

MFC 行业观察

2024年7月份制造业 PMI 为 49.4%

中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心发布的 2024 年 7 月份中国制造业采购经理指数 (PMI) 为 49.4%，较上月小幅下降 0.1 个百分点，连续 3 个月稳定在 49.5% 左右的水平，运行态势持续稳定。从分项指数变化来看，企业生产稳中有增，市场需求相对稳定，原料成本有所下降，消费品制造业和高耗能行业有所升温，经济后市回升动力也在蓄积。

企业生产稳中有增。7 月份，尽管多地出现高温多雨天气，但我国制造业企业生产活动继续稳中有增，生产指数为 50.1%，较上月下降 0.5 个百分点，仍连续 5 个月运行在扩张区间，显示企业生产稳定扩张。其中大型企业生产活动保持较好增长，大型企业生产指数运行在 52% 以上，中型企业生产活动也保持增势，中型企业生产指数运行在扩张区间。

市场需求相对稳定。7 月份，受多地高温多雨天气以及部分行业进入淡季影响，国内制造业市场需求有所波动，但需求整体相对稳定的大趋势没有改变。新订单指数为 49.3%，较上月小幅下降 0.2

个百分点，连续 3 个月在 49% 以上小幅波动。外部需求有趋稳回升势头，新出口订单指数为 48.5%，较上月上升 0.2 个百分点。

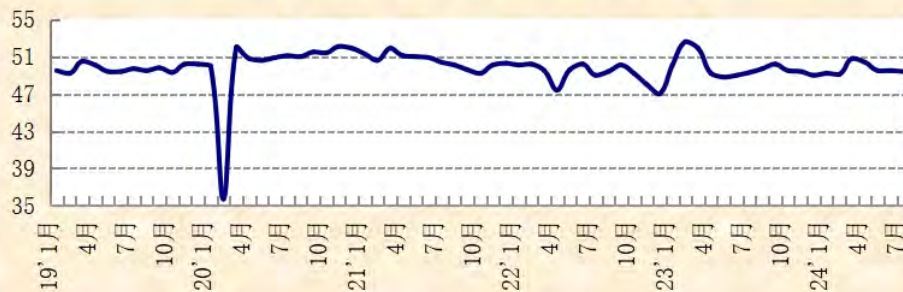
原料成本有所下降。7 月份，国内重要生产物资价格整体有所下降，制造业企业感受比较明显，原材料购进价格指数为 49.9%，较上月下降 1.8 个百分点，在连续 12 个月运行在扩张区间后降至收缩区间。企业调查显示，反映原材料成本高的制造业企业比重连续 3 个月下降。

消费品制造业和高耗能行业有所升温。7 月份，在暑期消费带动下，消费品制造业有所升温，消费品制造业 PMI 为 50.1%，较上月上升 0.6 个百分点，在连续 2 个月运行在收缩区间后回到扩张区间。同时，高温天气带动了能源消耗，推动高耗能行业趋稳回升，高耗能行业 PMI 为

48.6%，较上月上升 1.2 个百分点，其中石油加工及炼焦业较好回升。

后市回升动力蓄积。7 月份，尽管经济运行短期存在波动，但后市回升动力仍在蓄积，一是制造业企业原材料备货储存趋稳回升，采购量指数和原材料库存指数分别为 48.8% 和 47.8%，较上月上升 0.7 个和 0.2 个百分点；二是制造业企业吸纳就业人数趋稳回升，从业人员指数为 48.3%，较上月上升 0.2 个百分点，创 2023 年 6 月以来新高；三是制造业企业对后市仍保持乐观预期，生产经营活动预期指数仍运行在 53% 以上的较好水平。综合来看，当前企业正在夯实运行基础，随着各项稳经济扩内需政策继续落实以及高温多雨天气影响消退，市场需求将较快释放，企业生产活动加快上升，经济景气趋稳回升。

中国制造业 PMI 走势图 (%)



7月财新中国制造业PMI降至49.8 2023年11月以来首次低于荣枯线

7月中国制造业景气度明显下降，仍然呈现供给好于需求的格局。内需疲弱，采购量指数降至荣枯线下，原材料库存指数随之降低。

7月1日公布的2024年7月财新中国制造业采购经理指数（PMI）录得49.8，较6月下降2个百分点。这是2023年11月以来首次低于荣枯线。景气水平明显回落。

国家统计局此前一日公布的7月制造业PMI录得49.4，比上月略降0.1个百分点，连续三个月低于荣枯线。

从财新中国制造业PMI分项数据来看，制造业仍然呈现供给好于需求的格局。生产指数连续九个月维持在扩张区间，不过7月仅略高于荣枯线，生产扩张幅度有限。需求侧表现更为弱势，新订单指数自2023年8月以来首次落入收缩区间，投资品类和中间品类的新订单量下降，消费品类保持增长。据调查企业反映，需求疲弱，客户削减预算，导致最近新接业务总量下降。不过，外需维持增势，新出口订单连续七个月录得增长，但增速放缓。

制造业就业稳定，7月就业指数连续11个月位于收缩区间，但仅略低于荣枯线。消费品制造商用工规模增长，投资品类和中间品类用工量轻微下降。调查显示，有企业为应对后续工作量而增加用工，但也有企业因为新接业务量减少而压缩用工，两者几乎相抵。

因生产资料短缺，部分订单的完成进度被拖延，积压工作指数连续第五个月高于荣枯线；不过因为新订单减少，积压工作指数增速边际下降，为近四个月来最低。产量增加叠加上出境货运延误，导致库存上升，产成品库存指数在扩张区间上升。

新订单减少，导致采购量指数2023年10月以来首次位于荣枯线下，企业不愿意增加生产资料库存，原材料库存指数今年以来首次位于荣枯线下。

原材料价格上涨继续推动制造业企业生产成本上升，原材料购进价格指数在扩张区间小幅回落；出厂价格指数在6月短暂高于荣枯线后，7月重回收缩区间。调查显示，鉴于竞争加剧，为了推动销售，制造商下调销

售价格，降价主要集中在投资品类。

制造业企业家乐观情绪略有回升。7月生产经营预期指数从6月的低点回升，但仍然低于长期均值。虽然新订单量减少导致新接业务总量下降，但是企业仍然相信业务拓展和新产品问世，将有力促进销售的改善。

财新智库高级经济学家王喆表示，7月，制造业供给略有扩张，内需下降，外需稳定，采购量下降，原材料库存减少，就业收缩程度趋稳，价格水平承压，制造业企业乐观情绪略有回升。国内有效需求不足、市场乐观预期不强仍是当前最为突出的问题。稳增长、促就业、保民生，加大政策刺激力度，推动前期政策落地见效，更大力度激发市场活力和内生动力，当是近期政策工作重点。

7月财新中国制造业PMI落入收缩区间



MFC 行业观察

7 月份 AMI 指数为 49.1%，比上月下降 1.5 个百分点，比上年同期下降 5.1 个百分点

中国农业机械流通协会发布的 2022 年 7 月份中国农机市场景气指数 (AMI) 为 49.1%，环比下降 1.5 个百分点，同比下降 5.1 个百分点。从环比看，6 个一级指数中，效益指数与上月持平，销售能力指数和农机补贴指数呈下降趋势，其余则呈现上升趋势，其中经理人信心指数增幅最大，为 8.1 个百分点。从同比看，6 个一级指数中除库存指数和经理人信心指数外全部呈现下降趋势，其中销售能力指数降幅最大，为 10.5 个百分点。6 个一级指数中，除库存指数和经理人信心指数外全部位于不景气区间。

特约分析师张华光认为：7 月份，AMI 虽击穿荣枯线进入不景气区间，但以 49.1% 的景气度以及 1.5% 的较小环比降幅，与 6 月份的市场比较，并未发生实质性变化，同属淡季的 6 月、7 月之间的动态调整。从一级指数的表现看，其中 4 个指数环比出现增长，尤其是经理人信心指数的大幅度攀升，意味着市场即将迎来止跌回升走势；从同比看，一级指数中的 4 个指数出现下滑，尤其是销售能力的大幅度滑坡，折射出 7 月份市场较之去年同期表现差强人意。

7 月份 AMI 的基本特征

其一，回到 1 月原点。7 月份 AMI 又回到年初 1 月份的原点——

仍位于不景气区间，仍保持 49.1% 的景气度，也成为今年前 7 个月第二个跌出景气区间的月份。但因环比降幅小，景气度仍然保持在荣枯线附近，市场自我调节的特点较为突出。由此我们认为：7 月份，农机市场仍处于良性发展的区间，依然表现出较强的发展韧性。

其二，拐点信号出现。尽管 7 月份 AMI 击穿荣枯线跌入不景气区间，但从多数一级指数的表现分析，市场震荡上行的方向并未改变。尤其是人气和库存指数，在经历 3 ~ 6 月份“4 连跌”后，出现小幅上扬。前者意味着终端市场趋于活跃，购机欲望有所提升；后者则反映出经销商基于人气而信心提振，开始增加有效库存。二者的表现释均放出拐点的信号。

其三，同比下降，市场弱于去年同期。从月度同比走势分析，AMI 同比自上半年 3 月开始的下行走势依然在延续，尽管下滑幅度不大，但总体表现稍逊去年。一、二、三级指数的表现也呼应了这一变化特征。在 6 个一级指数中，有 4 个同比出现下滑，所监控的 6 个二级指数和三级指数的同比全线下挫。种种迹象表明：今年上半年市场弱于去年。

7 月份市场下行的原因分析

7 月份 AMI 环比小幅下滑是各种因素交互作用的结果。一是从季节

因素看，7 月份正值农机市场淡季，购机动力偏弱；二是上半年的持续高位运行，形成市场需求“高地”；三是区域市场的影响，黑龙江市场大幅度下滑，拉低了整体市场；四是去年一些区域市场“透支”较为严重，削弱市场动能；五是市场走到拐点上。7 月份正处于空档期，自走轮式谷物联合收获机、种植机械市场景气度偏低，履带式谷物联合收获，经济类作物收获机等市场尚处于孕育期，市场处于淡、旺季转换期。

三级指数和主要细分市场解析

从所监测的 6 个三级指数看，各个细分市场冰火同炉。传统市场表现迥异，市场再度被打回原形，新兴市场表现较好，但能否撬动下半年市场还存在很大不确定性。市场迷雾重重，变数较大。

一看大中型拖拉机市场。拖拉机指数在经历 2 ~ 6 月连续 5 个月的景气区间高位运行后，7 月份戛然而止，跌回到 1 月份的不景气区间。从大中拖市场看，大型拖拉机指数保持了连续 6 个月的较高景气度，7 月份环比、同比双双下滑，且击穿荣枯线，跌入不景气区间；中型拖拉机指数自 4 月份跌出景气区间至今连续 4 个月运行于不景气区间。从过去 7 个月大中型拖拉机指数走势判断，今年大中拖市场以下几个特点较为突出：第

一，整体市场震荡下行的特点十分突出，拖拉机市场在经历了2月份的高峰期后，一直沿着下行通道运行，值得关注的是2月份销量大多来自经销商增加库存的拉动；第二，需求结构依然在调整中，大型化趋势增强，大型拖拉机市场稳健上行的趋势较为强烈；与之相反，中拖市场明显上行动力不足；第三，下半年的大中拖市场虽有国三国四切换利好因素的拉动，但基于过去两年的高位运行，尤其是需求大省黑龙江市场的大幅度滑坡，市场上行依然困难重重；最后，随着市场集中度的逐年攀升以及制造成本、品牌影响力等多重因素的强烈影响，或再现大小品牌分化，冰火两重天的竞争结果。

二看收获机市场。7月份尚属于收获机市场发力前的准备期，市场表现并无显著特点。但从环比持平，同比大幅度下跌分析，依然折射出两个信号：一是月度走势波澜不惊，二是今年市场明显不如去年。从细分市场看，自走轮式谷物收获机市场早于上月已基本结束，市场贡献率可以忽略。下半年市场支撑力主要源于自走履带式谷物联合收获机、玉米收获机、牧草收获机、经济类作物收获机以及其它收获机。从履带式谷物联合收获机前7个月走势看，在经历了2~5月份高景气度后，6、7月市场出现剧烈动荡，6月环比大幅度下滑，击穿荣枯线跌入不景气区间。7月份强势反弹，重回景气区间，但景气度明显低于2~5月份，且出现4个月同比下滑的较高概率。如果接下来的

市场按此轨迹发展，市场令人堪忧。玉米收获机指数过去7个月的表现堪称完美，均位于景气区间。且除2月、4月外，其它月份均保持较高的景气度，但同比震荡下行的特点也十分突出，市场的稳定性较差，接下来的市场尚难以确定。牧草收获机、经济类收获机市场无论从其周期性发展规律还是市场调研结论分析，都指向稳定上行的发展走势，市场贡献率也会呈现稳中有升的特征。

三看遥控飞行喷雾机指数。7月份，田间管理机械指数环比、同比双双下跌，其中环比“高台跳水”，不仅击穿荣枯线，跌入不景气区间，其景气度也位于低位。此变化不仅来自喷杆喷雾机市场的较大幅度滑坡，而正处于高光时刻的遥控飞行喷雾机也出现令人惊讶的变化：狂跌30.3%，创历史最大跌幅，景气度跌至39.8%低位，也成为今年首度进入不景气区间的月份。此市场在经历了去年大幅度下沉后，今年前7个月大起大落的不稳定表现，应引起我们高度关注。

8月份AMI走势判断

预计8月份环比或小幅增长，重回景气区间。一、二、三级指数中多数指数的景气度或进入小幅增长的复苏期，环比增长概率较大，同比下滑的概率也较大。过去7个月，AMI一再表现出来的不是市场的规律性运行，不是有迹可循的市场走势，更多的表现出来的是复杂性、不确定性。环比震荡下行，同比出现下滑，不仅表现在整体市场的走势上，还表现在

各个细分市场上。而任何一个看似不起眼的变化，都有可能成为改变市场走势的至关因素，这也增加了市场预测的难度。

利好利空因素并存，关键驱动力偏弱。从季节因素看。8月份从南到北，农村顺次进入秋收前农机准备阶段，农机市场随之进入旺季。表现为终端市场需求回暖，交易趋于活跃，此其一；其二，下半年，收获机市场进入全年销售的关键时期，其表现对整个市场的影响较大。从前7个月的表现看，8月市场支撑力依然较为强劲；其三，国三国四切换或将成为拉升市场上行的重要力量。

最后，AMI多年形成的发展规律也支持景气度环比上行。一是经理人信心指数环比自6月份出现增长，进入景气区间后，7月份再度出现较大幅度增长，且景气度较高，折射出经销商市场信心充足，同时也预示着市场环比或出现小幅增长。二是从库存指数看，7月份库存指数环比出现增长，且进入景气区间，意味着经销商增加库存的意愿较高；三是从近年农机市场景气指数的月度变化规律分析，自2013年至2021年9年间，8月份景气度环比均高于7月份。今年如果没有黑天鹅事件发生，沿袭此规律的概率仍然较大；四是从2020年、2021年近两年的表现看，8月份连续两年位于景气区间，加之7月份较高的景气度，已经开始的8月份回归景气区间的概率很大。

MFC 行业观察

三大白电 8 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，2024 年 8 月空冰洗排产总量合计为 2672 万台，较去年同期生产实绩增长 1.1%。分产品来看，8 月份家用空调排产 1198.9 万台，较去年同期生产实绩增长 5.3%；冰箱排产 750 万台，较去年同期生产实绩下降 4.3%；洗衣机排产 723 万台，较去年同期生产实绩增长 0.5%。

空调排产

据产业在线家用空调排产报告显示，2024 年 8 月家用空调内销排产 671.5 万台，较去年同期内销实绩下降 15.8%，9 月内销排产 596 万台，同比增长 4.9%，10 月内销排产 499.8 万台，同比下降 1.4%。

8 ~ 10 月内销排产较前期滚动排产计划稍有上调，但随着季节性走势影响，内销排产环比来看还是走弱的。一方面行业库存处于高位去库存需求高涨；另一方面以旧换新政策的明细出台，以及政府资金的明确落实，将在一定程度上促进内销市场的需求，但是由于时间期限只到今年年底，房地产、经济等大环境仍然未见明朗，因此厂家还会保持一定的谨慎心态，合理调整排产预期。除此之外，8 月空调、压缩机工厂陆续放假进行设备检修，也对生产力有一定影响。

2024 年 8 月家用空调出口排产 527.4 万台，较去年同期出口实绩

增长 25.7%；9 月出口排产 497.6 万台，同比增长 15.5%；10 月出口排产 443 万台，同比增长 3.9%。

今年以来，海外市场保持了较好的增长和韧性，一方面是欧美等国家的补库需求，以及东南亚市场的新增需求，不同程度上促进了出口的增长；另一方面出口增长也受到了红海市场局势变化带来的情绪化刺激。随着季节性节奏的调整，出口的猛涨趋势也开始有所回落，预计总体下半年出口市场在高速增长的习惯下，仍将保持相对的韧性，但增幅会有所下降。

冰箱排产

据产业在线冰箱排产报告显示，2024 年 8 月冰箱内销排产 326 万台较上年同期内销实绩下降 13.1%。随着 618 的落幕，上半年内销告一段落，总体出货继续呈增长趋势但前高后低的走势已成定局，并且随着价格大战，看加以旧换新的多重刺激下，整体需求依旧疲软，同时终端库存压力缓解不理想加上去年同期的高基数，下半年开盘与上半年形成强烈对比。产业在线获悉已经有不少企业调低了排产，周末双休，甚至提前增放高温假，目前三季度排产以同比下降为主，25 日发改委及财政部最新出台政策加力以旧换新，对行业的提振效果还有待观察。

2024 年 8 月冰箱出口排产 424 万台，较去年同期出口实绩增长 8%。

相比内销排产的夏日冰封，8 月冰箱出口排产继续红火保持正增长趋势，主要增长来自北美、南美以及欧洲部分地区，其中以北美的补库需求为主。考虑到美国大选带来的贸易关税不确定性，加上通胀下消费降级，部分采购商经销商提前备货，而目前人民币汇率相对较低，同时航运费用特别是美西运价走低，均利好出口。但随着欧洲补库接近尾声，以及海外部分地区生产的走高，四季度的冰箱出口或会出现拐点。

洗衣机排产

据产业在线洗衣机排产报告显示，2024 年 8 月洗衣机内销排产 356 万台，较去年同期内销实绩增长 1.4%。2024 年二季度洗衣机整体出货量小幅上升，在三大白电中表现相对较好，不过行业并未在以旧换新+618 降价的刺激下大幅增长，终端市场主要在消化前期库存。当前环境下，新房购置需求不足，消费者对产品换新也更加谨慎，这使得即使在降价刺激下，市场需求回升也并不明显。发改委最新发文显示，将发行国债支持消费品以旧换新，下半年洗衣机市场或将有所改观。

2024 年 8 月洗衣机出口排产 364 万台，较去年同期实绩增长 0.4%

较前期大幅收窄。今年二季度，洗衣机出口总体保持了高速增长。人

民币汇率目前仍在低位徘徊，平均汇率一直在 7.1 之上。虽然全球洗衣机需求恢复仍相对缓慢，但中国产品

仍具备较强的市场竞争优势，加之各企业近年纷纷加码海外市场，使得洗衣机外销在 2024 上半年同比大增。

8 月之后虽然增速下降，但后续三个月的出口规模预计依然会保持在 360 万台以上的高位。

2024 年上半年我国载客电梯出口数量 45662 台，同比增长 15.8%

2024 年上半年我国载客电梯出口数量为 45662 台，金额为 6378484589 元。相比 2023 年上半年同期数据出口数量 39428 台，同比增长 15.8%。

自动扶梯及自动人行道出口数

据显示，2024 年上半年我国自动扶梯及自动人行道出口数量为 6404 台，金额为 1352280718 元。相比 2023 年上半年同期数据出口数量 6672 台，同比增长 -4%。

进口数据方面，2024 年上半年

我国载客电梯进口数量为 222 台，金额为 128240139 元。相比 2023 年上半年同期数据进口数量 316 台，同比增长 -29.7%。

载客电梯2024年上半年出口数据统计



自动扶梯及自动人行道2024年上半年出口数据统计



载客电梯2024年上半年进口数据统计



MFC 行业观察

2024年7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，2024年7月销售各类挖掘机13690台，同比增长8.6%，其中国内6234台，同比增长21.9%；出口7456台，同比下降0.51%。

2024年1~7月，共销售挖掘机116903台，同比下降3.72%；其中国内59641台，同比增长6.23%；出口57262台，同比下降12.3%。

2024年7月销售电动挖掘机2台（6吨以下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对装载机主要制造企业统计，2024年7月销售各类装载机8379台，同比增长27.1%。其中国内市场销量4439台，同比增长24.7%；出口销量3940台，同比增长30.1%。

2024年1~7月，共销售各类装载机65397台，同比增长3.5%。其中国内市场销量33352台，同比下降0.36%；出口销量32045台，同比增长7.84%。

2024年7月销售电动装载机1317台（3吨8台，5吨1056台，6吨235台，7吨16台，8吨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，2024年7月当月销售各类平地机612台，同

增长32.8%，其中国内90台，同比增长38.5%；出口522台，同比增长31.8%。

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，2024年7月当月销售各类汽车起重机1239台，同比下降15.1%，其中国内630台，同比下降36.7%；出口609台，同比增长31%。

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，2024年7月当月销售各类履带起重机153台，同比下降32%，其中国内36台，同比下降64.4%；出口117台，同比下降5.65%。

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，2024年7月当月销售各类随车起重机1638台，同比下降12.4%，其中国内1317台，同比下降12.3%；出口321台，同比下降12.5%。

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，2024年7月当月销售各类塔式起重机509台，同比下降68.1%，其中国内334台，同比下降75.2%；出口175台，同比下降28.9%。

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，2024年7月当

月销售各类叉车103677台，同比增长11.5%。其中国内60954台，同比增长5.36%；出口42723台，同比增长21.6%。

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，2024年7月当月销售各类压路机1139台，同比增长14.8%，其中国内438台，同比下降1.57%；出口701台，同比增长28.2%。

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，2024年7月当月销售各类摊铺机98台，同比增长2.08%，其中国内48台，同比下降38.5%；出口50台，同比增长177.8%。

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，2024年7月当月销售各类升降工作平台17264台，同比增长6.75%，其中国内7024台，同比下降23.6%；出口10240台，同比增长46.6%。

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，2024年7月当月销售各类高空作业车202台，同比下降33.3%，其中国内197台，同比下降34.6%；出口5台，同比增长150%。MFC