

MFC 行业观察

2月财新中国制造业PMI微升至50.9 连续四个月扩张

随着经济持续修复、各项稳增长政策显效，中国制造业景气度连续四个月处于扩张区间。

3月1日公布的2024年2月财新中国制造业采购经理指数（PMI）录得50.9，较上月微升0.1个百分点，2021年下半年以来首次连续四个月位于扩张区间，表明制造业景气度持续提升。

国家统计局同日公布的2月制造业PMI录得49.1，低于上月0.1个百分点。

从财新制造业PMI各分项指数看，2月制造业产出与需求均继续扩张。当月制造业生产指数、新订单指数、新出口订单指数均在扩张区间上升，其中新出口订单指数录得一年来新高。

据调查样本企业反映，2月客户数量增多，并且购买力普遍改善，带动新业务量增长，海外市场对中国制造业产品的需求也广泛改善。

尽管市场供求均有改善，但就业市场仍然低迷，企业对增加用工保持审慎。2月制造业就业指数连续第六个月位于荣枯线以下，且较上月略有下降。据调查，部分企业因公司重组和成本控制而减少用工。分子行业看，消费品生产企业人员的增加无法抵消投资品和中间品生产企业员工的减少。

由于市场需求增速慢于生产，现有产能足以消化额外的订单，制造业

企业积压工作量在2月微降。受部分区域恶劣天气影响，物流通畅度有所减弱，当月供应商供应时间指数降至荣枯线以下。由于制造业企业生产较为活跃，采购量和原材料库存在2月均有增加，其中原材料库存指数录得2020年12月以来新高。为交付订单，部分企业动用了产成品库存。

价格水平仍较疲弱。尽管部分受访企业反映原材料价格有所上涨，但成本侧价格水平总体稳定，2月制造业购进价格指数仅略高于荣枯线，并录得2023年8月以来最低。销售端，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连续第二个月位于收缩区间，同样为2023年8月以来最低。

制造业企业家乐观情绪继续提升，2月生产经营预期指数续创2023年5月以来新高，企业家预期

未来一年全球经济回暖，内外部需求增加。

财新智库高级经济学家王喆表示，财新中国制造业PMI自2021年下半年以来首次连续四个月高于荣枯线，显示经济总体回升向好，高质量发展扎实推进。不过，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。新订单指数低于生产指数，生产和销售端价格持续低迷，内外需仍然不足；就业指数长期徘徊在荣枯线以下，企业增员扩产积极性不高，乐观预期有待进一步夯实。

他表示，2024年初，各项稳增长政策持续加码，春节后各地政府亦通过一系列会议传递稳经济意愿、提振市场主体信心。未来一段时间，前期各项政策落地见效情况应是关注重点，政策在保障民生和改善预期等环节或需进一步发力。

2月财新中国制造业PMI录得50.9



2024年2月份全球制造业 PMI 为 49.1%，连续 2 个月稳定在 49% 以上

2024年2月份全球制造业 PMI 为 49.1%，虽较上月下降 0.2 个百分点，但连续 2 个月稳定在 49% 以上，高于去年四季度 47.9% 的平均水平，显示全球制造业恢复力度仍较稳定，恢复水平仍好于去年四季度。分区域看，亚洲制造业 PMI 虽较上月下降，但仍在 50% 以上；非洲和欧洲制造业 PMI 较上月有所上升，美洲制造业 PMI 较上月有所下降，均在 50% 以下。

从指数变化看，前两个月全球经济态势较为稳定，要略好于去年四季度，但并未改变低增长格局，世界各主要机构普遍预期 2024 年全球经济增速维持在 3% 左右。从全球贸易来看，在地缘政治冲突不再进一步激化的前提下，2024 年全球贸易增速或将略高于全球经济增速，并好于去年同期。

全球经济仍保持低增长的原因有以下几个方面：一是地缘政治冲突持续干扰全球产业链和供应链，导致全球贸易在一定程度上受阻；二是贸易摩擦对全球经济的冲击仍在持续，中国贸促会发布的 2023 年 12 月全球贸易摩擦指数为 260，仍处于高位；三是全球需求增长缓慢导致经济内生动力不足，这是全球经济低速增长的主要原因。世界各国应摒弃分歧，减少外部干扰对全球经济的影响，通过加强合作，强化全球产业链和供应链

韧性，以产业升级和创新驱动为主要合作方向，共同提升全球经济增长的内生动力，才能摆脱全球经济低速增长态势，推动全球经济向好复苏。

欧洲制造业继续低位恢复，PMI 连续上升

2024年2月份，欧洲制造业 PMI 为 48%，较上月上升 0.8 个百分点，连续 2 个月环比上升，显示欧洲制造业虽仍在较低水平，但呈现持续恢复迹象。从主要国家来看，英国、法国、意大利和西班牙制造业 PMI 虽仍在相对较低水平，但均实现连续 2 个月环比上升；德国制造业未能延续上月加快恢复趋势，制造业 PMI 较上月明显下降。

结合指数变化，前两个月，欧洲制造业保持低位恢复，但恢复的稳定性仍有待观察。特别是作为欧洲经济火车头的德国经济恢复的稳定性较差，对欧洲经济的影响不容忽视。从 PMI 变化看，德国制造业 PMI 是欧洲有该项数据的国家中最低的。近期，德国政府对 2024 年经济增长的预测已从 1.3% 下调至 0.2%。在加息和需求持续不振的影响下，欧盟也继续下调对欧盟及欧元区经济预期，将欧盟经济增长率从 1.3% 下调至 0.9%，欧元区经济增长率从 1.2% 下调至 0.8%。从欧洲央行的各种表态来看，相对于经济恢复，其关注的重点仍集中在通胀压力，即使 2 月份欧盟统计

局公布的 CPI 同比上涨 2.6%，要低于 1 月的 2.8%，但却因为低于 2.5% 的预期和高于 2% 的目标，被欧洲央行视为不能急于降息的理由之一。在市场普遍预期欧元区首次降息将在 6 月开始的前提下，上半年欧洲经济将继续保持低位波动趋势。

非洲制造业有所回升，PMI 升至 50% 附近

2024年2月份，非洲制造业 PMI 为 49.8%，较上月上升 0.8 个百分点，显示非洲制造业增速较上月有所加快。从主要国家看，南非制造业较上月有明显恢复，制造业 PMI 升至 51% 以上，是非洲制造业回升的主要拉动力量；尼日利亚制造业增速较上月明显放缓，制造业 PMI 较上月明显下降，但仍在 51% 以上。

从近一年非洲制造业 PMI 变化趋势看，非洲制造业整体保持持续恢复态势，但恢复的稳定性欠佳。地缘政治冲突的外部冲击以及非洲一些国家内部政局不稳定是导致非洲经济恢复稳定性不足的主要原因。但非洲经济向好恢复的动力仍在。非洲开发银行近日发布报告，预计 2024 年非洲大陆实际国内生产总值 (GDP) 平均增长率为 3.8%。非洲经济持续向好恢复除了要保持区域内政局稳定外，要继续促进关键基础设施升级，加快非洲工业化进程，改善营商环境，促进多元化发展，提高经济恢复韧性。

MFC 行业观察

美洲制造业恢复力度趋弱，PMI 较上月下降

2024年2月份，美洲制造业PMI为48.6%，较上月下降1个百分点，结束连续2个月环比上升走势，表明美洲制造业恢复力度有所趋弱。主要国家数据显示，美国制造业PMI较上月有所下降，巴西、加拿大和墨西哥制造业PMI较上月均有不同程度上升。

ISM报告显示，2024年2月，美国制造业恢复力度有所减弱，制造业PMI为47.8%，较上月下降1.3个百分点。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不同程度下降，生产指数和新订单指数均降至50%以下。前两个月数据变化显示，美国制造业恢复的稳定性仍有待观察。美国的一些相关数据也从侧面反映出美国经济恢复存在一定的压力。一是美国商务部下修2023年四季度GDP增速，按年率计算增长3.2%，较首次预估下修0.1个百分点；二是世界大型企业联合会发布的消费者信心指数从1月的110.9降至106.7，近4个月以来首次下降；三是美国抵押贷款银行家协会公布数据显示，截至2024年2月23日，当周购房抵押贷款申请指数下降至127.6，为去年10月以来的最低水平，房地产市场回暖动力也有所减弱。从货币政策看，市场普遍预期美联储6月以前降息概率较低，也意味着上半年，政策层面对美国经济恢复的支

持力度有限。

亚洲制造业走势较为稳定，PMI 保持在50%以上

2024年2月份，亚洲制造业PMI为50.3%，较上月微幅下降0.1个百分点，连续2个月保持在50%以上，反映亚洲制造业仍保持平稳增长趋势。从主要国家看，中国制造业PMI连续2个月稳定在49%以上；印度制造业PMI连续2个月稳定在56%以上；东盟国家中，除泰国制造业PMI较上月降幅较大外，其余国家制造业PMI走势相对稳定，波动不大。

亚洲制造业PMI走势显示，亚洲制造业的稳定性仍好于欧洲、美洲

和非洲。RCEP的持续推进有利于提升亚洲经济一体化程度，从而保障亚洲经济稳定。亚洲开发银行发布《2024年亚洲经济一体化报告》显示，亚太区域在区域价值链以及人员和社会一体化方面的一体化程度已与欧盟相当。中国和印度经济的稳定复苏仍是推动亚洲经济稳定的重要力量。特别是中国对亚洲乃至世界经济的支撑力量仍十分明显。根据美国智库威尔逊中心的数据，中国依然是日本、韩国、越南等120多个国家和地区的最大贸易伙伴。此外，东盟也是亚洲经济稳定增长的重要力量，主要国家均保持稳步增长，亚洲开发银行预测2024年东盟经济将增长5%。

表1 2024年2月全球主要国家和地区制造业PMI指数

国家	2024年2月	2024年1月	环比
美国	47.8	49.1	-1.3
日本	47.2	48	-0.8
德国	42.5	45.5	-3
法国	47.1	43.1	4
意大利	48.7	48.5	0.2
荷兰	49.3	48.9	0.4
爱尔兰	52.2	49.5	2.7
希腊	55.7	54.7	1
西班牙	51.5	49.2	2.3
黑地利	43	43	0
英国	47.5	47	0.5
加拿大	49.7	48.3	1.4
俄罗斯	54.7	52.4	2.3
巴西	54.1	52.8	1.3
印度	56.9	56.5	0.4
印度尼西亚	52.7	52.9	-0.2
韩国	50.7	51.2	-0.5
越南	50.4	50.3	0.1
土耳其	50.2	49.2	1
波兰	47.9	47.1	0.8

汽车工业经济运行特点：2024年1~2月汽车销量达402.6万辆同比增长11.1%，汽车出口同比增长超三成

汽车产销环比同比双降

2月，汽车产销分别完成150.6万辆和158.4万辆，环比分别下降37.5%和35.1%，同比分别下降25.9%和19.9%。

1~2月，汽车产销分别完成391.9万辆和402.6万辆，同比分别增长8.1%和11.1%。

2月，汽车国内销量120.6万辆，环比下降40039.6%，同比下降26.8%；汽车出口37.7万辆环比下降14.9%，同比增长14.7%。

1~2月，汽车国内销量320.4万辆，同比增长7%；汽车出口82.2万辆，同比增长30.5%。

乘用车产销环比同比下降

2月，乘用车产销分别完成127.3万辆和133.3万辆，环比分别下降38.9%和37%，同比分别下降25.8%和19.4%。1~2月，乘用车产销分别完成336万辆和345.1万辆，同比分别增长7.9%和10.6%。

2月，乘用车国内销量101.8万辆，环比下降41.7%，同比下降26.3%；乘用车出口31.5万辆，环比下降14.7%，同比增长16.2%。其中，传统燃油乘用车国内销量64.6万辆，比上年同期减少31.8万辆，环比下降43.6%，同比下降33%。

1~2月，乘用车国内销量276.5万辆，同比增长6.4%；乘用车出口68.6万辆，同比增长31.5%。

中国品牌乘用车市场份额近60%

中国品牌乘用车(2月)销量:79.1万辆，同比下降9.4%；市场份额:59.4%，上升6.5个百分点

中国品牌乘用车(1~2月)销量:206.6万辆，同比增长26.7%，市场份额:59.9%，上升7.6个百分点

高端品牌乘用车较快下降

2月，国内生产的高端品牌乘用车销量完成26万辆，环比下降29%，同比下降15%。1~2月，国内生产的高端品牌乘用车销量完成62.6万辆，同比增长5.5%。

1~2月，传统燃料乘用车中，B级及以下销量同比均呈现正增长。目前销量仍主要集中在A级，累计销量134.3万辆，同比增长6.1%。

1~2月，新能源乘用车中，除A级同比下降外其他级别均呈现正增长，其中C级涨幅最大。目前销量主要集中在B级，累计销量42.1万辆，同比增长56.9%。

1~2月，传统燃料乘用车中，10~20万、40~50万同比呈现正增长，其中15~20万涨幅最大。目前销量仍主要集中在10~15万，累计销量85.9万辆，同比增长11%。

1~2月，新能源乘用车中，除20~25万、40~50万价格区间销量同比下降外，其他价格区间均呈正增长。目前销量仍主要集中在15~20万，累计销量29.6万辆，

同比增长11.7%。

商用车产销环比同比双降

2月，商用车产销分别完成23.3万辆和25.1万辆，环比分别下降28.9%和22.6%；同比分别下降26.6%和22.5%。

1~2月，商用车产销分别完成56万辆和57.5万辆，同比分别增长9%和14.1%。

2月，商用车国内销量18.8万辆，环比下降24.6%，同比下降29.1%；商用车出口6.2万辆环比下降15.7%，同比增长7.6%。

1~2月，商用车国内销量43.9万辆，同比增长10.8%；商用车出口13.6万辆，同比增长25.9%。

2月，商用车中货车产销分别完成20.3万辆和21.5万辆，环比分别下降30.4%和25.5%；同比分别下降28.2%和25.9%。客车产销分别完成3万辆和3.6万辆，产量环比下降15.7%，销量环比增长1.6%；产量同比下降13%，销量同比增长6.9%。

1~2月，货车产销分别完成49.5万辆和50.4万辆，同比分别增长7.9%和12.2%；客车产销分别完成6.5万辆和7.1万辆，同比分别增长17.9%和29.1%。

新能源汽车保持平稳运行

2月，新能源汽车产销分别完成46.4万辆和47.7万辆，同比分别下降16%和9.2%，市场占有率达到30.1%。

MFC 行业观察

1~2月,新能源汽车产销分别完成125.2万辆和120.7万辆,同比分别增长28.2%和29.4%市场占有率达到30%。

2月,新能源汽车国内销量39.5万辆,环比下降37.2%,同比下降9.8%;新能源汽车出口8.2万辆,环比下降18.5%,同比下降5.9%。1~2月,新能源汽车国内销量102.5万辆,同比增长34.3%;新能源汽车出口18.2万辆,同比增长7.5%。

重点企业(集团)同比呈较快增长

1~2月,汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为339.5万辆,同比增长11.2%,占汽车销售总量的84.3%,高于上年同期0.1个百分点。

1~2月,新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为104.4万辆,同比增长28.8%占新能源汽

车销售总量的86.5%,低于上年同期0.4个百分点。

1~2月,国内汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为274.7万辆,同比增长6.2%,占汽车销售总量的85.7%,低于上年同期0.6个百分点。

汽车出口延续良好表现

2月,汽车出口37.7万辆,环比下降14.9%,同比增长14.7%。分车型看,乘用车出口31.5万辆环比下降14.7%,同比增长16.2%;商用车出口6.2万辆,环比下降15.7%,同比增长7.6%。

1~2月,汽车出口82.2万辆,同比增长30.5%。分车型看,乘用车出口68.6万辆,同比增长31.5%;商用车出口13.6万辆,同比增长25.9%。

2月,传统燃料汽车出口29.5万辆,环比下降13.8%,同比增长22.1%;新能源汽车出口8.2万辆,

环比下降18.5%,同比下降5.9%。

1~2月,传统燃料汽车出口64万辆,同比增长39%;新能源汽车出口18.2万辆,同比增长7.5%。

2月,纯电动汽车出口6.6万辆,环比下降19.1%,同比下降19.4%;插混汽车出口1.6万辆,环比下降15.5%,同比增长2.3倍。

1~2月,纯电动汽车出口14.8万辆,同比下降7.5%;插混汽车出口3.4万辆,同比增长2.7倍。

2月,整车出口前十企业中,奇瑞出口量排名首位,达7.9万辆,同比增长47.9%,占总出口量的21%。长城出口增速最为显著,出口达3.1万辆,同比增长1.2倍。

1~2月,整车出口前十企业中,从增速上看,比亚迪出口6万辆,同比增长1.1倍;长城出口5.7万辆,同比增长91.9%;长安出口9.8万辆,同比增长86.8%。

2024年2月工程机械销量数据:9降3升!2月或为近两年最差月份

1月份,工程机械市场喜迎龙年开门红。淡季中向好,挖掘机、装载机、平地机、汽车起重机、履带起重机、随车起重机、工业车辆、升降工作平台、高空作业车等9大品类均

实现销量提升。其中,工业车辆和高空作业车两大品类同比增长更是高达90%以上。

从数据显示,2月份整体情况不尽人意,大部分品类出现大幅度下滑,

仅有平地机、随车起重机以及高空作业车出现小幅增长。

整体来看,今年春节在2月,是传统意义上的淡月,且部分需求在节前释放,始得大部分产品增速放缓。

另一方面，基建拉动作用正逐渐减弱，当前项目开工情况多以存量项目为主，且近 69.7% 的企业新开工项目较去年有所减少。

此外，从出口情况来看，虽然同比下降，但是相较国内市场幅度较小，海外市场还算稳定。

挖掘机

据中国工程机械工业协会统计数据显示，2024 年 2 月份，挖掘机主要制造企业销售各类挖掘机 12608 台，同比下降 41.2%；其中国内 5837 台，同比下降 49.2%；出口 6771 台，同比下降 32%。2024 年 1 ~ 2 月，共销售挖掘机 24984 台，同比下降 21.7%；其中国内 11258 台，同比下降 24.6%；出口 13726 台，同比下降 19.1%。2024 年 2 月销售电动挖掘机 2 台（6 吨级以下 1 台，18.5 至 28.5 吨级 1 台）。

装载机

据中国工程机械工业协会统计

数据显示，2024 年 2 月份，装载机主要制造企业销售各类装载机 6495 台，同比下降 32.6%；其中国内市场销量 2763 台，同比下降 50.4%；出口销量 3732 台，同比下降 8.44%。2024 年 1 ~ 2 月，共销售各类装载机 14297 台，同比下降 11.8%；其中国内市场销量 6507 台，同比下降 18.6%；出口销量 7790 台，同比下降 5.09%。2024 年 2 月销售电动装载机 298 台（3 吨 1 台，5 吨 257 台，6 吨 36 台，7 吨 4 台）。

平地机

据中国工程机械工业协会对平地机主要制造企业统计，2024 年 2 月当月销售各类平地机 507 台，同比增长 16%，其中国内 69 台，同比下降 16.9%；出口 438 台，同比增长 23.7%。

总而言之，形势严峻的主要原因还是在于国内市场的疲软。但值得期

待的是，此前的两会报告中提出，拟安排地方政府专项债券 3.9 万亿元、比上年增加 1000 亿元。并将从今年开始拟连续几年发行超长期特别国债，今年先发行 1 万亿元。同时，拟安排 7000 亿中央预算内投资，来加快实施“十四五”规划重大工程项目，合理扩大地方政府专项债券投向领域和用作资本金范围。

与此同时，近日，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，设备更新和产业升级将成为提升工程机械需求的一大内驱力。

届时，随着一系列利好政策的发行落地，将继续拉动基础设施投资，工程机械国内市场也将随着政策效应逐步显现。

