

MFC 行业观察

文 | MFC

11月财新中国制造业PMI降至49.9 供给约束减弱

尽管电力短缺有所缓解，受疫情反弹、内外需疲弱等因素影响，11月财新中国制造业采购经理指数（PMI）落入收缩区间，制造业景气度有所减弱。

12月1日公布的11月财新中国制造业PMI录得49.9，较10月下降0.7个百分点，继8月之后再次位于荣枯线以下，反映制造业修复进程放缓。

这一走势与国家统计局PMI相悖。国家统计局公布的11月制造业PMI录得50.1，较10月上升0.9个百分点，结束了连续两个月的收缩态势，重回扩张区间。

与10月制造业需求强、供给弱相反，11月制造业供给明显恢复，但需求疲弱。由于供给约束减轻，尤其是电力短缺有所缓解，制造业生产指数重回荣枯线以上，结束了连续三个月的收缩。不过，客户需求低迷，成本上扬，部分企业用电依然受限，拖累了制造业生产

整体增速。需求方面则略显低迷，新冠疫情反弹叠加产品价格上涨，对需求形成抑制，11月新订单指数由扩张区间落入收缩区间。

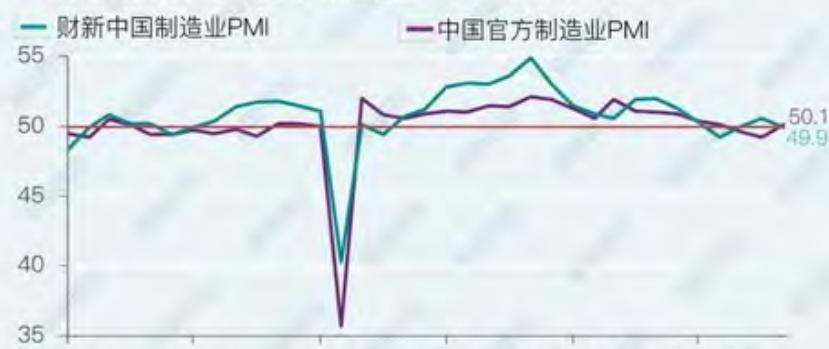
外需方面，新出口订单指数连续四个月落入收缩区间，但收缩率为四个月来最弱。企业反映外需减弱的原因是疫

情持续，产品运输遇到困难。

生产虽有恢复，但需求疲弱、成本压力导致企业收缩用工。11月就业指数连续四个月低于荣枯线，并且收缩程度较10月有所恶化，其中消费品生产企业就业收缩尤为明显。

大宗商品保供稳价措施成效初显，

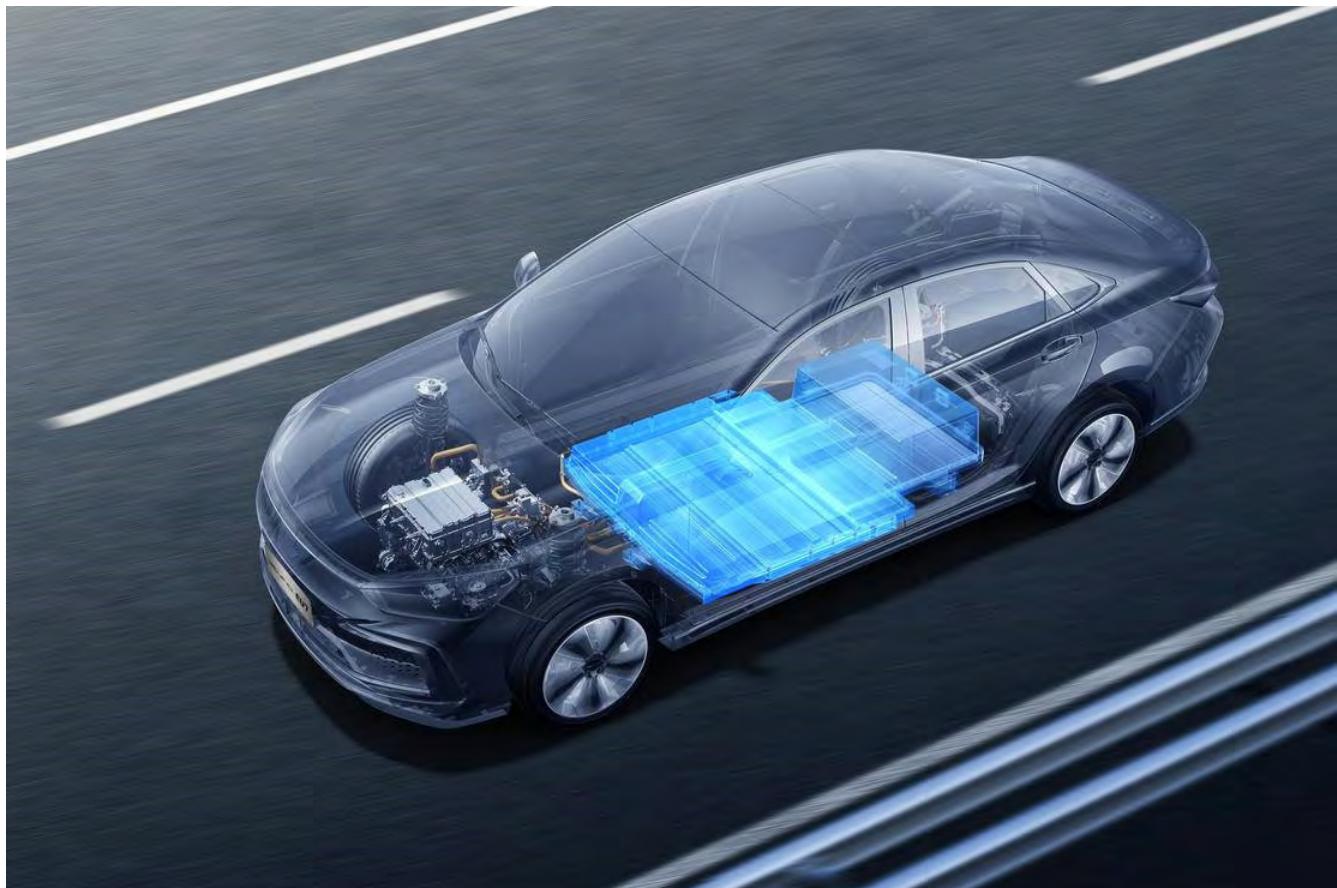
11月财新中国制造业PMI录得49.9



数据来源：财新数据 CEIC

原始数据：马基特经济研究公司 国家统计局

注：数据截至2021年11月



通胀压力得到部分缓解。10月制造业购进价格指数曾急剧上扬，11月涨幅大幅收窄。受调查企业表示，钢铁价格降幅较为明显，但化工原材料和电子品价格依然高企，运费亦未见明显下调。与成本端价格变化一致，出厂价格指数也明显下降。不过，两个价格指数仍扩张区间，通胀压力不容低估。

受访企业反映供货商存货量低、物流延误，供应迟缓问题持续，但拖延情况发生率为2021年3月以后最低。供

需恢复不平衡，导致制造业企业库存被动增加，11月产成品库存和原材料库存指数均略高于荣枯线。

制造业企业家对未来保持信心，乐观度较10月有所回升。市场认为，疫情的缓解、需求的增加、供应链的恢复，均是值得期待的正面因素。

财新智库高级经济学家王喆表示，11月制造业景气度基本维持平稳，经济下行压力增加和通胀压力缓解是突出特征。10月下旬至11月中上旬，多省市

出现散发新冠疫情压制了需求侧。电力供应短缺得到缓解后，供给侧开始恢复，但受需求影响，供给恢复幅度有限，基础尚不牢固。大宗商品保供稳价措施初见成效，制造业企业成本压力大幅缓解。政策层面，中小企业纾困仍是重点，就业恶化，居民收入增幅有限，消费品购买力薄弱等问题，也应给予足够重视。此外，部分原材料价格依然位于高位，企业还面临较大成本压力，通胀问题尚不可掉以轻心。



2021年11月汽车工业经济运行情况简析

据中国汽车工业协会统计分析，2021年11月，汽车产销环比继续保持增长，总体好于月初预测。具体分析如下：

一、总体运行情况概述

11月，我国宏观经济运行总体稳定，党中央和国务院出台的一系列加强能源供应保障、稳定市场价格等政策措施成效不断显现，电力供应紧张情况有所缓解，原材料价格有所回落，制造业景气面有所扩大，非制造业总体保持稳定恢复。汽车行业努力克服芯片供应紧张、散点疫情爆发、政策法规调整等影响，产销形势总体略好于月初预期。

从当月情况来看，11月汽车产销同比继续下降。分车型看，乘用车虽受到芯片供应依然不足、散点疫情爆发的影

响，但月产销环比上升，运行态势基本与10月一致；商用车受国六排放法规切换、“蓝牌轻卡”政策调整预期带来的消费观望以及行业红利不断减小等因素，产销同比依然呈现大幅下降，运行态势弱于10月。虽然汽车产销下行压力较大，但是行业仍然不乏亮点。一是新能源汽车市场需求依旧旺盛，产销继续创新高，累计产量已超过300万辆，销量接近300万辆，1~11月累计销量渗透率提升至12.7%，目前，消费者对于新能源汽车接受度越来越高，新能源汽车市场已经由政策驱动转向市场拉动；二是本月汽车出口同比也继续保持高速增长；三是中国品牌乘用车份额同比连续8个月保持增长。

展望12月，随着宏观经济稳中向好发展，汽车消费需求仍然稳定。但是供给端仍存在不确定性，芯片供应紧张

的问题依然存在，年底各地有序用电、国内散点疫情增加了汽车产业潜在的产业链断供风险。叠加去年同期高基数因素影响，汽车产销保稳压力依然较大。综合判断，全年汽车产销量将略高于去年同期水平。

二、2021年11月汽车工业运行情况：

(1)汽车产销同比下降。

11月，汽车产销分别完成258.5万辆和252.2万辆，其中实际销量完成好于月初预测。从增速变化来看，产销环比分别增长10.9%和8.1%，同比分别下降9.3%和9.1%，产量降幅比10月扩大0.5个百分点，销量降幅比10月收窄0.3个百分点。与2019年同期相比，产量同比下降0.5%，销量同比增长2.5%，其中产量增速较10月由正转负，销量增速比10月扩大1个百分点。去年12月汽车产销水平位居全年最高，为283万辆，叠加芯片供应不足问题依然存在，因此今年12月汽车行业仍然面临很大压力。

1~11月，汽车产销分别完成2317.2万辆和2348.9万辆，同比分别增长3.5%和4.5%，增幅比1~10月均继续回落1.9个百分点。与2019年同期相比，产销同比分别增长0.5%和1.5%，产量增幅比1~10月回落0.1个百分点，销量增幅比1~10月扩大0.1个百分点。

(2)乘用车产销同比下降，豪华车继续增长。

11月，乘用车产销分别完成223.1万辆和219.2万辆，环比分别增长12.2%和9.2%，同比分别下降4.3%

和 4.7%，降幅比 10 月分别收窄 0.4 个百分点和 0.3 个百分点。分车型来看，四类车型产销同比均下降。与 2019 年相比，乘用车产销同比增长 3% 和 6.5%，增幅比 10 月扩大 0.6 和 3.1 个百分点。11 月汽车芯片供应依然紧张，叠加国内散点疫情的影响，乘用车市场继续低位运行，态势与 10 月基本相当。1~11 月，乘用车产销分别完成 1887.9 万辆和 1906.0 万辆，同比分别增长 6.9% 和 7.1%，增幅比 1~10 月均回落 1.7 个百分点。与 2019 年同

期相比，产销同比分别下降 1.7% 和 1%，降幅比 1~10 月分别收窄 0.6 和 0.9 个百分点。

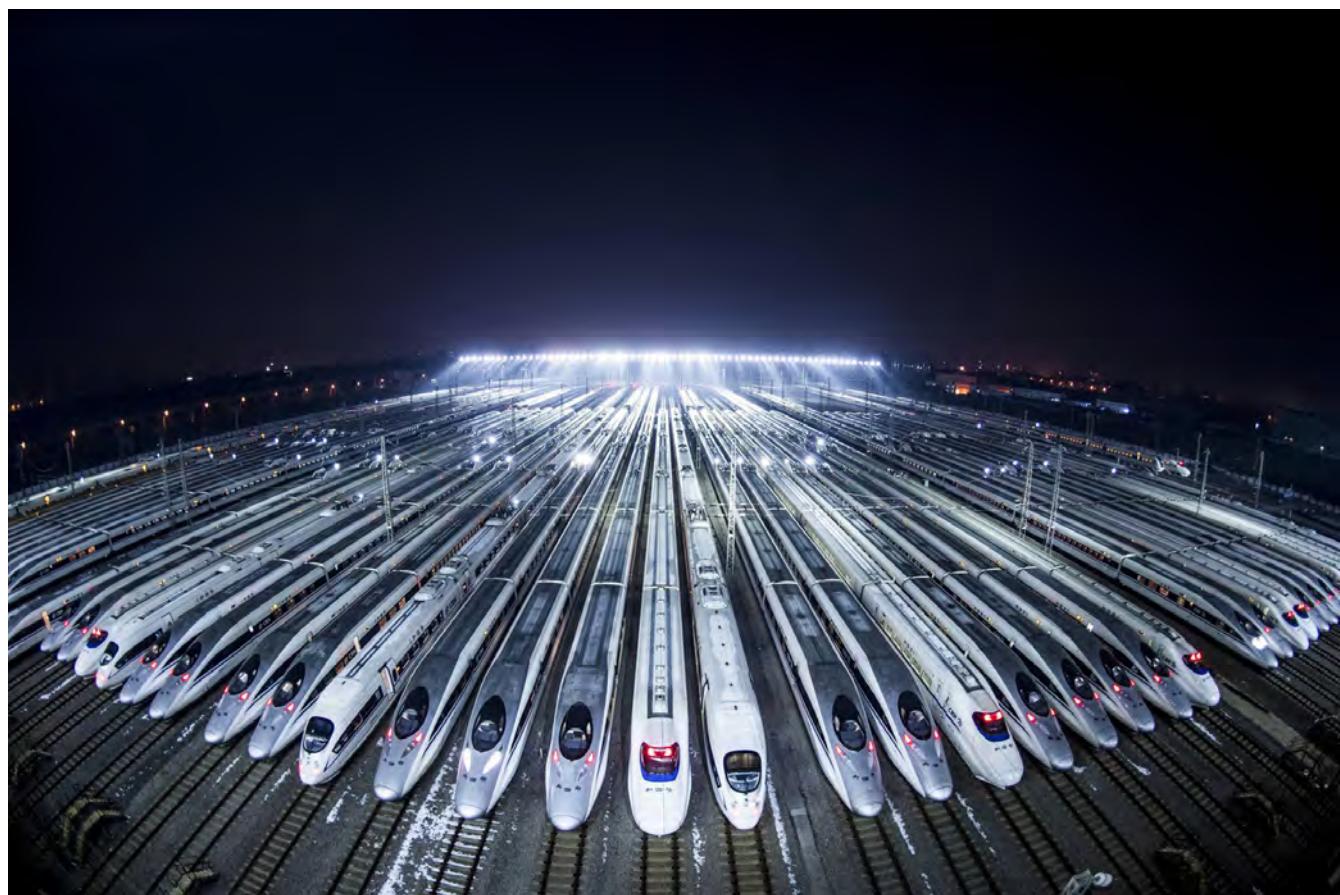
11 月，国内生产的豪华车销量完成 31.9 万辆，同比增长 3.5%，增幅比 10 月回落 9.4 个百分点。1~11 月，国内生产的豪华车销量完成 311.2 万辆，同比增长 19.5%，高于乘用车累计增速 12.4 个百分点。

(3)商用车产销同比大幅下降。

11 月，商用车产销分别完成 35.3 万辆和 33.0 万辆，环比分别增长 3.2%

和 1.1%；同比分别下降 31.9% 和 30.3%，降幅比 10 月分别扩大 5 和 0.6 个百分点。分车型情况看，货车、客车均呈现下降。与 2019 年同期相比，商用车产销同比下降 18% 和 17.6%，降幅比 10 月分别扩大 13.7 和 8.7 个百分点。受国六排放标准切换、“蓝牌轻卡”政策预期带来的消费观望、房地产开发行业较冷以及前期政策红利逐步减弱等因素影响，下半年商用车市场需求弱于上半年。

1~11 月，商用车产销分别完成



429.3万辆和442.9万辆，同比分别下降9.1%和5.3%，降幅比1~10月均扩大2.8个百分点。分车型产销情况看，客车增幅回落，货车降幅扩大。与2019年同期相比，商用车产销同比增长11.1%和14.2%，增幅比1~10月分别回落3.7和3.6个百分点。

从客货细分车型情况看，本月除微货销量增长以外，其他车型销量均同比下降。其中重型货车减量最多，降幅最大。轻型货车同比减量也较大。客车中，轻型客车同比降幅比上月进一步扩大。

(4)新能源汽车产销双双超过40万辆。

11月，新能源汽车产销分别完成45.7万辆和45万辆，同比分别增长1.3倍和1.2倍。其中纯电动汽车产销分别完成37.2万辆和36.1万辆，同比分别增长1.2倍和1.1倍；插电式混合动力汽车产销分别完成8.5万辆和8.9万辆，同比分别增长1.6倍和1.7倍；燃料电池汽车产销分别完成212辆和147辆，同比分别下降26.4%和49.3%。本月新能源产销继续刷新记录。从细分车型来看，纯电动汽车、插电式混合动力汽车的产销也均刷新记录。11月新能源汽车市场渗透率17.8%，继续高于上月，其中新能源乘用车市场渗透率达到19.5%。

1~11月，新能源汽车产销分别完成302.3万辆和299万辆，同比增长1.7倍。市场渗透率达到12.7%，高于前10月。其中纯电动汽车产销分别完成250.4万辆和246.6万辆，同比分别增长1.8倍和1.7倍；插电式混合动力汽车产销分别完成51.7万辆和

52.2万辆，同比分别增长1.3倍和1.4倍；燃料电池汽车产销均完成0.1万辆，同比分别增长23.0%和16.0%。

(5)中国品牌乘用车市场份额同比继续增长。

11月，中国品牌乘用车共销售102.2万辆，同比增长7.2%，市场份额达到46.6%，比同期提升5.2个百分点。

1~11月，中国品牌乘用车共销售840.6万辆，同比增长25.1%，市场份额达到44.1%，比同期上升6.4个百分点。

(6)重点企业集团市场集中度低于同期。

1~11月，汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为2019.8万辆，同比增长2.4%，占汽车销售总量的86.0%，低于上年同期1.8个百分点。

(7)汽车出口同比保持快速增长。

11月，汽车企业出口20万辆，环比下降13.6%，同比增长59.1%。分车型看，乘用车本月出口17.0万辆，环比下降14.1%，同比增长71.2%；商用车出口3.0万辆，环比下降10.5%，同比增长13.0%。本月新能源汽车出口增长贡献度为32.9%。

1~11月，汽车企业出口179.3万辆，同比增长1.1倍。分车型看，乘用车出口142.7万辆，同比增长1.2倍；商用车出口36.6万辆，同比增长77.0%。

月我国挖掘机总销量为20,444台，同比减少36.60%。其中，国内销量14,014台，同比减少51.40%；出口6,430台，同比增长89.00%。2021年1~11月，我国挖掘机累计销量为318,746台，同比增长7.66%。其中，国内销量258,934台，同比减少2.49%；出口59,812台，同比增长95.91%。11月小松中国挖掘机开工小时数为109.70，同比下滑19.52%，仍处于近五年同期最低水平。国内方面，下游需求持续走弱导致挖机销量同比持续下滑。出口方面，虽然挖机出口量再创历史新高且增速继续回升，但由于出口占比仍较低，因而难以完全对冲国内销量的下滑。此外，挖机开工小时数已连续8个月处于近五年最低水平，反映下游需求仍较为低迷，预示后续国内挖机销量大概率难以企稳回升。

其他工程机械销量增速持续回落，印证行业景气逐渐下行。其他工程机械方面。装载机11月销量9,975台，同比减少8.53%，1~11月累计销量131,652台，同比增长9.77%。汽车起重机10月销量1,686台，同比下降55.20%，1~10月累计销量44,588台，同比下降1.24%。叉车10月销量8.39万台，同比增长6.73%，1~10月累计销量93.06万台，同比增长45.49%。与挖机类似，在国内下游需求持续走弱、出口增速下降等因素影响下，装载机、汽车起重机以及叉车等工程机械销量增速亦逐渐下降乃至转负，印证本轮行业周期已逐渐进入下行阶段。

11月挖掘机销量降幅持续扩大，开工小时数维持平稳

据工程机械协会数据，2021年11

(1)(2)(3)

11月动力电池装机量约18.14GWh, 同比增长102%

根据新能源汽车交强险口径数据统计显示, 2021年11月国内新能源汽车销量约37.9万辆, 同比增长97%, 动力电池装机量约18.14GWh, 同比增长102%。从装机量电池类型来看, 2021年11月三元动力电池装机量约9.48GWh, 同比增长74%; 磷酸铁锂电池装机量约8.62GWh, 同比增长147%。在磷酸铁锂版车型Model Y、model 3、比亚迪汉EV、宏光MINI EV带动下, 磷酸铁锂电池装机量同比增速大幅领先三元动力电池。

新能源汽车市场高速发展带动, 圆柱锂电池出货量持续增长

高工产业研究院数据统计显示, 2021年前三季度圆柱动力电池装机量约6.63GWh, 同比增长14%。预计全年同比增长有望超100%。2021年圆柱锂电池出货量持续快速增长, GII预计全年同比增长有望超100%, 增长动力主要来自于: 1) 新能源汽车市场高速发展带动, 圆柱锂电池出货量持续增长, GII数据统计显示, 2021年前三季度圆柱动力电池装机量约6.63GWh, 同比增长14%; 2) 其他细分市场如电动工具领域, 日韩企业重心转移动力市场, 对电动工具市场战略性退出, 使得国内企业圆柱出货量快速增长。

2021年底七省高铁里程突破2000公里

2021年12月底全国高铁汇总里程

数据约4.1万公里, 如不包含时速200公里及以下线路, 则高铁里程约为3.5万公里, 时速250-350公里准高铁占比约85%。目前已有7个省份高铁里程突破2000公里, 分别是广东、安徽、江苏、山东、辽宁、湖南、江西。2022年随着郑万高铁全线贯通和黄黄高铁、郑济高铁郑濮段开通, 湖北和河南省的高铁里程也将突破2000公里。

11月地产销售降幅收窄, 家电零售略显疲软

地产数据: 1~11月全国商品房销售面积较2020年同比增长5% (较19年同期+6%), 2021年11月单月较2020年同期下降14%, 降幅较之前有所降低, 主因信贷环境得到边际改善, 房企资金压力稍微缓解。1~11月房屋竣工面积同比+16%, 其中11月同比+13%, 竣工面积增速环比大幅提升, 或因短期资金链放松。

家电产销:

(1)空调: 出厂方面, 11月家用空调出货978万台 (同比2.4%), 其中内销517万台 (同比-4.5%), 今年制造成本上涨导致企业双十一宣传不及往年, 零售数据平平; 11月空调出口460万台 (同比+0.1%), 增幅有所缩窄, 主因备货需求逐渐趋缓。零售端: 11月空调全渠道零售量/额同比-21%/-16%, 较2019年同期分别-45%/-36%, 主因受到地产销售偏弱、双十一促销力度弱等因素影响。价格方面, 20Q4起行业均价同比转正, 11月线上/线下价格维持高增长, 分别+3%/+13%;

(2)大厨电: 11月油烟机全渠道零售量/额同比-18%/-8%, 较19年同期-13%/-6%, 景气度不佳主因年初需求过度释放以及地产销售不景气;

(3)冰箱&洗衣机: 11月冰箱量/额较2020年同期-12%/-3%, 较19年同期-8%/+2%, 洗衣机11月零售量/额分别同比-16%/-12%, 较19年同期-6%/-3%。4. 清洁电器: 11月清洁电器线上零售量/额同比-7%/+27%, 线下零售量/额同比-32%/-21%, 基数增高导致同比趋缓。MFC