MFC 行业观察

2024 年 1 月财新中国制造业 PMI 录得 50.8 与上月持平

随着各项稳增长政策发力显效，中国制造业景气度连续三个月扩张。

2 月 1 日公布的 2024 年 1 月财新中国制造业采购经理指数（PMI）录得 50.8，与上月持平。自 2021 年 6 月以来，该指数首次连续三个月位于扩张区间。

此前国家统计局公布的 2024 年 1 月制造业 PMI 录得 49.2，较上月上升 0.2 个百分点，结束了此前三个月的持续下滑，仍位于荣枯线以下。

从财新制造业 PMI 各分项指数看，1 月制造业供求均扩张，供给更强劲。制造业生产指数六个月内第五次高于荣枯线，新订单指数则连续六个月位于扩张区间。不过，整体销售增长有所放缓，增速降至 2023 年 10 月后最低。

尽管整体需求增长放缓，但外需由降转增，制造业新订单指数七个月来首次站上荣枯线。受调查企业表示，投资品生产增幅最大，而外需改善主要体现在中间品出口。

鉴于业务需求上升，制造业企业在 1 月增加采购，增幅虽小，但已刷新 2023 年 9 月来的最高纪录。供应商产能有所恢复，物流通畅度提升，供应商供货时间指数重回扩张区间。制造业企业积压工作量微降，现有产能足以消化额外的订单。与此同时，企业增加了原材料库存和产成品库存。

价格水平较为疲弱。制造业企业成本涨幅有限，1 月制造业购进价格指数创 2023 年 9 月以来低点。销售端价格表现更弱，激烈的市场竞争限制了企业的议价能力，制造业出厂价格指数重回荣枯线以下。

市场景气度好转尚未完全传导至劳动力市场，企业降本增效仍是优先考量。1 月制造业就业指数在过去 11 个月内第十次位于收缩区间，但收缩幅度较上月显著收窄。

在放缓裁员速度的同时，制造业企业对未来生产前景的信心有所改善。制造业生产经营指数升至 2023 年 5 月以来最高值，仍略低于长期均值。受访企业家认为，未来一年市场需求会进一步加强，企业自身也有相应的扩产计划。

财新智库高级经济学家王喆表示，2024 年 1 月制造业景气度继续扩张，但目前经济面临的困难和压力依然较大，不利因素和不确定性仍然偏多，需求弱于供给、就业压力大、市场预期不强的格局尚未发生根本扭转。政策层面仍需着眼于促就业、增加收入和改善预期。目前财政政策和货币政策尚有空间，相关政策力度有待进一步提升。尤其重要的是，政策需要加强与市场的有效沟通和良性互动，各部门政策也要加强协调配合，提高市场预期的一致性。

财新中国制造业PMI连续三个月维持在扩张区间

2024 年 1 月份全球制造业 PMI 为 49.3% 环比上升 1.3 个百分点

据中国物流与采购联合会发布，2024 年 1 月份全球制造业 PMI 为 49.3%，较上月上升 1.3 个百分点，摆脱了连续 9 个月 49% 以下运行走势，创出自 2023 年 3 月以来新高。分区域看，亚洲制造业 PMI 再次升至 50% 以上；欧洲和美洲制造业 PMI 虽仍在 50% 以下，较上月均有不同程度上升；非洲制造业 PMI 较上月小幅下降。

综合指数变化来看，2024 年开局，全球制造业有了初步摆脱持续弱势运行的迹象，恢复力度较上月有明显增强，且恢复的普遍性也相对较好，四大区域中三个区域恢复力度均较上月有所提升。全球制造业恢复力度的提升为改善全球经济预期带来了积极影响。IMF 最新预测 2024 年全球经济增长 3.1%，高于去年 10 月预测的 2.9%。按此预测来判断，2024 年全球经济将继续保持恢复韧性，不会低于 2023 年增长水平。IMF 此前预期 2023 年全球经济增速为 3.1%。

从积极因素看，2024 年，全球各国通胀压力将会有所缓解，有助于各国将发展重心转移到经济恢复的轨道上来；欧元区和美国降息预期逐步升温，只是时间节点尚无法确定，年中以后降息概率较大。从不利因素看，乌克兰危机仍在持续，巴以冲突尚未解决，红海危机的不确定性依然存在，这些地缘政治冲突仍将成为扰乱全球供应链秩序、导致通胀压力再次上升、导致全球贸易摩擦上升的不利因素。面对不利因素，各国政府需要付诸行动，尽快消除矛盾，加强合作与创新，共同应对挑战，实现融合发展，才能巩固经济恢复韧性。在地缘政治冲突影响下，平衡缓解通胀压力和保持经济平稳恢复之间的矛盾仍是 2024 年各国政府面临的主要选择。

2024 年 1 月份，欧洲制造业 PMI 为 47.2%，较上月上升 1.4 个百分点，创出自 2023 年 4 月以来的新高，显示欧洲制造业虽未摆脱整体弱势运行态势，但恢复速度较上月有明显加快。主要国家来看，德国、英国、法国、意大利和西班牙制造业 PMI 虽仍在相对较低水平，但较上月均有较为明显上升。1 月份，欧洲制造业恢复速度的加快为欧洲经济复苏带来积极影响，但欧洲经济整体弱势运行格局并未改变，需要结合欧洲制造业 PMI 后续走势变化，来观察欧洲经济加快恢复的可持续性。当前欧元区通胀压力相对稳定，1 月份 CPI 同比增长 2.8%，略低于去年 12 月的 2.9%。但乌克兰危机、巴以冲突和红海局势的不确定性对欧洲地区的影响仍不容忽视，会导致欧洲通胀压力继续上升。基于对地缘政治冲突影响的考虑，欧洲央行对 2024 年的经济预期仍偏悲观，将 2024 年欧元区经济增速从之前预测的 0.9% 下调至 0.6%。IMF 最新预测也将欧元区 2024 年经济增长预期由前期的 1.2% 下调至 0.9%。如果通胀压力继续上升，那么欧洲央行的货币政策将继续受到考验。如果欧元区 CPI 能保持当前水平，未受到地缘政治冲突影响，欧洲央行将会选择降息来推动持续弱势的欧洲经济恢复。市场普遍预期，欧洲央行将会在二季度选择降息。

2024 年 1 月份，非洲制造业 PMI 为 49%，较上月下降 0.8 个百分点，显示非洲制造业有所波动。从主要国家看，南非制造业增速较上月明显放缓，是拖累非洲制造业增长的主要力量，制造业 PMI 较上月明显下降；尼日利亚制造业增速较上月明显加快，制造业 PMI 连续 2 个月环比上升，且升至 54% 以上，是带动非洲制造业增长的主要力量。1 月份，非洲制造业未能实现加快恢复，但指数水平仍连续 2 个月在 49% 左右，且高于欧洲制造业 PMI，显示非洲经济仍保持平稳恢复。目前，非洲经济与全球经济的联系日益紧密，全球经济复苏对其影响力也逐渐增强。与其关系更为密切的亚洲经济持续温和复苏将会对非洲经济恢复带来积极影响。除了外部环境外，非洲经济稳定复苏要看非洲各国内政环境的稳定性。近些年，尽管仍有非洲国家出现动荡，但非洲整体政治秩序保持稳定，

MFC 行业观察

未从根本上影响非洲的经济恢复。非洲各国提出要利用好非洲大陆自贸区，加快推进非洲大陆工业化进程，以更好保障非洲经济复苏。经济学人智库近日发布报告认为，非洲经济增长将由 2023 年的 2.6% 升至 2024 年的 3.2%，位居全球第二，仅次于亚洲。

2024 年 1 月份，美洲制造业 PMI 为 49.6%，较上月上升 2 个百分点，连续 2 个月环比上升，且升幅明显，反映出美洲制造业恢复力度有所增强。主要国家数据显示，美国、巴西、加拿大和墨西哥制造业 PMI 较上月均有较为明显上升。ISM 报告显示，2024 年 1 月，美国制造业恢复力度有所增强，制造业 PMI 为 49.1%，较上月调整后的 47.1% 上升 2 个百分点，创出自 2022 年 11 月以来的新高。分项指数变化显示，美国制造业生产和市场需求活动较上月均有明显恢复，生产指数和新订单指数均升至 50% 以上。美国制造业恢复力度增强为美联储延缓降息时间提供了数据支持。2023 年四季度美国 GDP 的增速也达到了 3.3%，超出市场预期。数据变化表明，美国经济恢复力度在 2024 年初有所提升。IMF 近期将美国 2024 年经济增长预期上调至 2.1%，较前期预测值上升 0.6 个百分点。但美国国内一些机构对美国经济增长仍存在悲观预期。美国富国银行发布报告认为随着美国消费者支出放缓，未来几个月，美国经济预计将大幅降温。美国华尔街日报最新调查显示，美国商界和学术界经济学家认为 2024 年美国经济衰退的概率在降低，但他们预测的 2024 年经济增速平均水平仅为 1%。美国民意研究所公共事务研究中心发布的民意调查显示，超六成美国人对美国政府经济政策不满，仅三成认为美国经济表现良好。

2024 年 1 月份，亚洲制造业 PMI 为 50.4%，较上月上升 0.6 个百分点，继上月短暂回调后，再次升至 50% 以上，反映亚洲制造业增速较上月有所加快，延续 2023 年以来的温和增长趋势。从主要国家看，中国、日本、韩国和印度制造业 PMI 较上月均有不同程度上升；东盟国家中，除菲律宾外，其他主要国家制造业 PMI 较上月均有不同程度上升。稳定的政治环境和可持续的政策支持是亚洲主要国家保持温和增长的内部有利条件。RCEP 对区域贸易投资的促进作用是亚洲经济温和复苏的外部驱动因素。中国经济的平稳向好恢复仍将是保持亚洲恢复韧性的重要动力。IMF 最新报告将 2024 年亚太地区增长预期从去年 10 月份的 4.2% 上调至 4.5%；将 2024 年中国经济增长预期从去年 10 月份的 4.2% 上调至 4.6%。达沃斯世界经济论坛发布的最新一期《首席经济学家展望》报告认为，93% 和 86% 的首席经济学家预计南亚和东亚将出现适度或更强劲的增长。同时也要看到，亚洲地区同样面临货币贬值压力、大宗商品价格波动剧烈、贸易摩擦以及地缘政治冲突的影响，危险与机遇并存。

中汽协 2024 年 1 月我国汽车销量达 243.9 万辆，同比增长 47.9%

春节假期临近，新年促销活动持续进行，节前购车需求得到一定释放，加之去年同期受春节月和促销政策切换影响基数较低，1 月汽车产销同比呈现明显增长。当月，汽车产销分别完成 241 万辆和 243.9 万辆，环比分别下降 21.7% 和 22.7%，同比分别增长 51.2% 和 47.9%。

汽车工业经济运行特点

汽车产销同比快速增长

1 月，汽车产销分别完成 241 万辆和 243.9 万辆，环比分别下降 21.7% 和 22.7%，同比分别增长 51.2% 和 47.9%。

1 月，汽车国内销量 199.6 万辆，环比下降 24.9%，同比增长 48.1%; 汽车出口 44.3 万辆，环比下降 11.2%，同比增长 47.4%。

1 月，乘用车销量在节前购车需求释放及同期低基数等因素共同作用下同比实现较快增长。当月，乘用车共销售 211.5 万辆，环比下降 24.2%，同比增长 44%。在乘用车主要品种中，与上月相比，四大类乘用车品种销量均呈不同程度下降；与上年同期相比，交叉型乘用车销量呈两位数下降其他三大类乘用车销量呈明显增长。

乘用车产销同比快速增长

1 月，乘用车产销分别完成 208.3 万辆和 211.5 万辆，环比分别下降 23.2% 和 24.2%，同比分别增长 49.1% 和 44%。

1 月，乘用车国内销量 174.6 万辆，环比下降 26.3%，同比增长 43.3%; 乘用车出口 36.9 万辆，环比下降 12.4%，同比增长 47.5%。其中，传统燃料乘用车国内销量 114.5 万辆，比上年同期增长 24.1 万辆，环比下降 15.2%，同比增长 26.7%。

1 月，中国品牌乘用车共销售 127.8 万辆，环比下降 21.1%，同比增长 68.6%，占乘用车销售总量的 60.4%，占有率比上年同期提升 8.8 个百分点。在主要外国品牌中，与上月相比，除法系品牌销量呈两位数增长外其他四大主要品牌销量均呈明显下降；与上年同期相比，美系和法系品牌销量呈不同程度下降，其他三大主要品牌销量均呈两位数增长。

中国品牌乘用车市场份额超过 60%

中国品牌乘用车（1 月）销量 :127.8 万辆，同比增长 68.6%。

市场份额 :60.4%，上升 8.8 个百分点。

高端品牌乘用车同比快速增长

1 月，国内生产的高端品牌乘用车销量完成 36.6 万辆，环比下降 23.4%，同比增长 27.4%。

1 月，中国品牌轿车、67.2%，与上月相比，中国品牌轿车市场占有率下降，中国品牌 SUV 和 MPV 市场占有率增长；与上年同期相比，中国品牌轿车、SUV 和 MPV 市场占有率均呈不同程度增长。

1 月，传统燃料乘用车中，各级别车型同比均呈现正增长。目前销量主要集中在 A 级，销量 84.6 万辆，同比增长 35.7%。

1 月，新能源乘用车中，各级别车型同比均呈现正增长，其中 C 级涨幅最大，达到 1.4 倍。目前销量主要集中在 B 级，销量 24.8 万辆，同比增长 96.2%。

1 月，传统燃料乘用车中，除 30 ~ 35 万价格区间的车型同比下降外，其他价格区间车型同比均呈正增长，其中 15 ~ 20 万价格区间车型涨幅最大，达到 62.8%。目前销量主要集中在 10 ~ 15 万价格区间销量为 53.5 万辆，同比增长 43%。

1 月，新能源乘用车中，所有价格区间车型销量同比均呈正增长，其中 8 ~ 10 万价格区间车型张幅最大，达到 7.2 倍。目前销量主要集中在 15 ~ 20 万价格区间，销量为 18.5 万辆，同比增长 73.1%。

1 月，销量排名前十位的轿车生产企业共销售 62.4 万辆，占轿车销售总量的 69.9%。在销量排名前十位的轿车生产企业中，与上年同期相比，除上汽通用销量下降外，其他企业销量均呈不同程度增长，其中吉利汽车、中国一汽和东风有限（本部）增速更为明显。

商用车产销同比高速增长

1 月，商用车产销分别完成 32.7 万辆和 32.4 万辆，环比分别下降 10.7% 和 11.1%，同比分别增长 66.2% 和 79.6%。在商用车主要品种中，与上月相比，客车和货车产销均呈不同程度下降；与上年同期相比，客车、货车产销均呈明显增长。

1 月，商用车国内销量 25 万辆，环比下降 12.8%，同比增长 92.2%; 商用车出口 7.4 万辆，环比下降 4.9%，同比增长 46.9%。

1 月，商用车产销分别完成 32.7 万辆和 32.4 万辆，环比分别下降 10.7% 和 11.1%，同比分别增长 66.2% 和 79.6%。在商用车主要品种中，与上月相比，客车和货车产销

MFC 行业观察

均呈不同程度下降；与上年同期相比，客车、货车产销均呈明显增长。

1 月，商用车中货车产销分别完成 29.2 万辆和 28.9 万辆，环比分别下降 6.4% 和 6.6%，同比分别增长 65.9% 和 81.8%。客车产销均完成 3.5 万辆，环比分别下降 35.3% 和 36.5%，同比分别增长 68.1% 和 63.4%。

1 月，在货车细分品种中，与上月相比，重型货车和中型货车产销明显增长，轻型货车和微型货车产销呈两位数下降；与上年同期相比，四大类货车品种产销均呈不同程度增长。在客车细分品种中，与上月相比，三大类客车品种产销均呈两位数下降；与上年同期相比，三大类客车品种产销均呈不同程度增长。

新能源产销同比高速增长

1 月，新能源汽车产销分别完成 78.7 万辆和 72.9 万辆，环比分别下降 32.9% 和 38.8%，同比分别增长 85.3% 和 78.8%，市场占有率达到 29.9%。

1 月，新能源汽车国内销量 62.9 万辆，环比下降 41.8%，同比增长 93.3%；新能源汽车出口 10.1 万辆，环比下降 9.8%，同比增长 21.7%。

1 月，新能源汽车产销分别达到 78.7 万辆和 72.9 万辆，环比分别下降 32.9% 和 38.8%，同比分别增长 85.3% 和 78.8%，市场占有率达到 29.9%。在新能源汽车主要品种中，与上月相比，三大类新能源汽车品种产销均呈不同程度下降；与上年同期相比，三大类新能源汽车品种产销均呈快速增长。

重点企业（集团）增速有所提升

1 月，汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 208.2 万辆，同比增长 49.3%，占汽车销售总量的 85.3%，高于上年同期 0.8 个百分点。

1 月，新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 63 万辆，同比增长 77.9%，占新能源汽车销售总量的 86.4%，低于上年同期 0.4 个百分点。

1 月，国内汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 172.6 万辆，同比增长 47.7%，占汽车销售总量的 86.5%，低于上年同期 0.2 个百分点。

1 月，汽车销量排名前十位的企业（集团）共销售 208.2 万辆，占汽车销售总量的 85.3%。在汽车销量排名前十位企业中，与上年同期相比，除广汽集团销量下降外，其他企业销量均呈不同程度增长，其中东风公司和奇瑞控股增速更为明显。

汽车出口延续快速增长态势

1 月，汽车出口 44.3 万辆，环比下降 11.2%，同比增长 47.4%。分车型看，乘用车出口 36.9 万辆，环比下降 12.4%，同比增长 47.5%；商用车出口 7.4 万辆，环比下降 4.9%，同比增长 46.9%。

1 月，传统燃料汽车出口 34.3 万辆，环比下降 11.6%，同比增长 57.1%；新能源汽车出口 10.1 万辆，环比下降 9.8%，同比增长 21.7%。

1 月，销量排名前十位的 SUV 生产企业共销售 76.7 万辆，占 SUV 销售总量的 66.8%。在销量排名前十位的 SUV 生产企业中，与上年同期相比，广汽丰田销量小幅下降，其他企业销量均呈不同程度增长，其中东风本田和奇瑞汽车增速更为明显。

1 月，纯电汽车出口 8.2 万辆，环比下降 17.4% 同比增长 5%；插混汽车出口 1.8 万辆，环比增长 52.2%，同比增长 3.1 倍。

1 月，在整车出口的前十位企业中，奇瑞出口量达 9 万辆，同比增长 71.5%，占总出口量的 20.3%。与上年同期相比，比亚迪出口增速最为显著，出口达 3.7 万辆，同比增长 2.2 倍。

据中国汽车工业协会整理的海关总署数据显示，2023 年 12 月，汽车出口 45.9 万辆，环比下降 12.3%，同比增长 36.1%。其中，新能源汽车出口 13.6 万辆，环比下降 10.7%，同比增长 21.5%2023 年，汽车出口 522.1 万辆，同比增长 57.2%。其中新能源汽车出口 172.7 万辆，同比增长 61.5%。汽车出口量前十的国家中，俄罗斯、墨西哥和比利时出口量位居前三，市场表现较

强。新能源汽车出口的前三大国家为比利时、泰国和英国。

经济效益增速高于制造业总体

据中国汽车工业协会整理的国家统计局数据显示，2023 年 12 月，汽车制造业工业增加值同比增长 20%，高于同期制造业增加值 12.9 个百分点

2023 年 1 ~ 12 月，汽车制造业工业增加值同比增长 13%，较 1 ~ 11 月增长 0.7 个百分点，高于同期制造业增加值 8 个百分点。完成营业收入 100975.8 亿元，同比增长 11.9%; 实现利润总额 5086.3 亿元，同比增长 5.9%。

1 月，销量排名前十位的 MPV 生产企业共销售 5 万辆，占 MPV 销售总量的 75.3%。在销量排名前十位的 MPV 生产企业中，与上年同期相比，广汽丰田和上汽通用销量呈两位数下降，其他企业销量呈不同程度增长。

2023 年中国以外全球电动汽车交付量

2 月 16 日消息，据研究机构 SNE Research 统计，2023 年 1 月 ~ 12 月，全球电动汽车总销量（除中国以外）达到 564.8 万辆，增长 31.7%。

其中，特斯拉销量为 120.5 万辆，同比增长 37.8%；大众汽车集团（包括大众、奥迪和斯柯达）销量约 77 万辆，以 13.6% 的市场份额位居第二；排在第三位的是 Stellantis 集团总体销量为 56.2 万辆，市场份额 9.9%；现代汽车集团专注于 IONIQ 5/6、EV6、Niro 和 Kona，销量约 56 万辆，同比增长 10.4%，市场份额约 9.9%。

按地区划分，2023 年除中国以外，欧洲电动汽车注册量领先，占比 55.3%；其次是北美，占比 29.4%；SNE Research 表示，比亚迪在中国本土市场站稳脚跟后，一直在扩大中国以外的市场份额，2023 年海外销量超过 11.2 万辆，同比增长 568.9%。

表 1 年度累积全球电动机交付量（BEV+PHEV，包括商用车） （单位：千）

组名	类型	2022.1~12	2023.1~12	增长率	2022 年份额	2023 年占有率
1	特斯拉	874	1.205	37.8%	20.4%	21.3%
2	大众汽车	620	770	24.4%	14.4%	13.6%
3	斯特兰蒂斯	477	562	17.8%	11.1%	9.9%
4	起亚汽车	506	559	10.6%	0.12	9.9%
5	宝马	353	426	20.9%	8.2%	7.6%
6	梅赛德斯 – 奔驰	272	344	26.5%	6.3%	6.1%
7	雷诺日产三菱	325	331	2.1%	7.6%	5.9%
8	吉利	264	323	22.4%	6.2%	5.7%
9	上汽集团	101	189	86.6%	2.4%	3.4%
10	福特	173	178	2.6%	4.0%	3.1%
其他		325	759	33.4%	7.6%	13.4%
共计		4290	5648	31.7%	100.0%	100.0%

MFC 行业观察

工程机械 2024 年 1 月及 2023 年全年情况小结

据中国工程机械工业协会对挖掘机主要制造企业统计，2024 年 1 月销售各类挖掘机 12376 台，同比增长 18.5%，其中国内 5421 台，同比增长 57.7%；出口 6955 台，同比下降 0.73%。

2024 年 1 月销售电动挖掘机 12 台（6 吨级以下 1 台，18.5 至 28.5 吨级 11 台）。

装载机：据中国工程机械工业协会对装载机主要制造企业统计，2024 年 1 月销售各类装载机 7802 台，同比增长 18.9%。其中国内市场销量 3744 台，同比增长 54.1%；出口销量 4058 台，同比下降 1.79%。

2024 年 1 月销售电动装载机 370 台（ 3 吨 6 台，5 吨 271 台，6 吨 90 台，7 吨 1 台，8 吨 2 台）。

根据工程机械工业协会，2023 年，挖机行业累计销量约 19.5 万台，同比 -25.4%，其中内销约 9 万台，同比 -40.8%，出口约 10.50 万台，同比 -4%。

2023 年总销量相比高点 2021 年下滑 43.1%; 内销相比高点 2020 年下滑 69.3%; 出口在经历了三年快速增长后，2023 年出现波动，但相比 2021 年，仍增长 53.5%。

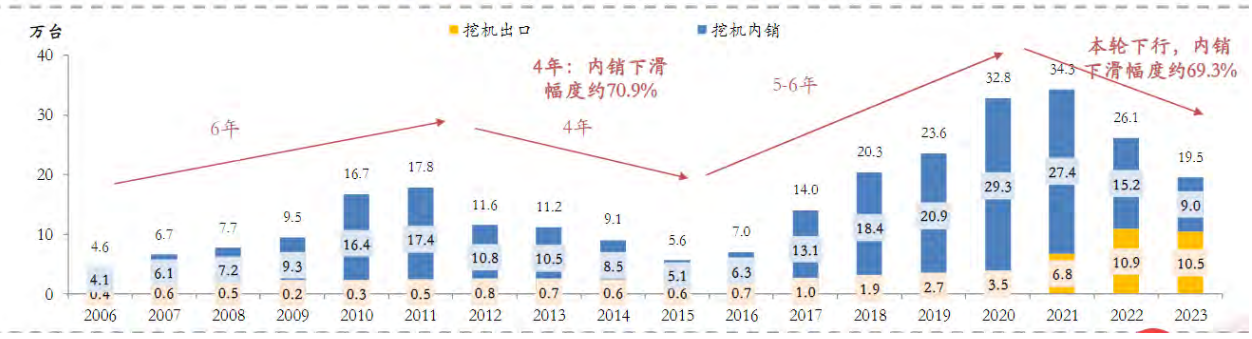
根据中国工程机械协会对海关数据的整理，1 ~ 12 月，我国工程机械整机 + 零部件出口金额 485.52 亿美元，同比增长 9.6%。分品类来看：

以起重机、挖机为代表的工程机械类出口表现分化。2023 年，挖机、起重机出口增速 -4%、+41.6%，虽有差异但自 2023 年下半年以来受东南亚景气波动、渠道库存影响，增速放缓趋势一致。2024 年不同品类出口一致性可能增强，波动收敛，有望由一带一路新兴市场支撑，而在欧美发达市场可能更要看中国品牌整体竞争力能否进一步增强。

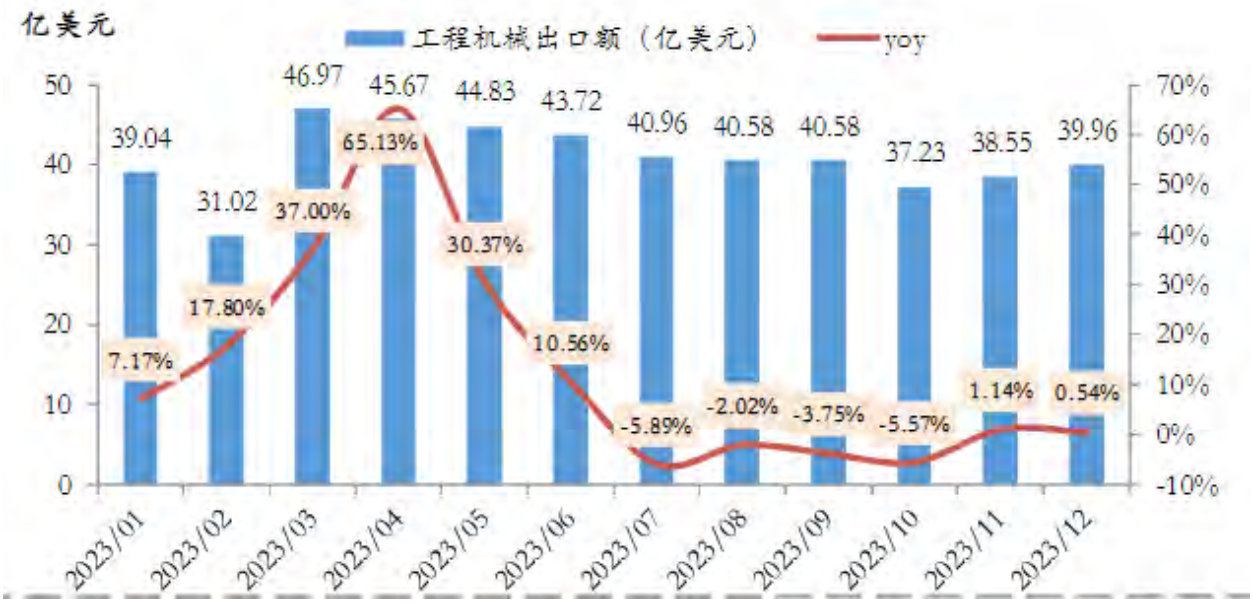
叉车 2023 年出口增速稳健：欧美需求占比相对较高，且制造业投资高增，未来新建工厂陆续进入投产阶段，叉车需求景气度有望进一步提高，锂电化新品或将持续促进结构优化；

高机 2023 年出口降速，关注臂式品类：整体出口增速降至 7.2%，系占比约 78% 的剪叉式出口增速放缓至 2%，而臂式出口高增延续，约 108%。发达市场更新需求、新兴市场渗透率提升加国产品牌海外产能陆续落地，臂式品类出口增长有望延续。

图：2021年挖机国内市场下行以来，恰逢国标切换，相比上一轮周期表现更为陡峭，出口对整体销量起到支撑作用。



图：2023年1-12月工程机械行业出口额及增速



2023 年中国工业机器人市场增速放缓，全年销量累计 28.3 万台，同比微增 0.4%

2023 年下半年市场较上半年有所改善，展现较强韧性，下半年销量 14.9 万台，新增近 1.5 万台。2023 年光伏一骑绝尘，电子、锂电、金属制品等行业需求持续萎缩；预计 2024 年下游行业需求将持续分化。

2023 年内资份额攀升至 45%，创历史新高；内资在 SCARA 及 <20kg 6-axis 领域的份额明显提升。各机型：2023 年 Cobots、<20kg 6-axis 同比增长，SCARA、>20kg6-axis、Delta 呈下滑态势。市场发展经过两年调整期，步入新增长期。工业机器人现仍处于“成长性“阶段的自动化产品，未来不同机型、行业、供应商的表现仍将呈现出结构性的差异化。MFC