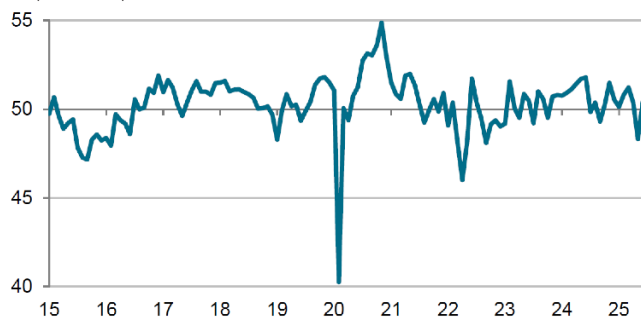
产量下降，加上积压业务量平稳，导致中国制造商在 7 月份减少用工。受访企业还提到，裁员的决定也缘自成本考虑。

虽然产出重现收缩，但企业信心在 2025 年下半年初仍有改善。乐观度虽仍继续低于长期均值，但较 6 月份增强。企业寄望未来一年经济环境好转，配合促销措施，以助推销售。

同时，经过前两个月的收缩，制造业采购活动在 7 月份恢复扩张。据反映，因预期未来需求上升，许多制造商增加采购，以提高库存，因此当月采购库存微升。

(续下页)

标普全球中国通用制造业 PMI
指数 (经季节调整) >50 = 较上月改善



调查数据于 2025 年 7 月 10 - 23 日收集

数据来源: 标普全球 PMI。©2025 年, 版权属标普全球所有

点评

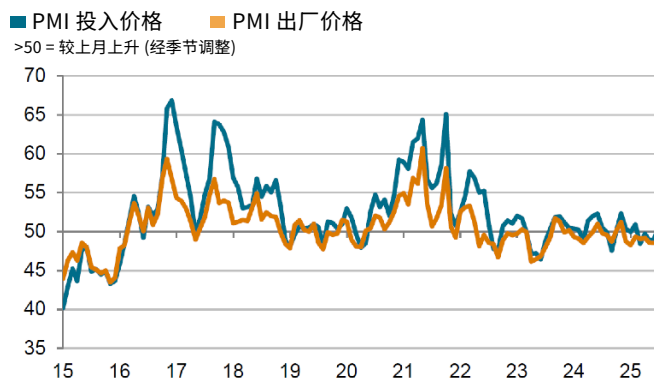
关于中国通用制造业 PMI，标普全球市场财智经济研究部副总监 Jingyi Pan 表示：

“中国通用制造业 PMI 在 3 个月来第二次跌破 50.0 分界线，景气状况轻微放缓。最新调查显示，2025 年下半年初，企业减产，导致制造业产量下降，这在 2023 年 10 月后尚是第二回。

产量下降的核心原因是新订单增速放缓。虽然在国内市场上业务拓展取得成效，新业务量得以保持增长，但由于全球贸易局势不明，外需仍然疲弱，导致制造业整体销售增速轻微。企业定价价也继续偏弱，虽然投入成本重拾升势，但制造业销售价格仍在下行。

虽然 7 月份需求疲软，但可喜的是，中国制造商的信心较 6 月份增强。采购活动增加，用工规模的收缩率也放缓至 4 个月来最小，企业相信未来一年产量会扩张。”

最后，7 月份供应链表现继续恶化，中国制造商面临船期延误和供应短缺等问题。另一方面，7 月份原料价格上扬，带动投入品平均价格在 5 个月来首次上扬。虽然成本重现上扬，但囿于市场竞争加剧，中国制造商选择下调销售价格。不过，出口价格反而录得一年以来最高增速，原因是海运和物流成本上扬。



数据来源：标普全球 PMI。©2025 年，版权属标普全球所有

联络方式

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

标普全球市场财智
企业传讯部
press.mi@spglobal.com

若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。
有关我们的隐私政策，请查阅 [此处](#)。

调研方法

“标普全球中国通用制造业 PMI®”通过每月向样本库内约 650 家制造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。调研数据于 2004 年 4 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“采购经理人指数 (PMI®)”。PMI 乃以下五个单项指数的加权平均值：新订单 (30%)、产出 (25%)、就业人数 (20%)、供应商供货时间 (15%)、采购库存 (10%)；其中供应商供货时间指数作反向计算，使其可比性与其他指标一致。

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。

免责声明

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其使用。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。