

RatingDog 中国通用制造业 PMI®

制造业增长依然强劲，通胀压力放缓

2026 年 5 月

新订单与产出保持稳健增速

投入品价格 6 个月来首次涨势放缓

制造商提高投入品库存，应对供应端持续延宕

最新 PMI® 调查数据显示，中国制造业景气度进一步稳健改善，同时投入品购进价格和产成品出厂价格皆涨势放缓。

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 5 月份录得 51.8，虽然低于 4 月份 (52.2)，但仍连续 6 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环比下降，但仍然明显高于 2004 年后的长期均值 (50.8)。在最近调查期间，除就业指数外，其余分项指数整体均对 PMI 值有正向贡献，但当中惟采购库存较 4 月份贡献更大。

5 月份，市场对中国制造业产品的需求继续增长，虽然增长率较 4 月份放缓，但仍处于过去五年来最高水平。据调查样本企业反映，新订单增加，原因包括市场需求增强、产品进步、获得新客和促销活动等。当月尽管新出口业务量轻微下降，但新订单的整体增速仍然超过长期均值。

中国制造业产量在 5 月份进一步扩张，扩张率虽然较 4 月份的 22 个月高点放缓，但仍然高居 2024 年下半年以来第三位。

最近新订单增量充足，导致中国制造商 5 月份积压工作量继续上升。目前，积压工作已连续 4 个月上升，但当月增速继续低于该项调查的长期均值。

积压工作量增加，部分原因是 5 月份用工量轻微下降。不过，制造业整体用工收缩率仅算轻微，消费品制造类厂家甚至继续增加用工。

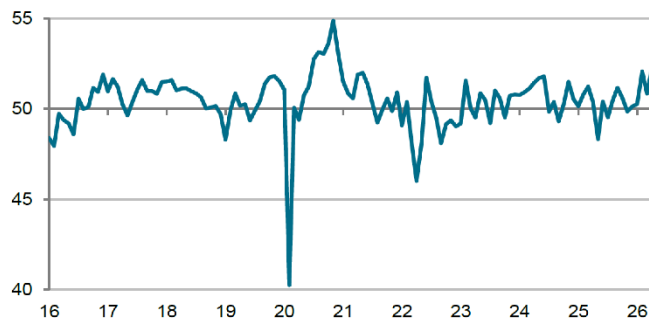
最新调查结果的另一重要发现是制造业通胀压力放缓。经季节性调整后，投入品购进价格和产成品销售价格这两个分项指数分别在 6 个月和 7 个月来首次出现环比下降，说明通胀率放缓。不过，投入品价格的涨势继续高于长期均值，制造商表示这是原料和能源成本上扬、供应链受阻、以及国际冲突的影响所致。

投入品价格上升，另一部分原因是供应端延误，供应商平均交

(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 5 月 12 - 20 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：

“2026 年 5 月，RatingDog 中国制造业 PMI 录得 51.8，较 4 月的 52.2 有所回落，但连续第六个月位于扩张区间。

从分项指标来看，制造业扩张速度较 4 月有所放缓，但整体运行条件仍保持稳健改善。需求方面，新订单总量继续增长，增速虽放缓但仍处于过去五年间较高水平；新出口订单则在 5 月出现轻微下降。生产端进一步扩张，但增速较 4 月高点回落。

价格方面呈现积极变化，投入成本与产出价格的通胀率分别六个月和七个月来首次放缓，高通胀压力得到缓解。但由于原材料与能源成本上涨及供应链扰动，投入价格仍以高于长期平均的速度上涨。

就业方面，制造业就业量小幅收缩，收缩幅度轻微。供应链方面，供应商交货时间连续第三个月延长，企业因此增加投入品库存，原材料库存连续第六个月上升。

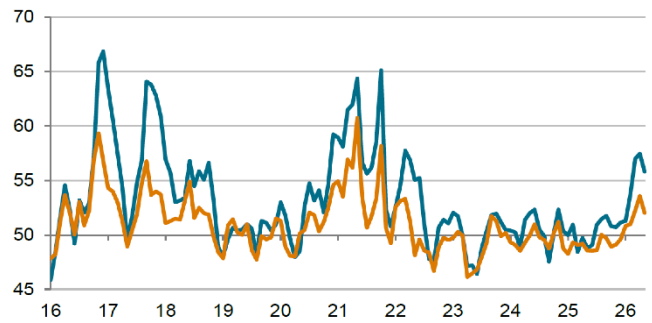
企业对未来 12 个月的生产前景保持乐观，整体信心虽较 4 月略有回落，但仍持平于今年以来平均水平，主要与市场需求预期增长、新订单上升及业务扩张等因素相关。

整体来看，5 月制造业扩张态势延续，但步伐有所放缓。通胀压力的缓解为企业的成本与定价环境带来了喘息空间，但需求端增长的放缓与外部订单的收缩仍是需要关注的风险点。”

货速度连续第三个月下降，但交期延误程度仍保持温和。制造商连续 5 个月增加投入品订购量，投入品库存量则连续 6 个月录得上升。

5 月份调查数据显示，中国制造业界对接下来 12 个月产出增长表示乐观。业界整体信心度较 4 月份轻微减弱，但仍能与今年以来的均值持平。厂商对前景的乐观预期乃基于市场需求上升、新订单增加、新客户开发及销售渠道改善等因素。企业还提到新产品发布、技术突破和产能改善。

■ 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）使用本报中出现的的数据。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。