

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，顾客需求低迷，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。

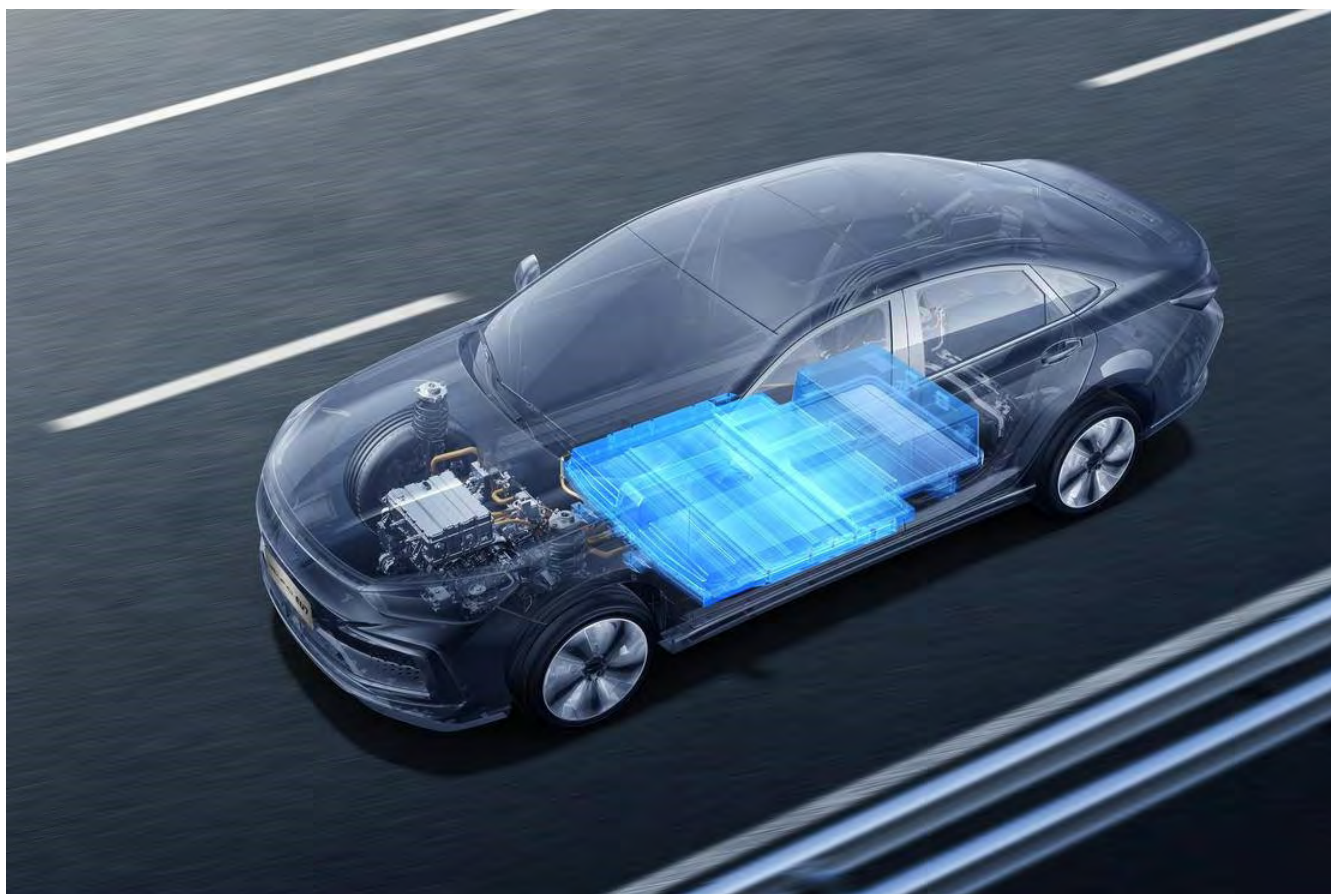
外需方面，新出口订单指数连续四个月落入收缩区间，但收缩率为四个月来最弱。企业反映外需减弱的原因是疫

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，





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产品价格依然高企，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，同比均增长 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持续增长。

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%。

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

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。

(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%；磷酸铁锂动力电池装机量约 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，磷酸铁锂动力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，GGII 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，GGII 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，同比分别 +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