

## MFC 行业观察

### 指数小幅上升，全球经济开局平稳 —2025年1月份CFLP-GPMI分析

据中国物流与采购联合会发布，2025年1月份全球制造业PMI为50%，较上月上升0.5个百分点，连续3个月小幅上升。分区域看，2025年1月，亚洲制造业PMI有所回调，但仍连续13个月运行在50%以上；美洲制造业PMI升至50%以上，结束连续9个月50%以下运行态势；欧洲制造业PMI和非洲制造业PMI较上月一升一降，均在50%以下。

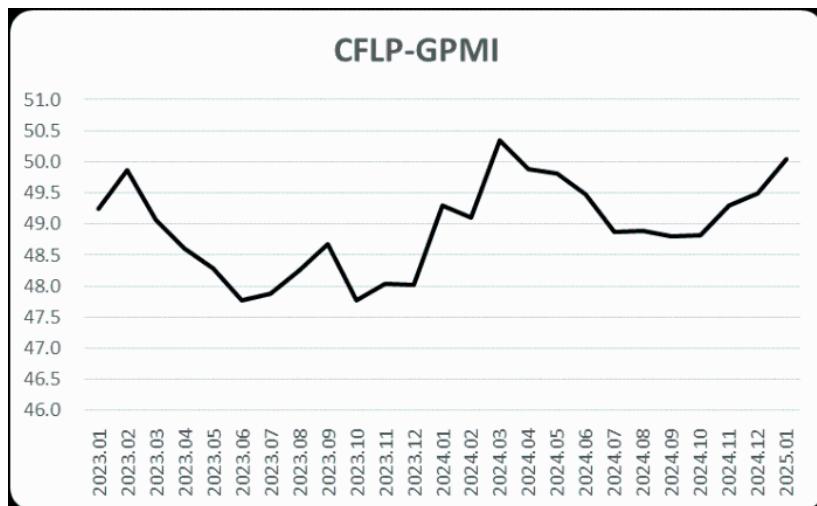
综合指数变化，全球制造业延续去年四季度以来的平稳复苏趋势，实现良好开局。分区域看，亚洲制造业增速虽有放缓，但保持持续扩张态势，美洲制造业时隔九个月重回扩张区间，欧洲制造业仍在收缩区间，但降幅较上月有所收窄；非洲制造业波动较大，重回收缩区间。

全球制造业平稳开局为2025年全球经济平稳向上奠定较好基础，主要国际机构保持对2025年全球经济平稳运行的预期。国际货币基金组织最新发布的《世界经济展望》

报告预计2025年全球经济增速将达到3.3%，较2024年10月份的预测值高出0.1个百分点。联合国发布《2025年世界经济形势与展望》报告预计2025年全球经济增长率将维持在2.8%，与2024年持平。

但也要看到，需求内生动力不足、地缘政治冲突和贸易摩擦加剧三个主要问题也将与全球经济复苏相伴而行。在科技发展没有催生出大量创新性需求的前提下，全球市场需求内生

动力恢复仍待时日；一些地区的地缘政治冲突没有出现明显改善迹象，对全球经济复苏的扰动将持续存在；以加征关税为主的贸易摩擦将在2025年给全球经济复苏带来不确定性影响。同时，也有越来越多国家认识到加强区域合作对保持经济复苏韧性的的重要性。对立与合作两种经济思路的博弈也将在2025年继续相互碰撞，影响着全球经济复苏的方向。



### 欧洲制造业弱势恢复，PMI较上月上升

2025年1月份，欧洲制造业PMI为47.8%，较上月上升1个百

分点，结束连续2个月环比下降走势。从主要国家来看，希腊和瑞典制造业

PMI均在52%以上；西班牙制造业PMI较上月下降，仍在50%以上；

德国、英国和法国制造业 PMI 较上月均有不同程度上升，但指数仍在 50% 以下。

综合指数变化，欧洲制造业 PMI 虽较上月上升，但指数仍在 48% 以下，意味着欧洲制造业恢复力度虽较上月有所上升，但整体未改弱势恢复态势。特别是以德国和法国为主的主要领头羊国家恢复动力仍然较弱。德

国联邦统计局数据显示，2024 年德国国内生产总值（GDP）比上年下降 0.2%，为连续第二年负增长。德国联邦政府预计 2025 年德国经济增长 0.3%，较去年秋季预测的 1.1% 大幅下调。法国也面临财政赤字激增的困境，法国政府将 2025 年经济增长预期从之前的 1.1% 下调至 0.9%。从欧洲整体经济恢复态势看，能源依

赖对欧洲的影响仍然存在，地缘政治冲突通过能源依赖给欧洲经济的冲击也将随之而行。为了加快欧洲经济恢复进程，欧洲央行选择继续降息，自去年 6 月以来第五次下调利率。继续降息对欧洲经济的影响仍待观察。全球贸易形势的不确定性变化也将影响着欧洲经济恢复。

## 美洲制造业恢复力度增强，PMI 升至 50% 以上

2025 年 1 月份，美洲制造业 PMI 为 50.9%，较上月上升 1.3 个百分点，连续 3 个月环比上升，时隔九个月再次回升至 50% 以上，意味着美洲制造业恢复力度有所增强。主要国家数据显示，美国、巴西和哥伦比亚制造业 PMI 较上月有不同程度上升，且均在 50% 以上，加拿大制造业 PMI 较上月有所下降，但也在 50% 以上。

美国制造业 PMI 较上月明显上升带动美洲制造业 PMI 的上升。ISM 报告显示，2025 年 1 月，美国制造业 PMI 为 50.9%，较上月调整后的 49.2% 上升 1.7 个百分点，连续 3 个月环比上升，显示美国制造业进入了扩张区间，恢复力度较上月明显提升。分项指数变化显示，美国制造业供需较上月均有明显提升，生产指数和新订单指数均在 52% 以

上，环比升幅均超 2 个百分点。美国制造业的加快恢复为美联储暂缓降息步伐提供了依据。美联储近期会议决定将联邦基金利率目标区间维持在 4.25% ~ 4.5% 之间。但美国对外加征关税的政策对美国经济运行成本的影响仍待评估，美国 CPI 是否会因此回升至 3% 以上仍待观察。2024 年 12 月，美国 CPI 同比涨幅为 2.9%。

## 非洲制造业有所下降，PMI 降至 50% 以下

2025 年 1 月份，非洲制造业 PMI 为 49.4%，较上月下降 0.8 个百分点。从主要国家来看，尼日利亚制造业 PMI 虽较上月有所下降，但仍在 52%，埃及制造业 PMI 升至 50% 以上，南非制造业 PMI 连续 4 个月下降，指数降至 46% 以下，是拖累非洲制造业 PMI 下降的主要因

素。

数据变化显示，非洲制造业波动较大，继上月回升至扩张区间后，再次回落至收缩区间，恢复的稳定性仍待提升。非洲经济恢复仍面临政治脆弱和外部依赖程度较高等问题，需要通过深化内部改革和加强国际合作来保持经济恢复的稳定性。同时也要看

到，非洲发展潜力不容忽视，非洲开发银行对非洲经济预期保持乐观，预计 2025 年非洲大陆经济增速将升至 4.3%。区域经济一体化、科技创新和人才培养是非洲培育经济内生动力的重要抓手。

## MFC 行业观察

### 亚洲制造业保持扩张，PMI 有所下降

2025年1月份，亚洲制造业PMI为50.7%，较上月下降0.4个百分点，连续13个月稳定在50%的扩张区间。从主要国家来看，受春节临近影响，中国制造业PMI较上月下降。印度制造业PMI升至57%以上。东盟国家中，印度尼西亚、新加坡和菲律宾制造业PMI均保持在50%以上；马来西亚、缅甸和越

南制造业PMI均在50%以下。日本制造业PMI较上月下降，在50%以下；韩国制造业PMI较上月上升，在50%以上。

数据变化显示，亚洲制造业增速较上月有所放缓，但仍保持扩张态势，恢复势头仍较稳定。同时，亚洲各国也面临美国加征关税的不确定性影响。中国经济的稳定发展仍是亚洲经

济稳定的重要基石。国际货币基金组织在最新一期《世界经济展望报告》中上调中国2025年经济预期增速至4.6%，较2024年10月的预测值高出0.1个百分点。中国一系列增量政策的加快落地对中国经济稳定乃至全球经济稳定复苏均有积极的意义。

### 2025年1月工程机械行业主要产品销售快报

#### 挖掘机

据中国工程机械工业协会对挖掘机主要制造企业统计，2025年1月销售各类挖掘机12512台，同比增长1.1%。其中国内销量5405台，同比下降0.3%；出口量7107台，同比增长2.19%。

2025年1月销售电动挖掘机18台（6吨以下2台，10至18.5吨级1台，18.5至28.5吨级10台，40吨以上5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，2025年1月销售各类装载机7920台，同比增长1.51%。其中国内销量3706台，同比下降1.01%；出口量4214台，同比增长3.84%。

#### 2025年1月销售电动装载机

1086台（3吨以下16台，3吨20台，5吨720台，6吨253台，7吨74台，8吨1台，滑移2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，2025年1月当月销售各类平地机698台，同比增长22%，其中国内销量114台，同比增长23.9%；出口量584台，同比增长21.7%。

#### 汽车起重机

据中国工程机械工业协会对汽车起重机主要制造企业统计，2025年1月当月销售各类汽车起重机1267台，同比下降21.5%，其中国内销量529台，同比下降38%；出口量738台，同比下降3.02%。

#### 履带起重机

据中国工程机械工业协会对履带起重机主要制造企业统计，2025年1月当月销售各类履带起重机174台，同比下降12.6%，其中国内销量39台，同比下降40.9%；出口量135台，同比增长1.5%。

#### 随车起重机

据中国工程机械工业协会对随车起重机主要制造企业统计，2025年1月当月销售各类随车起重机1797台，同比下降10.2%，其中国内销量1599台，同比下降1.78%；出口量198台，同比下降46.9%。

#### 塔式起重机

据中国工程机械工业协会对塔式起重机主要制造企业统计，2025年1月当月销售各类塔式起重机301

台，同比下降 57.8%，其中国内销量 189 台，同比下降 68.3%；出口量 112 台，同比下降 4.27%。

#### 工业车辆

据中国工程机械工业协会对叉车主要制造企业统计，2025 年 1 月当月销售各类叉车 93648 台，同比下降 15.4%。其中国内销量 54950 台，同比下降 24%；出口量 38698 台，同比增长 0.69%。

#### 压路机

据中国工程机械工业协会对压路机主要制造企业统计，2025 年 1 月

当月销售各类压路机 1407 台，同比增长 24.5%，其中国内销量 417 台，同比下降 4.14%；出口量 990 台，同比增长 42.4%。

#### 摊铺机

据中国工程机械工业协会对摊铺机主要制造企业统计，2025 年 1 月当月销售各类摊铺机 86 台，同比增长 14.7%，其中国内销量 56 台，同比增长 5.66%；出口量 30 台，同比增长 36.4%。

#### 升降工作平台

据中国工程机械工业协会对升

降工作平台主要制造企业统计，2025 年 1 月当月销售各类升降工作平台 10538 台，同比下降 37.1%，其中国内销量 2468 台，同比下降 64%；出口量 8070 台，同比下降 18.5%。

#### 高空作业车

据中国工程机械工业协会对高空作业车主要制造企业统计，2025 年 1 月当月销售各类高空作业车 344 台，同比增长 0.58%，其中国内销量 335 台，同比下降 0.59%；出口量 9 台，同比增长 80%。

## 三大白电 2025 年 1 月排产数据发布

据产业在线最新发布的三大白电排产报告显示，2025 年 1 月空冰洗排产合计总量共计 3222 万台，较 2024 年 1 月的生产实绩下跌 4.3% 分产品来看，1 月份家用空调排产 1714 万台，同比下滑 1.5%；冰箱排产 768 万台，同比下滑 6.5%；洗衣机排产 740 万台，同比下滑 8%。

#### 空调排产

据产业在线最新发布的家用空调排产报告显示，2025 年 1 月家用空调内销排产 724 万台，较今年 1 月份的内销实绩下滑 1.1%：2 月排产 669 万台，同比增长 10.2%；3 月排产 1390 万台，同比增长 12.5%。

家用空调内销市场的更新需求在国补刺激下，得到了较大激发，从 8 月份开始显著回暖，扭转了今年以来国内市场下降的趋势，提振了企业信

心，同时对行业均价提升、产品结构改善、库存消化，都带来积极影响。预计在国补的带动下，明年上半年的生产出货依旧有增长空间，但是行业

对于市场仍然存在担忧，担心国补刺激带来的透支需求对于后期市场抱有更多观望态度。在外销抢订单抢生产的情况下，同时基于 2024 年同期较



# MFC 行业观察



高的基数水平，内销排产略有下调。此外 2025 年春节在 1 月份，也在一定程度上影响了排产。

2025 年 1 月家用空调出口排产 990 万台，较去年同期出口实绩增长 10.1%；2 月出口排产 771 万台，同比增长 23.3%；3 月出口排产 1108 万台，同比增长 10.0%。

出口市场延续前期的增长势头，一方面是海外客户担心出现由于国内春节假期导致交付延迟，一、二季度一般是海外市场的铺货时间为避免备货不足导致错过销售时机，因此备货普遍提前；另一方面美国大选后对关

税上调的预期也让海外订单更为前置；此外，海外部分区域如东南亚、中东等市场需求增长推动了行业增长。出口均价也呈现企稳回升趋势，预示着短期内出口市场前景向好。

## 冰箱排产

据产业在线最新发布的冰箱排产报告显示，2025 年 1 月冰箱内销排产 376 万台，较 2024 年 1 月同期内销实绩下降 5.8%。

受国补以旧换新刺激影响，四季度冰箱内销生产在 10 月份冲高后 11、12 月陆续回落，既有双十一提前的影响，也受部分地区国补资金提

前耗尽等影响，在此期间制造企业根据终端以及库存情况不断调整排产，总体来看全年冰箱内销呈现微增趋势。近期中央经济工作会议提出 2025 年将继续扩大内需，家电以旧换新有望延续实施受此影响，预计明年一季度内销排产整体呈增长趋势，但 1 月受春节放假影响同比微降。另据产业在线获悉，部分企业担忧国补在今年四季度带来的透支，调低了 2025 年初排产。

2025 年 1 月冰箱出口排产 392 万台，较 2024 年 1 月同期出口实绩下降 3.2%。



冰箱行业出口近期持续保持较高增长，好于此前预期。海外相关数据显示，2024年黑五网一时间拉长，加上折扣幅度较大，传统欧美区域整体销售表现不错，其中家电产品是主要驱动力之一。但随着大促的结束，出口环比开始下滑，分区域表现来看，预计美国抢出口12月开始陆续体现，欧洲补库步入尾声，南美非洲等新兴区域继续增长但需要警惕部分国家汇率波动以及贸易保护政策变化，1月前期受春节影响会提前出一部分货，但受高基数影响同比会略有下降。

#### 洗衣机排产

据产业在线最新发布的洗衣机排

产报告显示，2025年1月洗衣机内销排产365万台，较2024年1月的内销实绩下降3.9%。今年四季度洗衣机的整体销量继续上升，但增速逐渐下降。双11促销期间的以旧换新效果显著，特别是对于一级能效产品。不过由于补贴增速较快，短期销量大增预支了部分后续需求，对之后的销量会有一定影响。2025年1月由于春节休假原因，预计销量同比会有小幅下滑。家电市场虽然有以旧换新继续支持，今年年末销量回暖，但各厂商竞争依然激烈，明年的洗衣机内销依然压力较大。

#### 2025年1月洗衣机出口排产

375万台，较2024年1月份的出口实绩同比下滑9.0%。

今年四季度，洗衣机出口同比依然保持高速增长态势。但整体出口水平已经在逐渐走低，环比出口量降至350万台左右。年末人民币汇率走势持续下降，对美国抢出口也对近期出口有一定助力。洗衣机短期出口走势预计仍可保持较高水平，但由于海外库存已经充裕加上春节期间的影响，1月份的排产出现了一定下滑。

## 2024年中国手机、平板电脑和PC电脑的产量情况

### 综述

1月，我国经济总体产出继续保持扩张，企业预期回升明显，在宏观政策的加持下对未来市场较为乐观。春节期间消费市场供需两旺，消费品“以旧换新”政策持续显效，消费需求增势强劲，为我国经济全年实现

较快增长形成利好条件。

1月，尽管有效工作日减少，但在“以旧换新”政策、春节经济助力等利好因素驱动下，汽车产量实现小幅增长，销量较同期只微降，行业迎来平稳开局。其中，乘用车延续良好表现，产销同比双增；新能源汽车

产销和汽车出口延续良好表现。

汽车是拉动经济增长的重要引擎，汽车行业的平稳运行对稳定经济大盘至关重要。年前，中央经济工作会议系统部署了2025年经济工作，更加积极有为的政策基调为推动经济持续回升向好提供动力，有利于提振

## MFC 行业观察

市场信心和预期。春节后首场国常会明确把提振消费摆到更加突出位置，国家有关部委积极贯彻落实中央部署。相信随着系列政策的出台落地、深入实施，将有助于汽车行业稳定发展，实现良好开局。

### 汽车工业经济运行特点

#### 一、汽车总体产销、内销、出口情况

##### 1. 汽车总体产销情况：实现平稳开局

1月，汽车产销分别完成245万辆和242.3万辆，环比分别下降27.2%和30.5%，产量同比增长1.7%，销量同比下降0.6%。

##### 2. 汽车内销情况：环比同比双降

1月，汽车国内销量195.3万辆，环比下降34.5%，同比下降2.1%。其中，传统燃料汽车国内销量116万辆，环比下降23.7%，同比下降15.1%。

##### 3. 汽车出口情况：同比小幅增长

1月，汽车出口47万辆，环比下降6.8%，同比增长6.1%。

##### 4. 汽车出口情况：新能源汽车出口表现好于传统燃料汽车

1月，传统燃料汽车出口32万辆，环比下降13.8%，同比下降6.6%；新能源汽车出口15万辆，环比增长12.6%，同比增长49.6%。

#### 二、乘用车产销、内销、出口情况

##### 1. 乘用车产销情况：产销同比双增

1月，乘用车产销分别完成215.1万辆和213.3万辆，环比分别下降28.4%和31.6%，同比分别增长3.3%和0.8%。

##### 2. 乘用车产销情况：中国品牌乘用车销量占比进一步提升

1月，中国品牌乘用车销量145.9万辆，同比增长14.1%，销量占有率为68.4%，较上年同期上升8个百分点。

##### 3. 乘用车产销情况：新能源乘用车市场表现好于传统燃料乘用车

1月，传统燃料乘用车中，销量普遍呈不同程度下降，目前销量仍主要集中在A级，累计销量67.1万辆，同比下降20.6%。

1月，新能源乘用车中，各级别销量均呈不同程度增长，目前销量仍主要集中在A级和B级，累计销量分别为26.8万辆和25万辆，同比分别增长32.9%和0.8%。B级电动化趋势明显，C级和D级电动化引领消费升级，中国高端新能源品牌持续快速发展，促进高端品牌新能源乘用车占比大幅增加。

##### 4. 乘用车产销情况：新能源乘用车主流价格区间高于传统燃料乘用车

1月，传统燃料乘用车中，中高级降幅明显，目前销量仍主要集中在10~15万价格区间，累计销量39.9万辆，同比下降25.3%。

1月，新能源乘用车中，

20~25万元、30~50万价格区间销量同比下降，其他价格区间销量均呈正增长，目前销量仍主要集中在15~20万价格区间，累计销量22.4万辆，同比增长21.4%。

##### 5. 乘用车内销情况：环比同比双降

1月，乘用车国内销量173.8万辆，环比下降35.5%，同比下降0.5%；其中，传统燃料乘用车国内销量98.2万辆，比上年同期减少16.4万辆，环比下降24.6%，同比下降14.3%。

##### 6. 乘用车出口情况：同比小幅增长

1月，乘用车出口39.5万辆，环比下降7.2%，同比增长7%。

#### 三、商用车产销、内销、出口情况

##### 1. 商用车产销情况：商用车市场表现依旧疲弱

1月，商用车产销分别完成29.9万辆和29万辆，环比分别下降17.2%和21.2%，同比分别下降8.6%和10.3%。其中，天然气商用车销量1.4万辆，环比下降22.6%，同比下降25.3%。

##### 2. 商用车产销情况：货车同比下降、客车同比增长

1月，货车产销分别完成26.2万辆和25.3万辆，环比分别下降13.6%和17.9%，同比分别下降10.2%和12.4%。客车产销分别完成3.7万辆和3.8万辆，环比分别下降35.9%和37.9%，同比分别增

长 4.5% 和 7.1%。

### 3. 商用车内销情况：国内市场需求偏弱

1 月，商用车国内销量 21.6 万辆，环比下降 25.7%，同比下降 13.8%。其中，货车国内销量 18.8 万辆，环比下降 21.5%，同比下降 16.5%；客车国内销量 2.7 万辆，环比下降 45.7%，同比增长 10.9%。

### 4. 商用车出口情况：同比略有增长

1 月，商用车出口 7.5 万辆，环比下降 4.5%，同比增长 1.5%。

### 四、新能源汽车产销、内销、出口情况

#### 1. 新能源汽车产销情况：同比继续保持较快增长

1 月，新能源汽车产销分别完成 101.5 万辆和 94.4 万辆，同比分别增长 29% 和 29.4%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 38.9%。

#### 2. 新能源汽车内销情况：同比继续保持较快增长

1 月，新能源汽车国内销量 79.3 万辆，环比下降 45.8%，同比增长 26.2%。其中，新能源乘用车国内销量 75.6 万辆，环比下降 45.7%，同比增长 25.9%；新能源商用车国内销量 3.7 万辆，环比下降 46.7%，同比增长 31.4%。

#### 3. 新能源汽车内销情况：新能源汽车国内销量占比较同期有所提升

1 月，新能源汽车国内销量占汽车国内销量比例为 40.6%；新能源乘用车国内销量占乘用车国内销量比例为 43.5%；新能源商用车国内销量占商用车国内销量比例为

17.3%。

### 4. 新能源汽车出口情况：同比快速增长

1 月，新能源汽车出口 15 万辆，环比增长 12.6%，同比增长 49.6%。其中，新能源乘用车出口 14.4 万辆，环比增长 15.4%，同比增长 46.2%；新能源商用车出口 0.7 万辆，环比下降 25.9%，同比增长 2.1 倍。

### 5. 新能源汽车出口情况：插混汽车出口增速远超纯电动汽车

1 月，纯电动汽车出口 10 万辆，环比增长 20.4%，同比增长 22%；插混汽车出口 5 万辆，环比下降 0.1%，同比增长 1.7 倍。

### 五、重点企业（集团）销量、内销、出口情况

#### 1. 重点企业（集团）销量情况：

汽车销量前十企业合计销量同比微降

1 月，汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 205.3 万辆，同比下降 1.4%，占汽车销售总量的 84.7%，低于上年同期 0.7 个百分点。

### 2. 重点企业（集团）销量情况：新能源汽车销量前十企业合计销量同比快速增长

1 月，新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 80.3 万辆，同比增长 32.3%，占新能源汽车销售总量的 85.1%，高于上年同期 1.9 个百分点。

### 3. 重点企业（集团）内销情况：国内销量前十企业合计销量同比小幅下降

1 月，国内汽车销量排名前十位的企业集团销量合计 167.1 万辆，

单位：万辆、%

1月市场集中度	1月	环比	同比	市场份额
前三家53.2%	50.2	-32.7	50.5	53.2
前五家65.9%	62.2	-34.0	46.7	65.9
前十家85.1% 同比+32.3%	80.3	-38.7	32.3	85.1

重点企业（集团）销量情况：汽车销量前十企业合计销量同比微降

单位：万辆、%

1月市场集中度	1月	环比	同比	市场份额
前三家35.9%	87.0	-14.8	19.9	35.9
前五家57.1%	138.5	-24.4	10.8	57.1
前十家84.7% 同比-1.4%	205.3	-30.9	-1.4	84.7

重点企业（集团）销量情况：新能源汽车销量前十企业合计销量同比快速增长

# MFC 行业观察

2025年1月整车出口量前十位企业



同比下降 3.2%，占汽车销售总量的 85.6%，低于上年同期 0.9 个百分点。

## 六、海关进出口数据

据中国汽车工业协会整理的海关总署数据显示，2024 年 12 月，汽车进口 6.8 万辆，环比增长 12.4%，同比下降 15.4%；出口 57.4 万辆，环比增长 4.6%，同比增长 24.9%。

2024 年，汽车进口 70.5 万辆，同比下降 11.8%；出口 640.7 万辆，同比增长 22.7%。

新年消费需求旺盛：2025 年，全国主要城市在春节假期的消费表现

显著回暖。假期期间，全国消费相关行业日均销售收入增长了 10.8%。

国家密集施策：中央经济工作会议系统部署：2025 年要实施更加积极有为的宏观政策，为实现全年目标任务提供强有力的政策支撑。

六部委落实举措，同向发力：

国家发展改革委 - 更快更充分释放政策效能。

工业和信息化部 - 强化企业科技创新主体地位。

交通运输部 - 推动物流成本持续下降。

商务部 - 以旧换新政策加力扩围。

市场监管总局 - 综合整治“内卷式”竞争。

金融监管总局 - 促进低成本信贷快速直达。

企业积极行动：多个车企完成热门新车型申报亮相、企业技术创新成果发布。

防止“内卷式”竞争：共同维护公平竞争、优胜劣汰的市场秩序，促进产业健康可持续发展。MFC