

MFC 行业观察

文 | MFC

7月财新中国制造业PMI升至52.8为九年半来最高

随着国内疫情基本结束，经济持续恢复。8月3日公布的7月财新中国制造业采购经理人指数（PMI）录得52.8，较6月提高1.6个百分点，为2011年2月以来最高。

这一走势与国家统计局制造业PMI一致。国家统计局公布的7月制造业PMI录得51.1，高于6月0.2个百分点。

制造业产出已连续五个月处于扩张区间，7月生产指数录得2011年2月以来最高。许多企业表示，市况从疫情中逐渐恢复，客户需求增强。新订单指数也录得2011年2月以来最高，连续两个月处于扩张区间。海外疫情继续拖累出口，7月新出口订单指数继续处于收缩区间，但降幅为六个月以来最低。

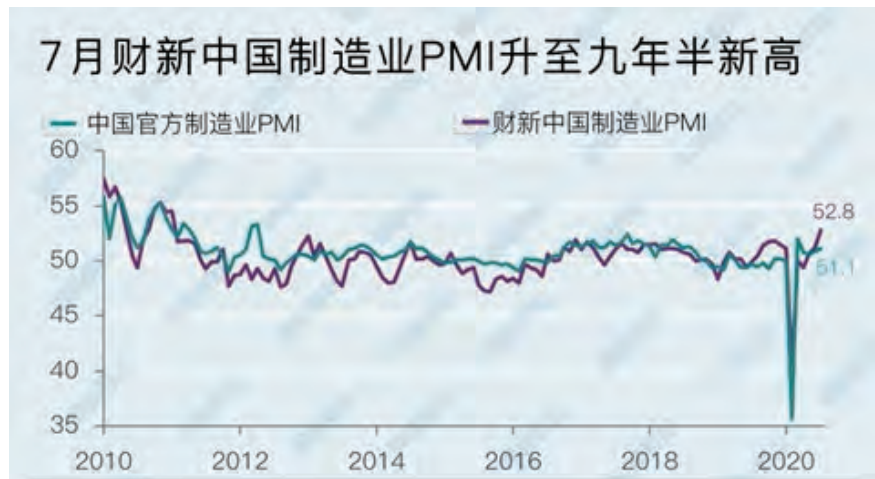
新订单增加导致企业积压工作量小幅上升，积压工作指数在扩张区间小幅上升。但制造业企业对增加用工仍持谨慎态度，7月就业指数连续第七个月处

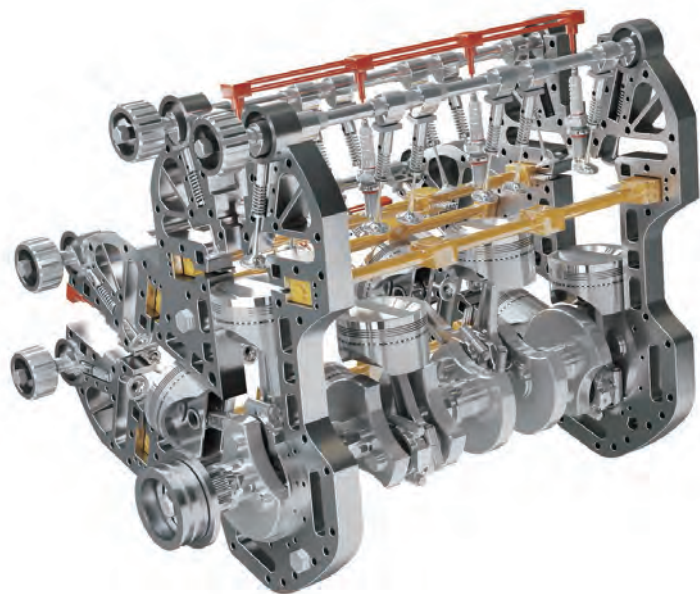
于收缩区间，不过，降幅为2020年以来最低。据企业反映，增效、裁员、员工离职后未填补空缺等原因，导致企业7月压缩用工，也有部分企业称因顾客需求上升而增加人手。

新订单增加，也导致厂商继续增加采购，原材料库存指数连续两个月处于扩张区间，录得2018年3月以来最高。

产成品库存指数则连续三个月处于收缩区间，但降幅轻微，与6月几乎持平。企业普遍反映，产成品库存下降与市场需求改善及交付新订单相关。

在原材料价格上涨的带动下，原材料购进价格指数连续两个月处于扩张区间，并录得2018年11月以来最高。在投入成本上升和市况改善的共同作用





下，制造商继续小幅上调产品售价，出厂价格指数录得 2018 年 9 月以来的新高，但部分厂商称促销活动和新订单的竞争压力，继续限制了整体定价力。

制造业界对未来 12 个月持乐观态度，7 月中国制造业乐观度虽较 6 月小幅回落，但仍处于较高水平。企业普遍看好增长前景，原因是预期经济将从疫情中继续恢复，市场需求将进一步增强。

财新智库高级经济学家王喆表示，7 月局部疫情反弹不改国内整体向好的大趋势，经济修复仍在持续，供给、需求两侧同步向好，相关指标亦保持良好态势，但就业和外需的疲弱仍需引起重视。

2020 年 7 月内燃机行业市场经济

7 月，在汽车、工程机械、农业机械等终端市场行业继续增长的拉动下，本月内燃机销量延续了前三个月的增长，累计销量降幅继续收窄。

据中国内燃机工业协会《中国内燃机工业销售月报》数据，按可比口径，7 月销量 410.08 万台，环比增长 -0.11%，同比增长 13.79%；1 ~ 7 月累计销量 2371.50 万台，同比增长 -9.00%，较 6 月降幅收窄 3.84 个百分点。

特别值得一提的是，由于连续多月高速增长，商用车用、工程机械用、农业机械用、船用内燃机累计销量均已高

于 2019 年同期 10% 以上。

分市场用途情况：

7 月，在分用途市场可比口径中，除摩托车用环比增长外，其余均环比下降。具体为：乘用车用增长 -3.03%，商用车用增长 -7.44%，工程机械用增长 -4.78%，农业机械用增长 -7.98%，船用增长 -24.54%，发电机组用增长 -26.02%，园林机械用增长 -31.81%，摩托车用增长 17.99%，通机用增长 -3.85%。

与 2019 年同期比，发电机组用、通机用同比下降，其它各分类用途不同程度增长。具体为：乘用车用增长 15.95%，商用车用增长 85.00%，工程机械用增长 32.51%，农业机械用增长 41.09%，船用增长 29.10%，发电机组用增长 -15.87%，园林机械用增长 4.42%，摩托车用增长 1.11%，通机用增长 -49.42%。

与 2019 年累计比，各分类用途下降幅度继续收窄，商用车用、工程机械用、农业机械用、船用同比增长超 10%。具体为：乘用车用增长 -12.24%，商用车用增长 19.53%，工程机械用增长 12.17%，农业机械用增长 10.57%，船用增长 18.13%，发电机组用增长 -4.57%，园林机械用增长 -5.82%，摩托车用增长 -16.46%，通机用增长 -36.82%。

7 月，乘用车用销售 160.90 万台，商用车用 34.74 万台，工程机械用 8.21 万台，农业机械用 35.73 万台，船用 0.28 万台，发电机组用 9.62 万台，园林机械用 15.93 万台，摩托车用 143.32 万台，通机用 1.35 万台。

1~7月,乘用车用累计销售883.64万台,商用车用213.15万台,工程机械用54.81万台,农业机械用226.41万台,船用1.85万台,发电机组用66.12万台,园林机械用121.58万台,摩托车用791.23万台,通机用12.71万台。

中国汽车2020年7月产销环比下降,同比增加

中国汽车工业协会副秘书长陈士华发布了2020年7月汽车行业经济运行情况:

7月,汽车产销分别完成220.1万辆和211.2万辆,环比分别下降5.3%和8.2%,同比分别增长21.9%和16.4%。1~7月,汽车产销分别完成1231.4万辆和1236.5万辆,同比分别下降11.8%和12.7%,降幅比1~6月分别收窄5和4.2个百分点。

7月,乘用车产销172.9万辆和

166.5万辆,环比下降3.9%和5.6%,同比增长13.2%和8.5%。在乘用车主要品种中,与6月相比,多功能乘用车(MPV)产量略增,销量微降,其他三大类乘用车品种产销均呈小幅下降;与2019年同期相比,多功能乘用车(MPV)产量略有增长,销量小幅下降,其他乘用车品种产销依然保持增长。1~7月,乘用车产销948.3万辆和953.3万辆,同比下降17.8%和18.4%,降幅比1~6月收窄4.7个百分点和4.0个百分点。在乘用车主要品种中,与2019年同期相比,四大类乘用车品种产销降幅比1~6月继续收窄。

7月,商用车产销47.2万辆和44.7万辆,环比下降10.4%和16.6%,同比增长70.3%和59.4%。在商用车主要品种中,与6月相比,货车和客车产销均呈下降;与2019年同期相比,客车产销下降较快,货车产销保持快速增长。1~7月,商用车产销

283.1万辆和283.2万辆,同比增长16.4%和14.3%,增速比1~6月提升6.9个百分点和5.7个百分点。在商用车主要品种中,与2019年同期相比,客车产销均呈下降,货车产销保持较快增长。

7月,新能源汽车产销环比略有下降,同比结束下降呈较快增长。7月,新能源汽车产销分别完成10万辆和9.8万辆,环比下降2.4%和5.5%,同比增长15.6%和19.3%。1~7月,新能源汽车产销49.6万辆和48.6万辆,同比分别下降31.7%和32.8%,降幅比1~6月继续收窄。在新能源汽车主要品种中,与2019年同期相比,纯电动汽车和插电式混合动力汽车产销同比均呈下降,降幅均比1~6月呈一定收窄。

7月,中国品牌乘用车销量环比略有下降,同比小幅增长。共销售58.5万辆,环比下降0.9%,同比增长4.5%,占乘用车销售总量的35.1%,占有率比上月提升1.7个百分点,结束了3月起连续下降趋势。1~7月,中国品牌乘用车共销售343.4万辆,同比下降25%,占乘用车销售总量的36.0%,占有率比2019年同期下降3.2个百分点。

1~7月,中国品牌汽车销量排名前十五家企业依次是:上汽、长安、吉利、东风、长城、一汽、北汽、奇瑞、江淮、重汽、比亚迪、广汽、陕汽、华晨和成都大运。与2019年同期相比,一汽、重汽和陕汽销量呈较快增长,长安和成都大运增速略低,其他企业均呈下降。1~7月,上述十五家企业共销



售 589.6 万辆，占中国品牌汽车销售总量的 95.6%。

总体来看，2020 年 7 月我国汽车行业大致呈现以下八个方面的运行特点：1. 汽车产销同比继续保持增长；2. 乘用车产销同比保持增长；3. 商用车产销同比继续呈现大幅增长；4. 新能源汽车产销同比增速由负转正；5. 中国品牌乘用车市场份额环比增长；6. 重点企业集团市场集中度高于同期；7. 汽车出口同比下降；8. 重点企业经济效益降幅收窄。

上半年工程机械产品销量“逆势增长”，全年出口承压

在 2019 年同期销量明显增长的基础上，2020 年上半年，中国工程机械工业协会统计的 12 种主要工程机械产品销量仍同比增长了 14.4%。其中，上半年挖掘机销量达 170425 台，创历史新高，同比增长了 24.2%；汽车起重机销量同比增长了 15%；压路机销量同比增长了 7.28%；升降工作平台销量同比增长了 53.6%；工业车辆（主要是叉车，包括内燃叉车和电动叉车）销量同比增长 9.98%。值得一提的是，近年来叉车一直保持着稳定增长，电动叉车销量稳步提高，当前销量占比达到了 40% 以上。

出口方面，2020 年上半年，中国工程机械工业协会统计的 12 个主要工程机械品种，仅有挖掘机、工业车辆、压路机和摊铺机的销量同比实现了增长，其余品种的销量均有不同程度的下滑。当前，我国工程机械产品出口面临着较大的压力。

展望 2020 年全年，预计国内工程机械市场仍会平稳增长，但出口将面临较大压力，要想保持增长还需付出较大努力。同时，预计 2021 年工程机械市场需求也会保持平稳发展，市场新增和更新需求将共同发挥作用。

家电行业停止减免税，对行业影响不大

6 月空调表现势头良好。地产数据：1 ~ 6 月销售累计同比 -8%，竣工累计同比 -11%，销售降幅持续收窄，竣工表现低于预期。

产品销量：

空调 1 ~ 6 月空调累计出货同比 -14%，其中内销累计同比 -25%，

出口累计同比 1.1%，空调出货高峰期到来需求显现，总销量同比增加 13%；6 月零售量 / 额同比（8%/-4%）已相较第一季度明显改善，6 月线下 -17.8%/-21.5%，线上 +33.6%/+19%，618 销售高峰大量促销手段得以刺激市场需求；截止 4 月底空调渠道库存约 3000 万套，库存水位 4 个月左右。

大厨电：6 月零售量 / 额同比 +7%/0%，其中线上 +36.2%/10.2%，线下 -8.5%/-6.2%，线上销售势头迅猛，上半年烟机全渠道零售量 / 额同比 -19%/-23%，对比第一季度同比明显改善，竣工高峰到来需求显现

8 月 5 日，财政部、海关总署、税

表 1

序号	产品	2020 年 1 ~ 6 月 累计出口 (台)	去年同期 累计出口 (台)	同比增速
1	挖掘机	14532	12335	17.8%
2	装载机	11184	12626	-11.4%
3	推土机	797	964	-17.3%
4	平地机	1283	1435	10.6%
5	汽车起重机	1166	1379	-15.4%
6	履带起重机	231	286	-19.2%
7	随车起重机	481	714	-32.6%
8	工业车辆	75930	71586	6.1%
9	压路机	1615	1492	8.2%
10	摊铺机	57	50	14%
11	升降工作平台	8673	10704	-19%
12	高空作业机	11	45	-75.6%
总计		115960	113616	2.1%



务总局联合发布《关于不再执行 20 种商品停止减免税规定的公告》。公告称，经国务院同意，自公告之日起，不再执行《国务院批转关税税则委员会、财政部、国家税务总局关于第二步清理关税和进口环节税减免规定意见的通知》（国发 1994-64 号）中关于 20 种商品“无论任何贸易方式、任何地区、企业、单位和个人进口，一律停止减免税”的规定。20 种商品包括电视机、摄像机、录

像机、放像机、音响设备、空调器、电冰箱和电冰柜、洗衣机、照相机、复印机、程控电话交换机、微型计算机及外设、电话机、无线寻呼系统、传真机、电子计算器、打字机及文字处理机、家具、灯具、餐料（指调味品、肉禽蛋菜、水产品、水果、饮料、酒、乳制品）。

家电产品进口税收政策梳理：1994 年之前，我国关税主要实行特定减免政策，主要覆盖的是外商投资企业和经济

特区的生产性项目、高新技术、科教、基础设施项目等，而适用进口减免税政策的家电产品占比较小，且主要为特区企业或外资企业进口本企业自用的产品，不能作为商品销售。1994 年，中央政府为加强关税的宏观调控作用，保证中央财政税收，建议自 1995 年起，进口一律停止减免税。而目前，我国进口家电产品一般是按照 25% 的关税，13% 的增值税进行征税，不征收进口环

节消费税，且不存在特定减免政策。

家电产品进口占比较低：数据显示，2019年我国彩电、空调、冰箱、洗衣机的市场规模分别为1282、1912、957、705亿元，同期上述四种家电进口金额分别为10.6、51.3、8.2、4.4亿元。粗略计算，2019年，彩电、空调、冰箱、洗衣机进口金额占全国零售额的比重分别为0.8%、2.7%、0.9%、0.6%。可见，进口家电规模占全国零售额的比重较低，对我国整体家电市场的影响力度较小。

取消“停止减免税”对家电行业影响较小：由于我国大家电进口规模占比较小，此次取消“停止减免税”规定对整体家电市场的影响力度不大。而且，我国已是全球最大的家电制造大国，产量和出口量均位居全球首位，所以《通知》中涉及的家电产品并不会对国内家电制造业产生太大的冲击。考虑到目前的贸易环境和经济形势，取消“停止减免税”的规定可能是为后续出台减免税政策做铺垫，也比较契合现在减税降费的大背景。不再执行《通知》有关要求也是中国履行多边贸易制度框架下的义务，是完善制造产业链结构后的自信体现。

5G 基站建设进展良好，运营商资本开支稳步落地

2020年上半年，中国联通/中国移动5G资本开支约为126/1010亿元，占公司预估全年5G资本开支36%/56%。中国联通与中国电信新增共建共享5G基站约15万站，完成全年计划60%，可用5G基站达21万站，

完成全年计划的70%，5G基站建设进展良好。

中国移动将本年度5G新建基站目标由25万站调升至30万站，年底前实现在全国所有地级以上城市商用。中国铁塔8月11日公布2020年中期业绩，上半年公司营业收入397.94亿元，同比增长4.8%；归母净利润为29.78亿元，同比增长16.9%。其中，塔类业务营收363.71亿元，同比增长1.6%；室内分布式天线系统业务营收17.20亿元，同比增长37.2%；跨行业站址应用与信息及能源经营业务营收15.79亿元，同比增长87.3%。2020年1~6月，中国铁塔完成5G建设项目21.5万个，应交付需求完工率108%，97%通过已有资源共享解决。

我国医疗设备国产替代空间巨大，内生技术与政策支持加速国产渗透

各领域国产替代现状及发展趋势：总体而言，进口品牌在医疗器械市场份额中占比至少达60%，在三级医院中该比例高达约80%，国产替代空间巨大。相比于治疗类产品（如手术产品），诊断及监护类领域更易实现国产替代。大型影像设备领域品牌集中度较高，三甲医院采购主要以进口品牌为主，国产份额不足30%。监护仪领域目前已实现国产替代，迈瑞医疗产品销量位列全球第一，超过龙头企业飞利浦，且在国内市占率位列第一。高值耗材领域如导管、心脏支架，国产品牌所占份额已超过进口品牌。内窥镜领域由日本企业奥林巴斯、富士和Pentax垄断，其中奥林巴

斯市占率超过70%。对于具有操控性的医疗器械，进口品牌由于进驻时间早具有先发优势，已培养了医生对于该品牌的使用习惯，国产内镜企业实现突破较为困难。骨科器械领域进口品牌占比较高，近年受集采政策影响产品价格大幅下降，国产企业机会增加。

2020年我国新增户用光伏规模超6GW，较2019年增长71.4%。目前光伏上网电价已接近平价，随着光伏价格的持续走低，户用光伏将呈现爆发式增长。2019年我国新能源汽车销量达124万辆，预计2025年销量将突破500万辆。未来电动汽车的车载电池可能成为电网的移动储能单元，在电网高峰时段向电网释放电能，在电网低谷时段吸收电能，有效降低电网峰谷差。

智能快递柜空间还很巨大

2020年，中国每日快递派件量达到一亿件，由快递柜所承担的末端配送仅占10%。圆通研究院预计未来比例将会更高，以柜+站（柜、站、柜+站）将会占到末端派件量的60%~70%，因此，未来几年快递柜的市场将会出现爆发。

根据公开数据及圆通研究院调研，截止2017年，全国城市地区投入运营的快递箱约20万组，2016年全国布放超过10万组，2015年6万组，2014年投放1.5万组，根据研究院多方调研：预计2020年将会有58万组快递柜放入市场中，以1托4标准柜测算，将会有近5000万格口服务于快递市场。

MFC