新闻稿
最早发布时间: 2025 年 8 月 5 日 09:45 (北京) / 01:45 (UTC 时间)

标普全球中国通用服务业 PMI®

服务业活动创 5 月后最高增速

2025 年 7 月：

出口上升，新业务量增速一年来最快

用工恢复扩张

平均销售价格自 1 月后首次上升

最新 PMI® 数据显示，第三季初，中国服务业扩张势头增强。外需恢复增长，带动新业务量上升，服务业经营活动量因而加速上升。业界信心改善，升至 3 月后最高。业务量上升，信心改善，促使服务业企业在 7 月份增加用工。随着产能扩张，未完成业务量的积压率放缓。

价格方面，平均投入成本和销售价格皆轻微上升。其中，销售价格自 1 月份后尚是首次上升。

7 月份，标题的标普全球中国通用服务业经营活动指数录得 52.6，超过 6 月份（50.6）。最新指数值高于 50.0 分界线，显示中国服务业活动继续扩张，并且扩张趋势延续略逾两年半，7 月份扩张率更创下去年 5 月后新高。

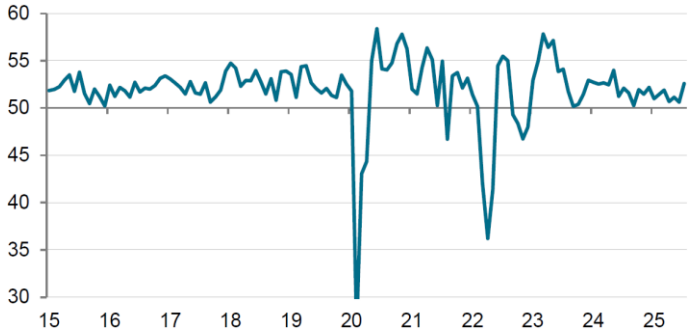
据调查样本企业反映，踏入下半年，服务业新业务量增长，支撑经营活动扩张。新业务量增速可观，为一年来最高，企业表示原因是基本需求改善，以及业务拓展取得成效。外需在 3 个月来首次回升，企业反映旅游业活动增加，贸易环境趋稳，带动出口订单创下 2 月后最高增速。

7 月份，新业务增加，支撑用工重新恢复扩张。服务业用工曾在 6 月出现收缩，7 月份用工回升，并且创下 2024 年 7 月以来最高增速。随着用工增长，7 月份积压业务量升幅放缓，积压率仅算轻微。

由于新业务量和经营活动增长，服务业界整体营商信心改善，业界信心度升至 4 个月来最高。企业预期，经济环境改善，全球贸易流动增加，将会支撑未来一年新订单和经营活动的增长。不过，当月企业乐观度仍远低于长期均值。

最后，价格方面，由于原料、燃料、薪酬费用上升，导致平均投入成本在 7 月份继续上升。因此，服务业企业上调销售价格。特别值得注意的是，这是 6 个月来服务业销售价格首次出现上升。整体而言，服务业投入成本与销售价格的升幅皆属轻微，两者皆低于各自长期均值。

标普全球中国通用服务业 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 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

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

“7月份标普全球中国通用服务业PMI 显示，服务业在踏入下半年之际增速加快。需求改善，支撑最近经营活动扩张，当中外需转强特别值得注意，新出口业务量在3个月来首次出现扩张。

企业信心进一步修复，令人看到积极信号，整体乐观度升至3月份后最高。企业预期，未来数月，全球经济和贸易环境会有改善。用工恢复扩张，也反映中国服务业企业对经营前景感到乐观，虽然许多增加的人手据说都是兼职形式。

值得一提的是，最新调查显示销售价格在7月份恢复上升，从中可见企业信心改善，因此敢于在6个月来首次将成本上升的压力传导给客户。整体而言，7月份服务业表现改善，而制造业有放缓趋势。”

PMI® by S&P Global

© 2025 年，版权属标普全球所有

标普全球中国综合 PMI®

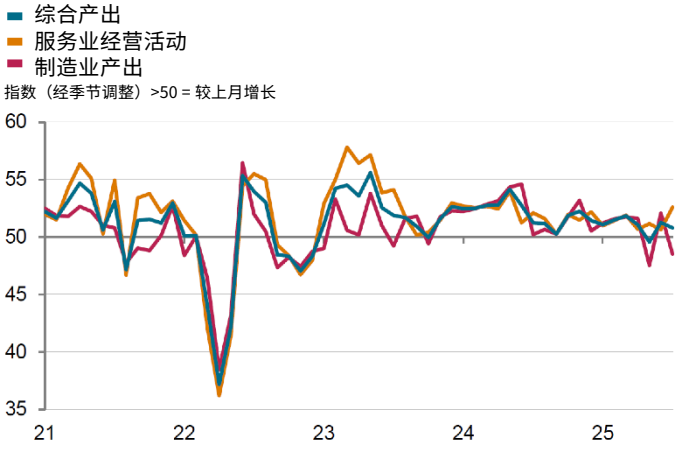
7 月份服务业推动综合产出扩张

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。

7 月份，综合产出指数录得 50.8，低于 6 月份（51.3），但高于 50.0 分界线。该数值显示，生产经营活动连续第二个月保持增长，但增速减弱。增长集中在服务业，制造业第三季初产出下降。

新业务增速较 6 月份普遍回升，但出口销售下降，海外市场对制造业产品的需求下降。与此同时，服务业企业推动用工扩张，企业整体乐观度轻微回升。

最后，平均投入成本创下 8 个月来最快涨幅，但销售价格继续下降。



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

倘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。

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

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。

详细资讯，敬请浏览
https://www.spglobal.com/market-intelligence/en/solutions/products/pmi 。

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（包括但不仅限于复制、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。关乎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。

PMI®
by S&P Global

© 2025 年，版权属标普全球所有