

RatingDog 中国通用制造业 PMI®

制造业景气度录得2020年12月以来最大幅改善

2026 年 4 月

产出录得 2024 年 6 月后最高增速

新业务增速回升，未来 12 个月预期改善

通胀压力继续加剧

2026 年第二季度首轮 PMI® 调查显示，中国制造业整体景气度大幅改善，自 2020 年底以来表现最为强劲。

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 4 月份录得 52.2，超过 3 月 (50.8)，连续第五个月保持在 50.0 荣枯线之上。最新读数显示制造业景气改善幅度显著，为 2020 年 12 月后最强劲。

需求稳健、运营改善、新品问世，共同推动产出创下将近两年来最高增速。扩张面广泛，消费品制造类尤其强劲。

产出扩张，得益于新订单加速增长，后者录得将近五年来次高增速，几乎追平 2 月份纪录。据制造商反映，新订单增加的原因包括客户需求增长、市况改善和创新产品问世。销售渠道拓展，带来进一步增长动能。新出口订单量连续 4 个月保持增长，虽然其增速相比整体增速仍然偏低。

4 月份，业界对未来一年明显信心增强。生产预期较 3 月份改善，并且超过最近两年的平均水平。基于市场需求上升、产品不断创新、产能扩张和效率提升等因素，企业预期增长势头将会持续。业界的乐观预期还包括新项目成功、业务开发和政策扶持。

经历今年第一季度持续扩张后，用工量在 4 月份趋向大致持平。消费品制造商增加了用工，但中间品类和投资品类制造商的用工量有轻微下降。

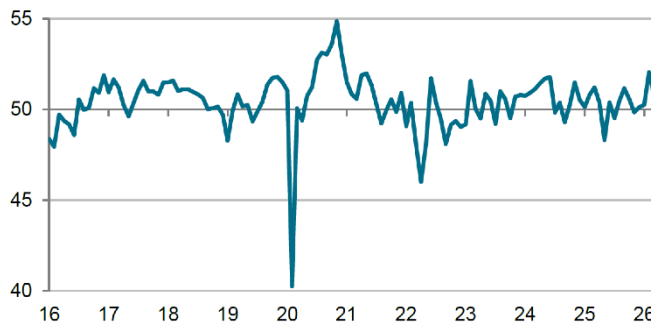
随着新订单增长，积压业务量在 4 月份继续上升。投资品类制造商工作积压率最为明显。不过，整体积压率较 3 月份轻微放缓，成品库存大致保持平稳。

4 月份，供应链压力持续，供应商交货速度继续下降。虽然交期延宕率较 3 月份有所放缓，但由于原料持续短缺、交付受阻、投入品价格上升、地缘局势紧张 (尤其是中东地区)，导致供应链继续受到影响。三大制造业分类在 4 月份皆受到供应

(续下页)

RatingDog 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 2026 年 4 月 9 - 22 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

关于中国通用制造业 PMI，RatingDog 创始人姚煜表示：

“4月RatingDog中国制造业PMI升至52.2，扩张态势明显，该读数也是自2021年以来的新高。

结构层面，生产和需求端均表现出较高的景气度。企业扩大再生产的动力来源于量价齐升，一方面是新订单的客观增长，数据显示新订单PMI大幅提升，同时新出口订单今年以来持续扩张；另一方面涨价效应显著，去年以来的政策性涨价和今年3月以来的输入性涨价带动产品出厂价格大幅提升，涨价的同时需求并未出现明显的走弱甚至仍在走强，这对企业扩产和补库的信心产生一定支持。以上两个维度构成了生产端大幅走强的现实基础和预期反馈。

但并不是所有的信号都是积极的。生产的扩张尚未传导至就业的修复，4月PMI的就业分项重回收缩区间，最近中国统计局公布的3月城镇失业率也有小幅上行。这种‘无就业复苏’会导致经济结构的分化，同时由于中国的宏观政策一直以‘供给侧’为主，居民资产负债表的修复依然缓慢，最终将表现为终端消费持续落后于生产的增长。

整体来看，4月Ratingdog PMI进一步确认了中国经济正处于复苏阶段，结构数据显示这种景气的修复来自订单的增长以及涨价效应带来的企业乐观预期。但这种修复可能更多地停留在供给侧，经济的全面复苏依然需要更多下游消费的增长和居民资产负债表修复的支持。”

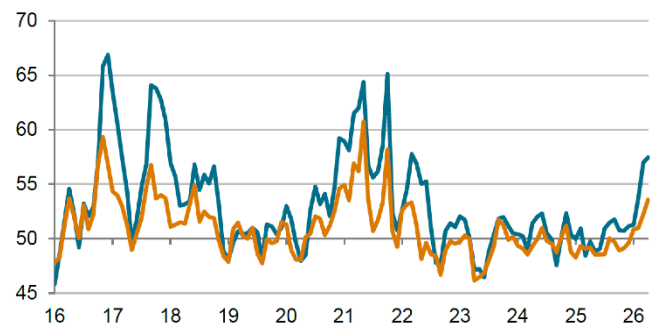
延宕所困扰。

4 月份，成本压力进一步上升，投入品价格录得略逾四年来的最高增速。据反映，原料成本上扬，油价上升，加上地缘局势不明朗，共同推高投入品价格。

中国制造商因此相应上调产品价格，加价率为四年半以来最高，制造业成本上升的压力由此被传到至顾客端。出口价格也录得 2021 年 10 月后最快增速。

为应对需求上升，制造商连续第四个月增加采购，增速为过去一年以来最强劲。投入品库存已连续 5 个月上升，以此增强供应链韧性。

■ PMI 投入价格 ■ PMI 出厂价格
指数（经季节调整）>50 = 较上月上升



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

Trevor Balchin
标普全球市场财智
经济研究部总监
电话：+44-1491-461-065
trevor.balchin@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。
有关我们的隐私政策，请查阅 [此处](#)。

调研方法

“RatingDog 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。

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>

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。