

市场资讯分析报告

Contents

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

a. 国内宏观经济走势

b. 国际宏观经济走势

c. 国内物流行业关键指数

d. 国际物流行业关键指数

e. 国内外物流供应链行业融资走势以及动态

f. 国内外物流行业近期新崛起势力代表

g. 重点企业前瞻

h. 产业动态

i. 国内外行业资讯动态

- 据美国《纽约时报》12月15日报道称，11月，中国公布了创纪录的754.3亿美元贸易顺差，出口同比增长21.1%；增长最快的是对美国的出口，上涨46.1%，达到创纪录的**519.8亿美元**。
- 经济合作与发展组织（OECD）预测，到明年年底，全球GDP可能会反弹至疫情前水平。但这很大程度上取决于中国的经济活动，预计到2021年，中国的经济活动将占全球经济增长的三分之一以上。
- 11月份，物流业景气指数加快回升，显示出物流行业呈现出稳中向好的特点。各分项指数均保持在扩张区间。
- 11月27日至12月21日，国内外物流领域投融资事件**13**起，与上月同一时期减少11起，境外物流企业占6起，境内物流企业占7起。
- 本月，得益于我国疫情的有效控制，中国出口集装箱运输市场继续向好，远洋航线市场运价继续走高，带动综合指数上涨。



国内宏观经济走势

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

- CPI
- PPI
- 进出口

CPI环比略有下降，同比涨幅继续回落



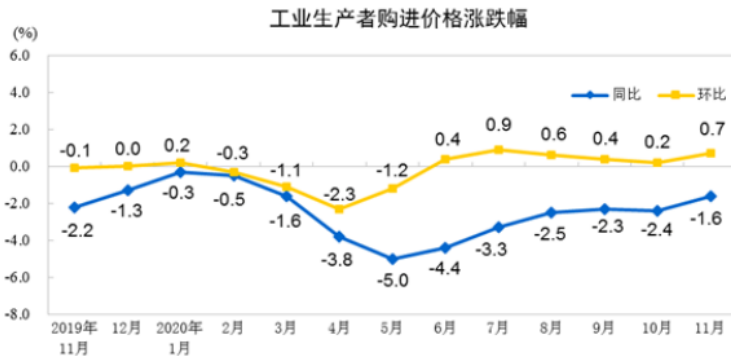
- 据国家统计局公布数据显示，11月份，全国居民消费价格同比下降0.5%，其中，食品价格下降2.0%，非食品价格下降0.1%。12月15日，国家统计局新闻发言人在国新办新闻发布会上表示，今年以来，居民消费价格的涨幅整体上是前高后低，11月份居民消费价格同比下降0.5%，这也是2009年10月份以来第一次出现同比下降，2009年主要是因为国际金融危机的冲击。
- 11月份居民消费价格同比下降主要是由于食品价格下降所导致的。11月份食品价格同比由上个月的上涨2.2%转为下降2%，影响当月的CPI下降约0.44个百分点。其中猪肉价格又是最主要的因素，猪肉价格同比下降了12.5%，影响当月CPI下降约0.6个百分点。猪肉价格的下降，一个原因是由于今年以来生猪生产恢复，产能在增加，供给得到了提升；另一个原因是去年同期基数比较高。
- 从扣除食品和能源的核心CPI来看，11月份同比上涨0.5%，连续5个月稳定在这样的水平，说明除能源和食品价格以外，居民消费领域的价格形势保持了基本稳定。其实从服务价格来看，11月份服务价格同比上涨0.3%，也是连续两个月稳定在这样的水平。以上数据反映出消费领域价格形势没有发生大的变化。

数据来源：中国金融信息网

PPI同比下降1.5% 环比上涨0.5%

- 2020年11月份，全国工业生产者出厂价格同比下降1.5%，环比上涨0.5%；工业生产者购进价格同比下降1.6%，环比上涨0.7%。1-11月平均，工业生产者出厂价格比去年同期下降2.0%，工业生产者购进价格下降2.5%。

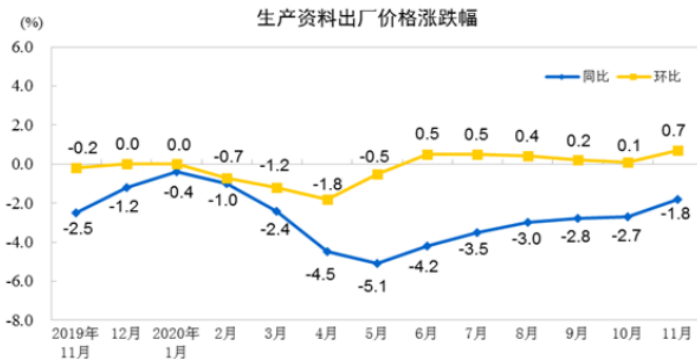
数据来源：中国金融信息网



工业生产者价格同比变动情况

- 工业生产者出厂价格中，生产资料价格下降1.8%，降幅比上月收窄0.9个百分点，影响工业生产者出厂价格总水平下降约1.34个百分点。其中，采掘工业价格下降3.6%，原材料工业价格下降4.2%，加工工业价格下降0.8%。生活资料价格下降0.8%，降幅比上月扩大0.3个百分点，影响工业生产者出厂价格总水平下降约0.20个百分点。其中，食品价格上涨0.1%，衣着和耐用消费品价格均下降1.8%，一般日用品价格下降0.5%。
- 工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格上涨4.0%，黑色金属材料类价格上涨3.5%；燃料动力类价格下降8.4%，化工原料类价格下降4.6%。

数据来源：中国金融信息网



11月我国进出口总额保持较快增长，下一阶段进口有望增加（单位：人民币）

30919

亿元

货物进出口总额

同比增长7.8%（下同）



17995

亿元

出口总值

14.9%



12924

亿元

进口总值

0.8%



5071

亿元

进出口相抵

国内视角看进出口形势

- “11月份进出口形势应该说还是保持了较快的增长。” 国家统计局新闻发言人付凌晖在12月15日国务院新闻办公室举行的发布会上说，中国生产供给的稳定对进出口形势保持改善起到重要作用。
- 从下一阶段来看，中国生产供给的稳定在全球来看优势是明显的，有利于助力全球抗疫，也有助于满足外部市场需要。同时，随着国内经济的逐步恢复，进口也有望增加。
- 未来中国进出口形势仍然保持稳定的基础条件是具备的，但也要看到，在疫情影响下，外部的不稳定不确定因素还比较多，稳定外贸还需要继续努力。

数据来源：海关总署/国家统计局

外媒视角下的中国进出口解读精选

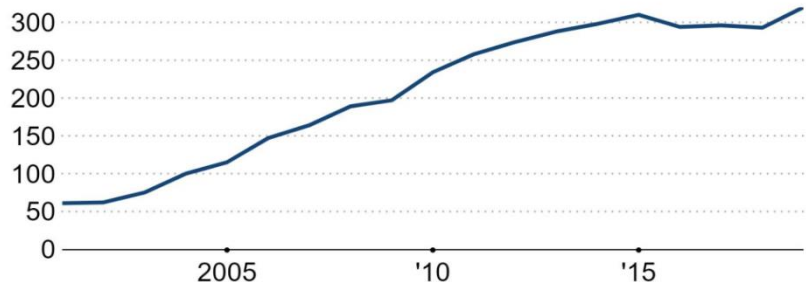
- 据美国《纽约时报》12月15日报道称，11月，中国公布了创纪录的754.3亿美元贸易顺差，出口同比增长21.1%；增长最快的是对美国的出口，上涨46.1%，达到创纪录的519.8亿美元。
- 在对电子和医疗设备需求的推动下，11月中国的出口以近三年来最快的速度跃升。目前该国的贸易顺差处于创纪录水平。
- 这表明在欧洲和美国新一轮冠状病毒新限制期间，商品需求仍然强劲。
- TD证券新兴市场策略师Mitul Kotecha表示：“圣诞节前的强劲需求可能解释了[11月]出口的部分增长，但仍可能保持积极的增长态势。”
- 中国的进口量也连续第三个月增长，表明国内消费水平健康。将是今年唯一有望增长的主要经济体。
- 经济合作与发展组织（OECD）预测，到明年年底，全球GDP可能会反弹至疫情前水平。但这很大程度上取决于中国的经济活动，预计到2021年，中国的经济活动将占全球经济增长的三分之一以上。

数据来源：美国纽约时报

- 日经新闻分析了国际贸易中心提供的3800种产品的数据，发现2019年中国有320种产品，在出口市场中的份额超过50%。相比之下，2001年中国加入世界贸易组织时，这一数字为61。
- 自2016年起，美国总统唐纳德·特朗普（Donald Trump）上台开始贸易战，中国占有较高份额的产品数量就停止增长，但去年数量再次增加。

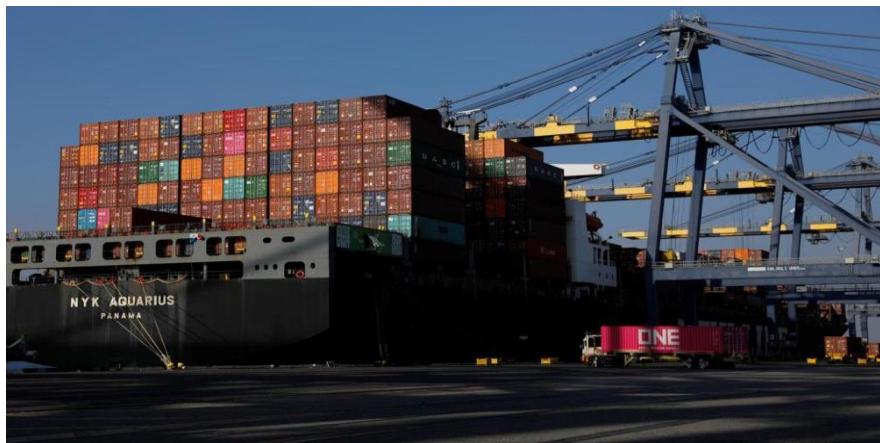
- 由于需求的激增给中国带来了一个不同寻常的问题：找不到够多的40英尺集装箱来装这些货物。今年秋天，中国的出口非常强劲，以至于离开中国港口的集装箱远远多于返回的数量。
- 洛杉矶港是美国最大的集装箱货物处理港以及许多中国货物的门户，在这里，运送中国进口货物的集装箱像乐高积木一样堆成六层高。卡车司机占满了停车场，提货需要等待数小时，然后将货物运往整个北美大陆。
- “Basic Fun!” 玩具公司首席执行官杰伊·福尔曼认为，事实证明中国能够比其他任何国家更快、更有效地应对疫情，而且中国仍然拥有世界上最好的生产供应链。

Number of products in which China has a share of more than 50% in export markets



Source: International Trade Center

数据来源：美国纽约时报



图为洛杉矶港口

B.

国际宏观经济走势

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

- 全球主要经济体经济走势与预警

01

- 国际货币基金组织（IMF）通常每年在春季会议和秋季年会期间分别发布上下半年的《世界经济展望报告》，并在年中和次年年初分别对两份报告作出更新。这是一份指示全球主要经济体发展状态的主流重要指标，其在2020年前的经济政策讨论已经将流行病情景作为一种可能性，实际情况到来后，预测增长数据迅速由正调转为负，反映了全球经济跌入衰退深渊的程度和速度。
- 与6月预测相比，《世界经济展望报告》在10月认为衰退的程度有所缓和，收缩幅度减小，2020年全球增速预计从6月的-4.9%上调至-4.4%，在2020年收缩和2021年复苏之后，预计2021年全球GDP水平比2019年略高出 0.6%，为5.2%。

数据来源：世界经济展望报告

02

- 数据显示，许多经济体在走出“大封锁”后，经济复苏的步伐快于预期。中国最早实现了疫情防控常态化，将疫情对经济社会的影响降到了最低。在这一期报告中，IMF强调，中国经济复苏快于预期，中国将是2020年世界主要经济体中唯一保持正增长的国家。联合国报告也显示，第三季度全球贸易仅中国实现正增长。
- 中国经济在二季度GDP增速跃升至3.2%，三季度GDP增速加快至4.9%，多个指标实现年度首次转正。
- 摩根士丹利近期发布的一项研究报告认为，相比西方主要经济体，包括中国、新加坡等在内的亚洲经济体将更早摆脱疫情影响，在2021年步入“金发姑娘”阶段。“金发姑娘”这个名词，通常被经济界引申形容为一个经济体保持高增长、低通胀的“刚刚好”状态。

- 乐观的分析人士将中国经济的稳定复苏，作为全球其他国家的经济也将趋于增长的证据。同期，第三季度美国GDP按年率计算增长33.1%。
- 但是，要保持发展势头并非易事。全球经济活动恢复到疫情前水平依然道阻且长。疫情对潜在产出造成的冲击严重，这使实现经济活动恢复程度有限，一些经济体存在结构性调整的需要，这是在疫情暴发之前多年积存已久的问题。各国为应对疫情迅速推出财政、货币和监管措施，但政策制定者还必须采取行动，在应对刺激措施支持近期增长的同时避免债务进一步积累等各项复杂的挑战。

数据来源：国际货币基金组织《世界经济展望》，2020年10月

《世界经济展望》 最新增长预测

(实际GDP，年百分比变化)	预测		
	2019	2020	2021
世界产出	2.8	-4.4	5.2
发达经济体	1.7	-5.8	3.9
美国	2.2	-4.3	3.1
欧元区	1.3	-8.3	5.2
德国	0.6	-6.0	4.2
法国	1.5	-9.8	6.0
意大利	0.3	-10.6	5.2
西班牙	2.0	-12.8	7.2
日本	0.7	-5.3	2.3
英国	1.5	-9.8	5.9
加拿大	1.7	-7.1	5.2
其他发达经济体	1.7	-3.8	3.6
新兴市场和发展中经济体	3.7	-3.3	6.0
亚洲新兴市场和发展中经济体	5.5	-1.7	8.0
中国	6.1	1.9	8.2
印度	4.2	-10.3	8.8
东盟五国	4.9	-3.4	6.2
欧洲新兴市场和发展中经济体	2.1	-4.6	3.9
俄罗斯	1.3	-4.1	2.8
拉丁美洲和加勒比	0.0	-8.1	3.6
巴西	1.1	-5.8	2.8
墨西哥	-0.3	-9.0	3.5
中东和中亚	1.4	-4.1	3.0
沙特阿拉伯	0.3	-5.4	3.1
撒哈拉以南非洲	3.2	-3.0	3.1
尼日利亚	2.2	-4.3	1.7
南非	0.2	-8.0	3.0
低收入发展中国家	5.3	-1.2	4.9

美国：11月零售销售环比 -1.1%

- 美国11月零售销售环比 -1.1%。美国商务部周三数据显示，美国11月零售销售环比下跌1.1%，大幅不及市场预期的下跌0.3%。10月数据也被下修至下跌0.1%，此前为上升0.3%。
- 美国11月零售数据下滑，创八个月新低，大幅不及预期。前月数据也被下修，这暗示受新冠疫情影响及国会在新刺激方案上无法取得进展，美国经济反弹遭遇挫折。随着美国各州重新实施封锁，越来越多的人失去工作，这开始对消费产生影响。

数据来源：美国财政部，法新社

欧元区：12月PMI高于预期

- 英、德、法、欧元区公布12月制造业PMI初值，皆高于预期。其中，德国12月制造业PMI初值创2018年3月以来最高值，而法国制造业PMI初值也冲破了荣枯线。具体来看，德国12月制造业PMI初值：58.6，预期：56.5，前值：57.8。法国12月制造业PMI初值：51.1，预期：50.1，前值：49.6，冲破荣枯线。欧元区12月制造业PMI初值：55.5，预期：53，前值：53.8。

德国：11月份通胀率为负0.3%

- 德国联邦统计局11日发布的数据显示，受增值税税率下调和能源价格下降等因素影响，德国11月份通胀率为负0.3%，是今年第四次出现负值。
- 数据显示，11月份德国能源价格同比下降7.7%。去除能源价格因素影响，当月通胀率为0.6%。此外，当月食品价格同比上涨1.4%，其中肉制品和水果价格分别上涨3.9%和3.7%。
- 近几个月来，德国通胀率一直保持较低水平。7月份、9月份和10月份通胀率均为负值，8月份通胀率为零。德国央行此前预测，今年德国通胀率为0.8%。

日本：11月出口下降4.2% 连续24个月下滑

- 日本财务省周三公布的数据显示，日本11月出口同比下降4.2%，因中国和美国两大市场的需求疲软。这标志着日本出口已连续24个月下滑，为有记录以来最长下降周期。
- 凯投宏观（Capital Economics）日本经济学家Tom Learmouth在数据公布后表示：“总体出口要到明年年中才能恢复到新冠疫情前的水平。”
- 按出口目的地划分，日本11月对美国出口下降2.5%，为三个月来首次萎缩，飞机设备的需求疲软抵消了汽车出口的增长。对中国出口增长3.8%，为五个月以来最慢增速。对亚洲地区出口下降4.3%，对欧盟出口下降2.6%。

数据来源：中国金融信息网



国内物流行业关键指数

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

- PMI指数
- 物流行业关键指数

序号	指标	指数	同比	向好	向坏
1	综合PMI产出指数	55.7%	0.40%	↑	/
2	中国制造业生产指数	52.1%	0.70%	↑	/
3	中国非制造业指数	56.40%	0.2%	↑	/
4	中国物流业景气指数	57.50%	1.2%	↑	/
5	中国仓储指数	56.90%	4.1	↑	/
6	中国电商物流指数	111.50%	0.30%	↑	/
7	公路物流运价指数	98.5点	0.03%	/	↓
8	快递物流指数	109.80%	1.20%	↑	/
9	中国大宗商品指数	102.10%	-1.2%	/	↓

数据来源：中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心

中国制造业 PMI 走势图 (%)



11月份制造业PMI显示：市场供需增速加快，经济复苏稳中有进

制造业PMI
52.1% ↑ 较上月上升0.7个百分点

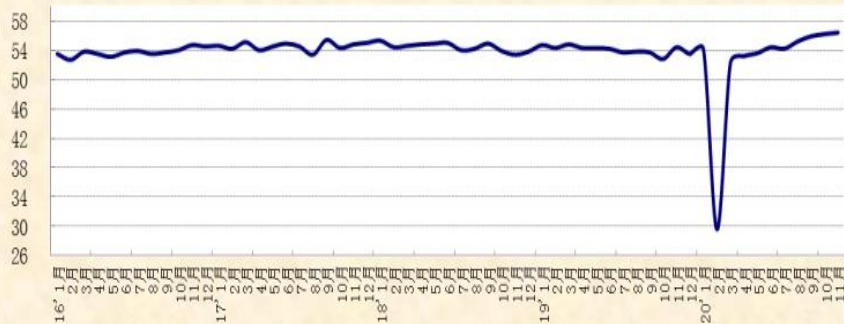
- 11月份中国制造业采购经理指数 (PMI) 为52.1%，较上月上升0.7个百分点，创年内高点，且连续5个月运行在51%及以上，经济复苏势头稳中有进。分项指数变化显示，经济复苏质量向好发展，复苏动力增强，运行平衡性改善，外贸市场稳定性较好，企业消化成本能力上升，新动能持续增强。
- 市场供需加快增长，经济复苏动力增强。11月份，前期连续实施的扩内需政策效果进一步显现，市场需求加快回升，带动企业生产较快增长。新订单指数为53.9%，较上月上升1.1个百分点，创2018年以来最高水平。反映市场需求不足的企业比重连续5个月下降，本月较上月下降1.9个百分点至41.4%，已明显低于去年同期水平，表明市场需求持续较快增长，有力支撑经济复苏。生产指数为54.7%，较上月上升0.8个百分点，连续9个月位于53%以上较高水平，显示企业生产较为活跃。

数据来源：中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心

56.4% ↑ 较上月上升至0.2个百分点

- 11月份中国非制造业商务活动指数较上月上升0.2个百分点至56.4%，连续4个月环比上升，连续2个月保持在56%以上；新订单指数较上月小幅回落0.2个百分点，但仍高于去年同期，保持在52.8%的较好水平，非制造业市场供需呈现稳中向好趋势。在供需带动下，市场价格有所回升，投入品价格指数和销售价格指数较上月均有明显上升，升幅超过1个百分点，表明经济效益趋于改善。
- 从指数表现看，当前我国经济保持较强复苏态势。分行业指数显示，经济复苏的活力在增强。主要表现在市场流通环节趋于活跃，金融对实体经济支持力度进一步显现，新动能发展强劲，投资相关活动持续推进。
- 制造业稳中有进，带动流通环节趋于活跃。批发业商务活动指数连续3个月环比上升，本月升至55%以上，创年内新高；新订单指数连续3个月稳定在52%左右。指数变化表明，随着经济的持续较快复苏，流通环节趋于活跃。批发业供需的持续较快增长与制造业的稳中有进密不可分。11月，制造业采购量指数较上月上升0.6个百分点至53.7%，连续3个月稳定在53%以上。

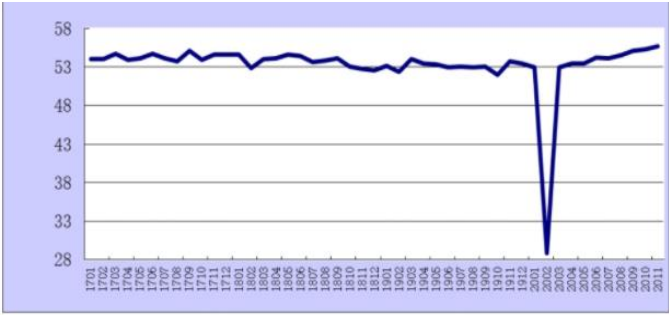
商务活动指数走势图(%)



11月份非制造业PMI显示：市场供需稳中向好，经济复苏动力增强



数据来源：中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心



2017年1月-2020年11月综合PMI产出指数走势图

102.1%  **大宗商品指数 (CBMI)**
较上月回落1.2个百分点

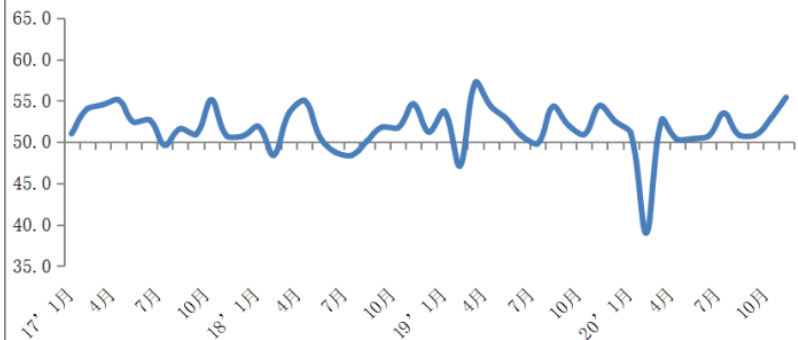
- 11月份中国大宗商品指数 (CBMI) 为102.1%，较上月回落1.2个百分点，跌至近九个月以来的最低。各分项指数中，供应指数、销售指数、库存指数均出现回落。从指数的变化情况看，11月份随着天气转冷以及环保限产全面推进，国内大宗商品市场供需两端均回落放缓，市场淡季效应开始显现。
- 不过，需求端虽有放缓，但整体表现超预期，使得商品库存量开始减少，市场积聚已久的库存压力得到明显缓解，供需两端更趋均衡，市场运行更趋平稳。

55.7%  **综合PMI产出指数**
较上月上升0.4个百分点

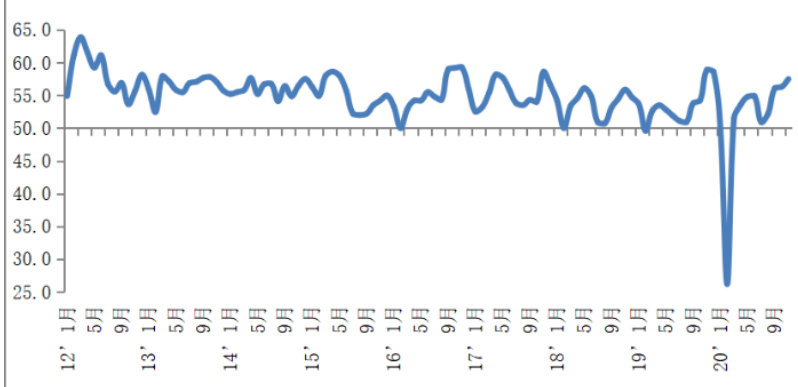
- 日本财务省周三公布的数据显示，日本11月出口同比下降4.2%，因中国和美国两大市场的需求疲软。这标志着日本出口已连续24个月下滑，为有记录以来最长下降周期。
- 凯投宏观 (Capital Economics) 日本经济学家Tom Learmouth在数据公布后表示：“总体出口要到明年年中才能恢复到新冠疫情前的水平。”
- 按出口目的地划分，日本11月对美国出口下降2.5%，为三个月来首次萎缩，飞机设备的需求疲软抵消了汽车出口的增长。对中国出口增长3.8%，为五个月以来最慢增速。对亚洲地区出口下降4.3%，对欧盟出口下降2.6%。

国内物流行业11月关键指数解读

中国仓储指数走势图 (%)



LPI走势图 (%)



数据来源：中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心

57.5% ↑

物流景气指数
较上月回升4.1个百分点

- 中国物流与采购联合会会长助理、中国物流信息中心主任何辉认为：11月份，物流业景气指数加快回升，显示出物流行业呈现出稳中向好的特点。各分项指数均保持在扩张区间；从区域看，东中西部地区物流活动继续保持活跃，业务量继续保持回升的态势；从行业看，除铁路运输业高位略有回调外，其他行业均保持回升，尤其是快递快运业，在电商购物节的带动下，再创年内新高。从企业规模看，大中小微型物流企业均保持在景气区间，增势向好。

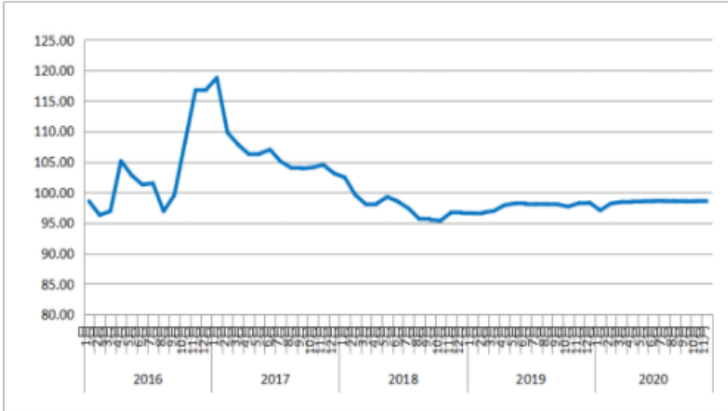
56.9% ↑

仓储指数
较上月回升4.1个百分点

- 中国仓储指数连续九个月保持在荣枯线以上，且本月达到二十个月以来的高点，新订单、业务利润、库存周转次数及企业员工等主要分项指数均保持在荣枯线上，反映出在国内经济持续稳定恢复的背景下，仓储行业保持良好发展态势。从分项指数变化情况看，有以下几个特点：
- 业务需求明显增长。11月，业务量指数达到68.5%，创下指数调查以来的新高。一方面是由于上月基数较低，本月指数反弹明显；另一方面，受“双十一”等电商活动影响，服装、农副产品等消费品仓储需求旺盛，带动仓储行业整体业务规模扩大。
- 周转效率明显提高。
- 企业利润明显上升。11月，业务利润指数为58.5%，较上月上升7.9个百分点，同样达到二十个月来的高点，表明在业务需求旺盛的背景下，企业经营效益明显好转。
- 后市预期保持乐观。新订单指数和业务预期指数均保持高位运行，加之受“双十二”、圣诞、元旦等电商活动和节日因素的影响，消费品仓储需求仍有支撑，预计后期仓储行业运行仍将保持稳中向好态势。

98.5%  公路物流运价指数
较上月回落0.03个百分点

- 11月份，由中国物流与采购联合会和林安物流集团联合调查的中国公路物流运价指数为98.5点，比上月回落0.03%，比去年同期增长0.7%。从各周指数看，第一、三周运价指数环比小幅回升，第二、四周指数环比小幅回落。
- 分车型指数看，各车型指数环比涨跌互现，同比继续回升。以大宗商品及区域运输为主的整车指数为98.9点，比上月回落0.04%，比上年同期回升0.8%。零担指数中，零担轻货指数为96.9点，比上月回升0.01%，比上年同期回升0.4%；零担重货指数为98.9点，比上月回落0.04%，比上年同期回升0.8%。



2016年以来各月中国公路物流运价指数

	2019 年	2020 年 11 月	与上月比 (%)
中国公路物流运价指数	97.7	98.5	-0.03
整车指数	98.1	98.9	-0.04
零担轻货指数	96.3	96.9	0.01
零担重货指数	98.0	98.9	-0.04

2020年11月中国公路物流运价指数表

111.5%

电商物流指数
较上月上升0.3个百分点

电商指数连续4个月持续回升

- 11月份中国电商物流运行指数为111.5点，比上月上升0.3个点，连续四个月回升。
- 从9个分项指数看，总业务量指数、农村业务量指数、满意率指数、实载率指数、成本指数和履约率指数均有所上升，库存周转指数、人员指数和物流时效指数有所回落。

109.8%

快递物流指数
较上月回升1.2个百分点

快递物流指数显示，国内物流市场供需持续改善

- 11月中国物流与采购联合会发布的中国快递物流指数为109.8%，比上月回升1.2个百分点。本月经济恢复持续向好、稳中有进。
- 市场需求进一步扩张，大宗商品原材料价格回升，下游产业生产恢复加快，本月经济运行各项生产指标均保持较好恢复态势。
- 从快递物流指数看，国内市场供需持续改善，企业生产较为活跃，商务快件指数和农村快件指数为111.4%和118.7%，比上月分别回升0.7和4.7个百分点，均保持在110%以上；随着进出口贸易稳中向好，跨境快件指数为105.6%，比上月回升1.4个百分点。

航线	舱位	运价	备注
中国—欧洲	非常紧张		空运运力短缺，舱位持续紧张，市场价格维持高位；电子产品汽车行业、电商渠道产品、个人防护用品需求都在上升；部分货物由于海运或铁路缺箱改为空运，致使舱位紧张情况加剧；客户对包机需求量很大，飞机超负荷运作，定班货机取消，市场将进一步持续紧张态势。
中国—北美	非常紧张		空运运力短缺，舱位持续紧张，市场价格维持高位；电子产品汽车行业、电商渠道产品、个人防护用品需求都在上升；部分货物由于海运或铁路缺箱改为空运，致使舱位紧张情况加剧；客户对包机需求量很大，飞机超负荷运作，定班货机取消，市场将进一步持续紧张态势。
中国—南美	非常紧张		空运运力短缺，舱位持续紧张，市场价格维持高位；电子产品、汽车行业、电商渠道产品、个人防护用品需求都在上升；部分货物由于海运或铁路缺箱改为空运，致使舱位紧张情况加剧；客户对包机需求量很大，飞机超负荷运作，定班货机取消，市场将进一步持续紧张态势。
中国—东南亚/南亚	非常紧张		空运运力投入客户包机，导致舱位减少，市场价格继续上涨；电子产品需求巨大。
中国—澳/新	非常紧张		几乎没有运力，舱位极其有限，市场价格持续上涨；电子产品和个人防护需求会继续增长。
亚洲—美洲 (跨太平洋航线)	非常紧张		北美东西两岸舱位仍旧吃紧，东岸尤甚；基础运价持续平稳预估月初运价会有上涨；医疗用品、家居用品、电子产品等出货量稳定；船公司持续向市场宣布PSS/GR的实行；美西口岸因为进口激增，目的港停留时间较长；市场持续强劲态势，船公司仍旧面临严重缺箱问题；除了此前出台的EIS/EIC，越来越多的船公司开始提供溢价服务来保证箱子和舱位的优先权。
亚洲—欧洲	紧张		欧洲/地中海舱位紧张，重货继续受限，船公司开始增收高额PSS；英国码头持续拥堵，征收港口拥堵费；长荣停止接收费利克斯托货物直至另行通知；其它欧洲各码头亦拥堵，作业缓慢，时有影响客户提箱的情形发生；中国出口船期预计平均延长5~7天；船公司持续面临缺箱问题；船公司除了开始征收货物箱体不平衡附加费(EIS)并试图增收退关费。
亚洲—拉丁美洲 南美西岸港口	紧张		受疫情影响，港口拥堵严重，码头作业有所延迟；船公司仍旧面临缺箱问题，建议使用替代设备(NOR)，至少提早两周订舱；南美西岸及墨西哥舱位紧张，运价上涨出口出货量持续强劲，摩托车、汽车及配件出口量巨大；智利政府加大进口刺激力度，出口智利的货物将持续上涨。
亚洲—拉丁美洲 南美东岸港口	紧张		运价趋势受疫情影响，港口拥堵严重，码头作业有所延迟；船公司仍旧面临缺箱问题，建议使用替代设备(NOR)，至少提早两周订舱；南美东岸舱位紧张，运价上涨；阿根廷摩托车行业复苏，中国对巴西的出口旺季预计将持续到农历新年之前。

11月海运市场总体表现

- 由于欧美国家在疫情没有完全控制的情况下，过早的重启经济，疫情出现明显反弹。截至2020年11月底，全球累计确诊人数已经接近6200万。多个国家再一次加强了管控措施以控制疫情传播，未来一段时期的经济复苏将受到拖累。本月，得益于我国疫情的有效控制，中国出口集装箱运输市场继续向好，远洋航线市场运价继续走高，带动综合指数上涨。11月，上海航运交易所发布的中国出口集装箱综合运价指数平均值为1125.02点，较上月平均上升7.0%；多条远洋航线即期订舱价格大幅上涨，反映即期市场的上海出口集装箱综合指数的11月平均值为1812.34点，较上月平均上涨24.1%。

数据来源：中国海运网、德迅

船舶租赁行情大幅上涨

- 据克拉克森统计，11月份，1700TEU、2750TEU、4400TEU、6800TEU型船舶租金较上月分别上涨64%、70%、98%、81%。

欧地市场持续向好

- 11月，中国出口至欧洲、地中海航线运价指数平均值分别为1217.45点、1452.10点，较上月平均分别上升6.8%、5.0%。

北美行情继续上涨

- 11月，中国出口至美西、美东航线运价指数平均值分别为1119.19点、1257.20点，分别较上月平均上升4.2%、4.4%。

数据来源：中国海运网

澳新运价大幅上涨

- 11月，中国出口至澳新航线运价指数平均值为1186.73点，较上月平均上涨12.1%。

南美市场总体向好

- 11月，中国出口至南美航线运价指数平均值为1104.64点，较上月平均大幅上涨10%。

日本运价小幅上涨

- 11月，中国出口至日本航线运价指数平均值为750.62点，较上月平均上涨1.5%。

数据来源：中国海运网



国际物流行业关键指数 (11月)

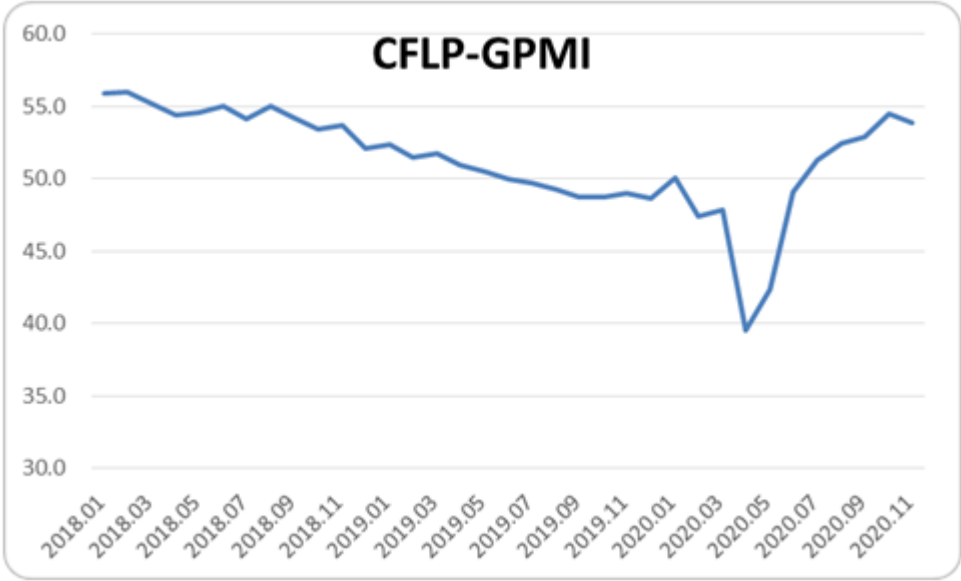
市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

- 全球PMI指数
- 全球PMI指数分析

全球制造业PMI

53.9% 
较上月回落0.6个百分点



数据来源：中国物流与采购网,国际货币基金组织

11月全球主要国家和地区PMI指数

国家	2020年11月	2020年10月	环比
美国	57.5	59.3	-1.8
日本	49	48.7	0.3
德国	57.8	58.2	-0.4
法国	49.6	51.3	-1.7
意大利	51.5	53.8	-2.3
荷兰	54.4	50.4	4
爱尔兰	52.2	50.3	1.9
希腊	42.3	48.7	-6.4
西班牙	49.8	52.5	-2.7
奥地利	51.7	54	-2.3
英国	55.6	53.7	1.9
加拿大	55.8	55.5	0.3
俄罗斯	46.3	46.9	-0.6
巴西	64	66.7	-2.7
印度	56.3	58.9	-2.6
印度尼西亚	50.6	47.8	2.8
韩国	52.9	51.2	1.7
越南	49.9	51.8	-1.9
土耳其	51.4	53.9	-2.5
墨西哥	43.7	43.6	0.1
澳大利亚	52.1	56.3	-4.2
波兰	50.8	50.8	0

01

- 据中国物流与采购联合会发布，2020年11月份全球制造业PMI为53.9%，较上月回落0.6个百分点，连续5个月保持在50%以上。欧洲、美洲和非洲制造业PMI较上月有不同程度回落，亚洲制造业PMI较上月有小幅上升。
- 综合指数变化，在全球疫情持续蔓延的情况下，美洲和欧洲及非洲的主要国家制造业增速较上月均有不同程度回落，带动全球制造业复苏势头出现波动。在疫情得到有效防控的情况下，中国制造业复苏态势进一步增强，市场供需加快增长，有效支撑了亚洲制造业的稳中趋升。

02

- 从环比降幅看，全球制造业PMI并未出现明显回落，仍保持在53%以上，表明当前全球经济复苏态势没有改变，只是增速有所波动。但全球疫情的持续蔓延给世界经济复苏带来了不确定性，经济下行压力依然存在。经合组织预计2021年全球GDP将增长约4.2%，较9月份5%的预测有所下降。全球经济复苏的不均衡是阻碍经济复苏步伐的重要原因之一。疫情控制好的地区，复苏速度会加快。疫情反复的地区，复苏进程会有所反复。

03

- 为了继续防止经济的快速下滑，世界各国均在计划加大财政刺激力度，来对冲新冠肺炎疫情对经济的影响。刺激政策发力的领域包括失业救助、小企业援助、重点产业扶持和金融安全等方面。加强多边合作已经成为当前世界各国抵御疫情冲击的重要共识，国家间的经贸合作逐步深化。RCEP的成立，意味着多边贸易合作进一步推进，对于区域经济乃至全球经济稳定都具有标志性意义。

51.2%

较上月回落
3.2个百分点



非洲制造业增速放缓 PMI回落明显

- 2020年11月份，非洲制造业PMI为51.2%，较上月回落3.2个百分点，表明非洲制造业增速较上月明显放缓。
- 各主要国家中，南非和埃及制造业PMI较上月有所回落，尼日利亚制造业PMI回升至50%以上。非洲疫情的反弹导致非洲制造业增速有所放缓。世卫组织非洲区域办事处11月19日表示，非洲整体新增病例有增多趋势。南非制造业PMI由上月的60%以上降至52%左右，疫情反复的影响是主导因素。疫情对非洲经济发展的韧性带来了考验，如何在防疫和经济复苏之间有效平衡，成为非洲经济能否稳定复苏的重要考量。非洲各国也在努力通过各种政策刺激提振本国经济。

美洲制造业增速放缓 PMI较上月回落

- 2020年11月份，美洲制造业PMI较上月回落1.6个百分点至57.1%。主要国家中，美国、巴西制造业PMI较上月有所回落，加拿大制造业PMI较上月有所回升，墨西哥制造业虽有回升，但指数仍在50%以下。综合指数变化，在疫情的持续影响下，美洲制造业增速较上月有所放缓。
- 美国制造业增速的回落是美洲制造业增速放缓的主导因素。ISM发布的PMI数据显示，美国制造业PMI较上月回落1.8个百分点至57.5%。分项指数显示，美国制造业供需增速较上月均有放缓，但仍保持较快增长。由于美国并未针对疫情采取较为严厉的封锁措施，所以疫情对经济的影响相对较小，但新冠肺炎疫情病例也高居不下。美国就业因此受到较大影响。ISM数据显示，11月美国制造业从业人员指数降至48.4%，较上月回落4.8个百分点。美国劳工部11月25日发布的数据显示，在截至11月21日的一周，美国首次申请失业救济人数环比上升3万达到77.8万，有关数据连续两周攀升。许多受调查企业反映企业用工受到影响，供应商配送速度有所放缓。
- 由于美国疫情持续未见缓解迹象，美国经济复苏仍存在阻力。美联储和财政部就是否延长年底即将到期的紧急贷款计划仍未达成一致意见，为美国经济复苏带来了不确定性。美国摩根大通发布的《2021年美国展望》中预计，2021年第一季度美国经济按年率计算将萎缩1%。高盛、巴克莱等多家华尔街机构也大幅下调了对今年第四季度和明年第一季度美国经济增长预期。

57.1%

较上月回落
1.6个百分点



51.9%

较上月回升
0.5个百分点



亚洲制造业稳中趋升 PMI连续上升

- 2020年11月份，亚洲制造业PMI较上月上升0.5个百分点至51.9%，再创年内新高，连续2个月稳定在51%以上，连续7个月环比上升。从主要国家看，中国制造业PMI呈现稳中趋升走势，日本和韩国制造业PMI也呈现连续上升走势。亚洲三大主要经济体的稳中趋升为亚洲制造业平稳运行提供了支撑。特别是中国制造业PMI在连续4个月稳定在51%的基础上，升至52%以上，再次创出年内新高，表明中国经济复苏势头稳中有进。
- 亚洲制造业的持续趋升有助于增强全球经济复苏的稳定。但也要看到疫情对一些亚洲国家的影响依然存在，亚洲经济复苏的稳定性仍将面临挑战。以印度为例，在疫情持续蔓延的影响下，印度经济已经陷入“技术性衰退”。2020年三季度印度GDP同比下滑7.5%，加之第二季度的同比下滑23.9%，印度经济已经连续两个季度萎缩。亚洲各国必须继续加强合作，提高亚洲经济发展的韧性和持续性，共同推动亚洲经济加快复苏。

欧洲制造业增速放缓 PMI有所回落

- 2020年11月份，欧洲制造业PMI较上月回落0.6个百分点至52.8%。从主要国家看，德国、英国、法国和意大利等国制造业PMI较上月均有不同程度回落。综合指数变化，在疫情有所反弹的情况下，欧洲制造业增速较上月有所放缓，但整体回调幅度相对可控。欧洲的“二次封禁”并非全面性的，针对性更强、目标更明确，主要针对零售、餐饮等服务业，制造业受到影响相对较小。在这样的前提下，欧洲制造业复苏步伐虽有所放缓，但仍保持复苏趋势。
- 在疫情尚未有效控制的情况下，欧洲经济前景不容乐观，仍面临较大下行压力。以德国为例，德国联邦统计局最新数据显示，第三季度德国经济增长已经将第二季度下滑的缺口基本补齐，但较去年同期仍出现明显下滑。相关机构初步预测显示，今年德国第四季度经济有可能再次下滑，幅度将在1%左右。预期下个月欧洲制造业仍存在继续放缓的可能，一些国家将防疫限制措施延长至12月底。为了更好地抵御疫情冲击，欧洲多国政府会延长相关救助措施来缓解企业压力。同时，欧洲多国正在呼吁欧洲经济复苏基金计划的尽快实施。

52.8%

较上月回落
0.6个百分点





国内外供应链行业融资 走势/动态

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

- 10月26日至11月24日投融资事件
- 投融资走势分析

国内外物流供应链领域主要投融资事件

(11月27日至12月21日)

时间	公司名	行业	子行业	轮次	金额	投资方	公司简介	地址
海外融资								
2020-12-21	Delhivery	物流	综合物流	战略投资	2500万美元	Steadview Capital	Delhivery是印度的一家电商物流平台，为B2B以及B2C的企业提供服务，涉足电商客户、中小企业以及希望实现数字化供应链运营企业的需求。	亚洲-印度
2020-12-08	Shippit	物流	物流信息化	B轮	3000万其他	TigerGlobal老虎海外,Jason Lenga	Shippit是一家澳大利亚电子商务和物流技术服务商，为数千家零售商提供配送技术，其中包括丝芙兰（Sephora）、Big W、Target、Temple Webster，该软件改善了订单履行，推动了销售转换并增强了客户体验。它使零售商可以选择谁下达订单以及如何下达订单。	大洋洲-澳大利亚
2020-12-04	AHOY	物流	跨境物流	种子轮	220万美元	未透露	AHOY是一家阿联酋电子商务物流服务商，是唯一一家提供微型多式联运和安全的冷链供应链物流服务。	亚洲-阿联酋
2020-12-02	Flock Freight	物流	综合物流	C轮	1.14亿美元	Google Ventures,SoftBankcapital,普洛斯GLP,SignalFire,Volvo Group Venture Capital	Flock Freight是一家零担物流服务商，服务于中小型企业，当其托运货物的重量或容积不够整车运输条件，Flock Freight会利用算法将这些货物集中在一起，共用一辆货车装运，以便优化物流效率。致力于通过不懈地消除浪费和低效率来重新构想和重塑货运业。	北美洲-美国
2020-12-02	FLEXE	物流	仓储服务	C轮	7000万美元	Redpoint Ventures红点全球基金,T. Rowe Price,Madrona Venture Group,TigerGlobal老虎海外,Prologis Ventures,Activate Capital	FLEXE是一个按需仓储管理平台，专注于将空闲的仓库空间有效利用起来，帮助电商公司、物流公司、以及其他有仓储需求的企业管理库存。	北美洲-美国
2020-12-22	货拉拉	物流	同城物流	E轮	5.15亿美元	红杉资本中国,顺为资本,高瓴资本	货拉拉是一家从事同城/跨城货运、企业版物流服务、搬家、零担、汽车租赁及车后市场服务的互联网物流南城。货拉拉通过共享模式整合社会运力资源，完成海量运力储备，并依托移动互联、大数据和人工智能技术，搭建“方便、科技、可靠”的货运平台，实现多种车型的即时智能调度，为个人、商户及企业提供高效的物流解决方案。	广东-深圳
国内融资								
2020-12-20	Zeek物流	物流	物流信息化	Pre-A轮	1000万美元	未透露	Zeek是一个智慧物流平台，基于人工智能、物流技术、大数据与营运基础，为用户提供生活类区域宅配、生活类多元化的运输配送服务，同时提供物流及货运解决方案，旗下产品“Zeek斑马快送”和“Zeek斑马到家”为个人或电商提供实时配送服务，“ZeekSolutions”和“ZeekEnterprises”则为餐饮平台、中小餐厅等企业提供一站式SaaS、代运营方案和定制化O2O方案等服务	北京-东城区
2020-12-17	快仓	物流	仓储服务	C+轮	10亿人民币	交银国际,高能资本,申万宏源,华创深大投资,建信信托,Prosperity 7风投,凯微集团,联道资产	快仓是全球第二大的智能仓储机器人系统解决方案提供商，是人工智能+智能机器人领域的头雁企业，拥有目前国内规模最大的千台级机器人智能仓。快仓致力于打造下一代无人驾驶机器人及机器人集群操作系统，让无人驾驶机器人成为智能制造、智能物流的基础设施，实现让人类不再搬运的伟大愿景。	上海-徐汇区
2020-12-14	瑞云冷链	物流	货运物流	天使轮	未透露	磐霖资本,招商局创投	瑞云冷链作为一家创新型的冷链服务平台，致力于提升冷链产业效率，以科技驱动和互联网思维，链接行业资源，搭建社会化冷链协同网络和冷链货运平台，为客户提供冷链一体化服务。	广东-深圳
2020-12-10	中运达	物流	货运物流	战略投资	未透露	顺丰速运	中运达是一家货运独家包舱营运商，机场货运承包经营业务，于航空货运领域积累了十余年运营经验与优秀资源。	北京-大兴区
2020-12-09	速达非Speedaf	物流	跨境物流	A轮	1000万美元	元璟资本,中通快递	速达非物流Speedaf是一家中非跨境一站式物流服务商，由易为控股和中通快递股份有限公司组成的合资公司。公司致力于优化中国-非洲端对端物流成本，提供稳定且被认可的物流服务。	广东-深圳
2020-12-01	小帮快送	物流	同城物流	Pre-A轮	数百万人民币	天使投资人,良英科技	小帮快送专注于商圈即时服务平台，旗下推出两大产品跑腿和货车，实现基于用户位置下单、小帮系统派单、在线支付、同时为致力于物品短、中、长途的订单和海量社会化运力为基础，高效满足个人小商户、大中型企业客户的不同类型的即时需求服务，通过小程序小帮优品为实体商家赋能，深入挖掘大数据的服务价值，商业价值，社会价值为一体的互联网高科技公司。	广东-中山
2020-11-27	金峰物流	物流	物流信息化	C轮	数亿人民币	国发创投,名川资本,元禾重元,致道资本	金峰物流是一家高端智能物流装备制造制造商，专注于研发、设计制造与集成自动化物流分拣流水线，为用户提供物流自动化系统工程解决方案，应用于邮政、快递快运、电商、快消品等行业，使企业的项目实现降低人力成本，提高生产效率，保障生产稳定性，提高其服务能力的目的。	江苏-南京

数据来源：IT桔子

融资数与融资总额

- 11月27日至12月21日，国内外物流领域投融资事件13起，与上月同一时期减少11起，境外物流企业占6起，境内物流企业占7起。
- 融资总额超52.44亿元人民币,比上月同期减少约139.37亿元人民币。亿元级6起，千万级3起。

企业投融资轮数与金额

- 从投融资轮次来看，11月27日至12月21日，物流领域C轮3起，发生次数最多；战略融资、Pre-A轮、各2起；B轮、种子轮、E轮、C+轮、天使轮、A轮各一起。从投融资金额来看货拉拉、快仓、Delhivery、Shippit、Flock Freight等融资金额为亿元人民币级别，

细分赛道吸金能力分析

- 从细分行业投融资分布来看，12月资本在物流供应链领域无10月、11月活跃，融资企业主要集中在货运物流、跨境物流、物流信息化等领域。

融资数与融资总额

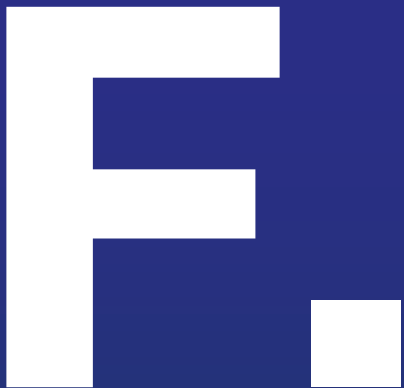
- 11月27日至12月21日，国内外物流领域投融资事件24起，与上月同一时期增加10起，境外物流企业占13起，境内物流企业占11起。
- 融资总额超191.81亿元人民币,比上月同期增加约151.36亿元人民币。亿元级9起，千万级9起。

企业投融资轮数与金额

- 从投融资轮次来看，11月27日至12月21日，物流领域战略投资8起，发生次数最多；种子轮，F轮-上市前各2起；A轮投融资事件4起；天使轮，C轮，E轮，A+轮，Pre-A轮，B轮各一起。从投融资金额来看XpressBees、闪电达flash express，满帮集团，则一供应链，中国国际货运航空等融资金额为亿元人民币级别，

细分赛道吸金能力分析

- 从细分行业投融资分布来看，10月及11月资本在物流供应链领域突然变得活跃起来了，货运物流，跨境电商及航空领域成为物流行业投融资市场的重点关注赛道，满帮及中国国际货运航空融资金额分别高达17亿美元及48.52亿人民币。在资本的催化下，国际跨境物流企业EIZ，国内泛鼎国际在跨境市场上崭露头角。



国内外物流行业近期新崛起 势力代表（企业或领域事件）

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

我国快递业务量三个月实现从500亿到700亿“三连跳”，发展势头勇猛

11月16日，国家邮政局监测数据显示，我国快递年业务量首次突破700亿件。近三个月以来，快递业务量实现从500亿件到600亿件再到700亿件的“三连跳”，不仅凸显了我国快递市场蓬勃活力和巨大潜力，也彰显了中国经济复苏的良好势头和强大的消费能力。

月份	增幅 (%)	增长原因
3月	23.00%	——
4月	32.10%	第二届“双品网购节”启动
5月	41.10%	“双品网购节”拉动作用明显；生鲜农产品加速上行；消费模式加速向线上转型
6月	36.80%	618购物节；端午节
7月	32.20%	生鲜蔬果大量上市，供给充分、需求旺盛，农产品寄递方案不断拓维升级
8月	36.50%	特色产品寄递需求持续旺盛；电商促销强势拉动
9月	44.60%	全国消费促进月和首届消费扶贫月；“9·19电商节”
10月	43.00%	国庆、中秋双节叠加，线上消费势头强各大平台提前抢跑“双11旺季”

- **电商促销**不断，配合节日消费，拉动业务量上涨。
- **快递进村**进程加速，农产品上行成为业务量增量重要来源。4月，国家邮政局印发《快递进村三年行动方案（2020-2022年）》，快递企业加快打通“快递进村”最后一公里，通过末端共同配送、多业态合作、区域代理、联合共建等方式，深化农产品寄递服务网络，拓展前端能力，定制解决方案，推动产销对接，加速品牌推广，助力快速上行。
- **消费转型**，带动快递服务需求增长。为缓解疫情影响，企业不断拓展新型服务模式，网红经济、直播电商等新业态快速发展，拉动快递业务量增长。同时，在常态化疫情防控下，大量消费需求转移至线上，推动快递业务量持续高速增长。

顺丰、中通、韵达、圆通、申通、百世相继发布了2020年前三季度财报，顺丰在收入端、利润、业务增量上持续领跑；中通市占率最高；申通归母净利润下滑严重

11月20日，中通、百世相继发布了2020年前三季度财报，综合上月顺丰、韵达、圆通、申通的财报来看，顺丰在收入、利润、业务增量上持续领跑；中通市占率最高；申通归母净利润下滑严重。

企业	营收(亿元)	增速	归母净利润 (亿元)	增速	业务量(亿件)	增速	市场占有率
顺丰	1095.94	39.13%	55.98	29.84%	56.72	75.06%	10.10%
中通	169.57	100.00%	33	-9.84%	115.9	37.50%	20.64%
韵达	230.87	-4.81%	10.2	-47.83%	96.42	40.17%	17.17%
圆通	234.2	8.33%	13.86	0.69%	83.01	34.95%	14.79%
申通	147.12	-6.03%	0.52	-99.53%	59.51	17.91%	10.60%
百世	135.99	-7.22%	/	/	59.46	13.71%	10.59%

注：1) 顺丰营收为速运业务收入，包含快递、快运、即时配等业务；2) 中通营收未计入派费。

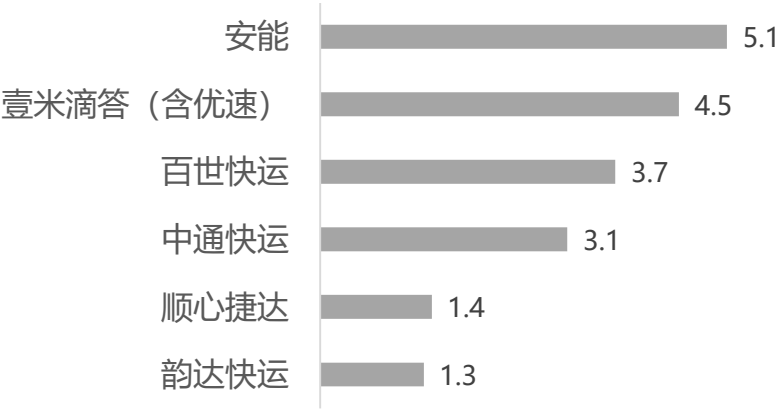
- > **市场占有率方面：**中通的市场占有率继续保持领先，2020前三季度达到20.64%，正逐步与第二名的韵达（17.17%）和第三名圆通（14.79%）拉开差距。目前市占率排名：**中通（20.64%）>韵达（17.17%）>圆通（14.79%）>申通（10.6%）>百世快递（10.59%）>顺丰（10.1%）。**
- > **归母净利润方面：**前三季度，除顺丰和圆通外，各家企业的归母净利润也出现不同程度的下滑。其中，下滑最大的是申通，其归母净利润为0.52亿元，同比下滑99.53%，为所有下滑企业中幅度最大的一家。

安能、中通快运、顺丰快运等相继发布双十一战报，货量再创新高，安能成为货量王

11月12日，安能、中通快运、顺丰快运等相继发布双十一战报，货量再创新高。安能快运双11当天货量突破5.1万吨，壹米滴答（含优速）当天货量仅次安能，突破4.5万吨排名第二；百世快运当天3.7万吨排名第三；中通快运3.1万吨排名第四、顺心捷达、韵达快运分别突破1.4万吨、1.3万吨位列第五、第六。

值得注意的是，11月13日，顺心捷达官微公布的最新数据显示：11月12日，顺丰快运x顺心捷达单日货量达69061吨，其中顺丰快运45224吨，顺心捷达23837吨。

双十一快运企业单日货量（万吨）



资料来源：公司官网，公开资料整理

排名	2019年双11	2020年双11	上升	下降
1	壹米滴答	安能快运	↑	
2	安能快运	壹米滴答		↓
3	百世快运	百世快运	—	
4	中通快运	中通快运	—	
5	韵达快运	顺心捷达	↑	
6	顺心捷达	韵达快运		↓

从上面数据也可以显示，快递企业格局相对稳定，各家已明显拉开差距，尤其头部企业已是尾部企业业务量的2倍以上；此外，安能今年双十一单日货量超过壹米滴答，荣登货量宝座，并与第二名拉开差距，已然成为当之无愧的货量王。

顺心捷达上线顺心跨境物流，海陆空发全球，出口一步到位

11月23日，顺心捷达上线顺心跨境物流，海陆空发全球，出口一步到位。

顺心跨境物流优势



专属渠道

亚马逊FBA门到门
运输服务



多样运输

海、陆、空、铁
路四种运输方式



全程可视

路由可视
货物跟踪



时效稳定

专业化操作保证
时效和安全



专业清关

一站式报关
清关运作



专属售后

提供24小时专属
售后通道

- 顺心捷达此举标志着其国内业务日趋成熟，全球化布局也将成为其下一步发展的重要战略。因此，跨境物流业务或将成为其业务新的增长点。
- 我国跨境电商交易规模从2013年的2.7万亿元增长至2019年的9.1万亿元，2020年全年整体交易规模预计增长至12.7万亿元。但跨境物流作为连接全球贸易的核心纽带迎来了高速发展期，在创造商机的同时，也催生了众多行业乱象。而受今年的疫情影响，货物丢损、延期、运费乱收、服务无保障、投诉无门等跨境物流历史性问题被放大。
- 顺心捷达此次上线的顺心跨境物流就是针对以上的痛点，推出时效价格清晰可视；国内全网覆盖，保障及时出口；自建跨境团队，专业阳光化报关出口以及24小时专属售后等服务。
- 此外，顺心跨境物流将依托顺心捷达强大的物流科技研发能力、数智化物流服务工具与综合物流服务数据，进一步提高运营效率。

针对中国托运人的特定需求，德迅上线ePortalChina，提供快捷开票和支付体验的增值服务

11月26日，针对中国托运人的特定需求，德迅正式上线了ePortalChina。这一最新的空运数字化应用进一步扩展了德迅的线上服务能力，在现有探索航线、获取报价、完成订舱以及追踪货物的基础上，实现了专注于提供轻松快捷开票和支付体验的增值服务。



ePortalChina通过以下功能帮助客户减少工作负荷，增进团队协作：

- 兼容电脑端和移动端的空运线上服务平台
- 便捷的微信客户端登录
- 在线生成税务发票和线上支付选项

基于中国市场需求而开发，ePortalChina为中国客户提供了应对本地挑战的特定解决方案，其中包括增值税发票的在线生成(e-GUI)，从而大大简化了客户的开票流程；通过ePortalChina集成的第三方支付平台，客户可以直接在线完成支付；该支付平台与大多数国内的银行实现了对接，可轻松实现转账支付；此外，通过ePortalChina所进行的付款可关联对应的出货信息，从而大大减轻客户线下对账的工作量。



重点企业前瞻

市场资讯分析报告

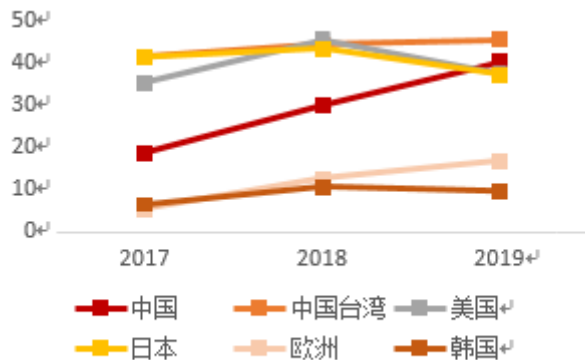
MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT



未来三年我们应该关注什么？

苹果供应链中游国产化程度高，未来三年关注从中游模组到下游次组装及组装渗透，同时考虑到全球供应链安全，在海外设厂管理能力突出的需要重视。安卓供应链未来三年随品牌客户变化中游厂商份额集中依旧有投资机会、上游材料、芯片国产化不断渗透，整机组装预计将向龙头集中。更长期关注上游如材料、芯片的国产化机会。

图：苹果供应商数量（家）



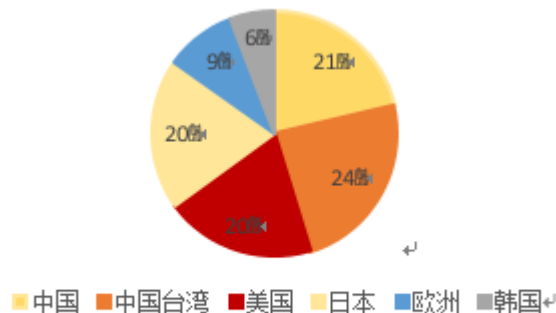
19 苹果供应商数量占比

资料来源：apple 公司官网、格隆汇等、天风证券研究所



苹果未来三年关注中游模组到下游组装的渗透

苹果供应链整体情况：中国供应商数量及核心供应商数目持续提升。中国大陆/中国台湾 供应商 2017-2019 年分别为20/42 家、34/45 家、41/46 家，占比分别为 10.0%, 21.0%, 15.5%, 22.6%, 20.6%, 23.0%，2019 年中国大陆香港台湾三地供应商占比合计达到 43.5。





上游：国产化空间大，大陆企业开始突破。

主要包括材料、设备、半导体、被动元器件等，半导体方面主要有：苹果自研处理器+台积电代工、高通-基带芯片、存储-美光/海力士/三星、射频芯片-Qorvo/村田/Skyworks 等、模拟芯片-德州仪器/意法半导体等，设备方面，部分设备苹果自研，激光设备由大族激光、华工科技提供，被动元器件、芯片/被动元器件方面看到大陆企业开始突破，如麦捷科技、兆易创新，但由于芯片等上游技术门槛比较高，我们判断近三年内国产化率比较依旧较低。

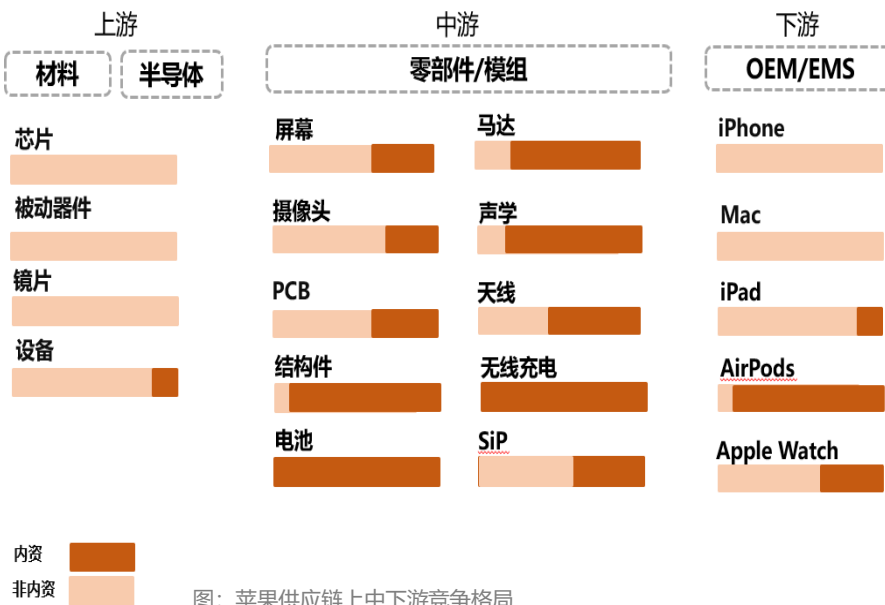
中游

主要包括零部件以及模组等，如屏幕、摄像头、结构件、电池、马达、声学、天线、无线充电等，由于中游中国公司进入较早，所以渗透率已经较高，预计未来仍能看到份额切换提升的成长空间。

下游：目前台系五哥主导，大陆厂商未来三年主要发力板块

目前苹果组装供应商主要由台资企业主导——鸿海、和硕、纬创、仁宝、广达，大陆厂商从下游新产品开始切入如 AirPods，目前立讯和歌尔主导 90 以上的 AirPods 的组装，iPad Touch 由比亚迪电子代工。系统级的产品如 iPhone、iPad 等自 2020 年大陆厂商开始切入，手机方面：立讯于 20 年 7 月与大股东立讯有线共同出资 33 亿收购 WIN 旗下的昆山纬新和江苏纬创，其中昆山纬新是纬创旗下 iPhone 组装工厂；iPad 方面：比亚迪电子 19 年切入 iPad 组装，预计于今年年底有 14 条 iPad 产线，现已实现多条产线量产，我们判断未来三年大陆厂商的主要逻辑是从中游次组装往下整机游组装开始渗透。

资料来源：旭日大数据、天风证券研究所整理



台湾EMS 厂商概况							客户
厂商	当前市值(亿元)	19 营收(亿元)	19 净利润(亿元)	19 毛利率(%)	19 净利率(%)	主营业务	
鸿海	2540.08	12438	235.62	5.91	2.47	计算机系统设备及其外围之连接器等；线缆组件及壳体、基座之开发、设计、制造及销售等；精密模具之制造及销售等。	Amazon、Apple、ARRIS、Cisco、Dell、HPE、华伟 (Huawei)、联想 (Lenovo)、NetApp、Nokia、Nvidia等
和硕	381.19	3181	26.06	3.3	1.34	主机板、个人电脑、笔记型电脑、伺服器、介面卡、光碟机、调变解调器、无线通讯产品、游戏机及其周边设备、网路产品、PBX交换机、数位影音播放器到液晶、电视	华硕，苹果
纬创	191.18	2045	12.45	4.8	1.11	便携式计算机类；个人计算机类；其它	苹果
仁宝	193.28	2282	15.83	3.46	0.81	朝向网路应用的笔记型电脑，横跨通讯、数位媒体、行动设备、车用电子产品及垂直整合(机壳、轴承、连接器、印刷电路板等)机构零组件、面板、网通之完整供应链，同时投资工业电脑厂商，加速深入医疗及各垂直应用市场。投入物联网，以智慧家庭、智慧车载、智慧健康照护为发展目标。	惠普、戴尔、苹果
广达	662.46	2397	35.27	4.78	1.58	笔记型电脑研发设计制造：笔记型电脑的领域中维持高成长、高品质与高评价之外，更将触角延伸到企业网路系统、家庭娱乐产品、行动通讯产品、车用电子产品及数位家庭产品	惠普，苹果，戴尔

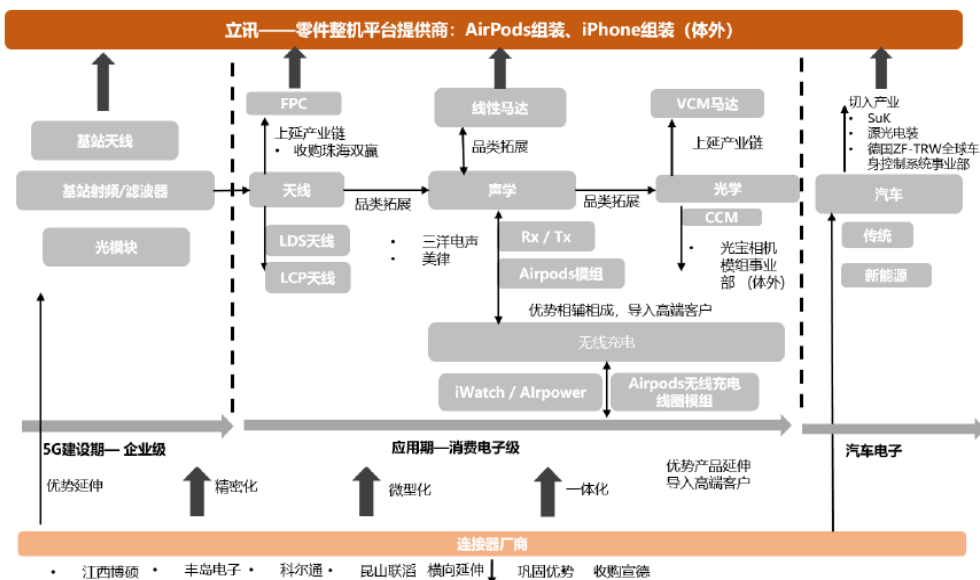
苹果组装商供应商格局

iPhone		iPad		Macbook		AirPods		iWatch	
2020	2023E	2020	2023E	2020	2023E	2020	2023E	2020	2023E
鸿海>70%	鸿海 50%	仁宝	仁宝	鸿海	鸿海	立讯精密 60%	立讯精密 40%	仁宝	立讯
和硕>20%	和硕 25%	鸿海	鸿海	广达	广达	歌尔股份 40%	歌尔股份 40%	广达	鸿海
纬创<5%	立讯精密 25%	比亚迪电子	比亚迪电子 40%	大陆厂商有望进入		大陆厂商可能海外布局		立讯精密	
								鸿海	

立讯精密

从连接器厂商成长为整机精密制造平台型龙头，早年横向收购宣德等连接器公司巩固连接器优势，后续凭借精密化、微型化、一体化能力+深度绑定客户进行行业纵向产品横向延申拓展，目前进入企业级如基站天线/光模块、消费电子应用方面天线、马达、声学、光学、汽车电子等细分零部件行业。在苹果客户方面，公司历年为苹果提供多条产品线产品，如手机转接头/Lightning、iWatch 无线充电/表带、MacBook Type-C、ipad Lightning/内部线等，18 年正式进入零部件如天线、线性马达、无线充电等供应，2020 通过收购纬创和资通，业务从零部件延申至整机组装，成为首家代工 iPhone 的大陆厂商，同时为苹果提供具备一定系统概念产品的 AirPods 组装。

图：立讯精密产业链/品类延展情况



图：立讯精密与苹果历年合作项目



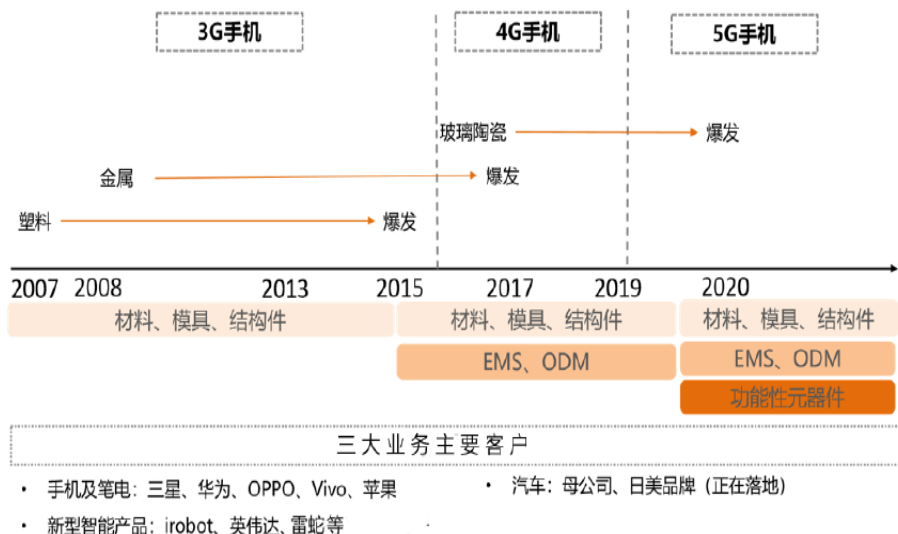
资料来源：摄像头观察、腾讯科技、数据领航者、天风证券研究所整理

资料来源：腾讯科技、每日人物、数据领航者、电子网、国际电子商情、智通财经网、中欧商业评论、天风证券研究所整理

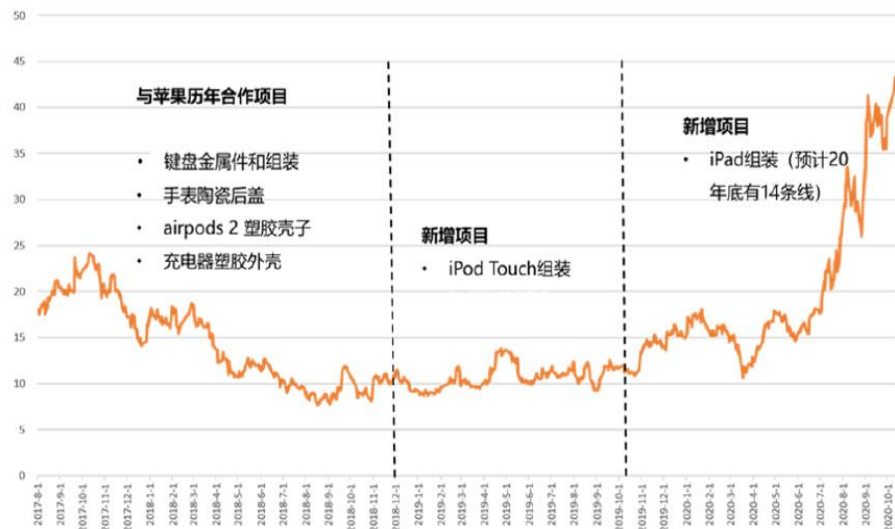
比亚迪电子

为垂直整合一站式服务能力在手机零部件平台龙头厂商，是全球唯一一家能够大规模提供塑胶、金属、陶瓷、玻璃、复合板材等全系列结构件和整机设计制造解决方案的公司，公司历年抓住通讯迭代零部件机遇，上市以来公司营收经历过三次翻倍飞跃，（07-09年、09-14年、14-18年，17年之后整个经营规模走上坡路，产品线多元化，目前有三大营收板块（营收占比）——手机笔电 85.6（零部件、组装）、新型智能硬件 11.4、汽车智能系统 3。经营理念上，公司致力于围绕客户做产品，将组装业务当作项目引流渠道/业务平台，组装/零部件相互协同。在苹果客户方面，公司先前进入了键盘金属件和组装、充电器塑胶外壳、手表陶瓷后盖等配件的组装，于19年切入 iPod Touch 以及 iPad 的组装，预计于20年底 iPad 组装产能，正式进入苹果系统级产品组装。

图：比亚迪电子与3次通讯迭代零部件机遇



图：比亚迪电子与苹果历年合作项目



印度推出三大激励计划，吸引海外投资提振本土电子业发展:

为吸引海外科技企业投资，提升当地电子制造业发展，印度电子和信息技术部在 20 年 6 月公布了三项刺激性计划，预计投入总共 5000 亿卢比（约合 66.5 亿美元），计划提振电子制造业，以吸引全球公司在手机和相关部件制造方面的投资，三项计划分别是 1) 生产挂钩激励计划（PLI）；2) 电子元件和半导体制造业促进计划（SPECS）；3) 改进型电子制造业集群计划（EMC 2.0）。具体看 PLI 计划，2019-20 财年度基准年之后的 5 年时间内，对合格公司在印度制造并涵盖在目标细分市场的货物的增量销售和增量投资（超过基准年）给予 4至 6 的激励，计划累计激励支出约为 410 亿印度卢比。

图：生产挂钩激励计划

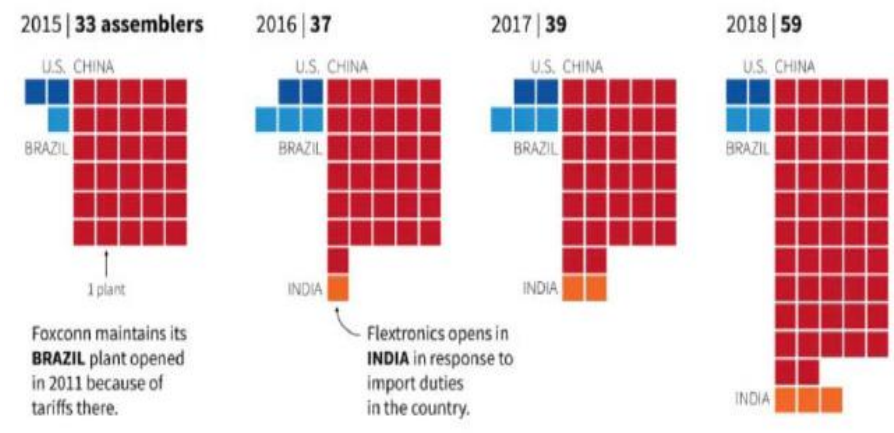
段	建议激励率	基准年增量投资	工业制成品在基准年的增量销售
移动电话（发票金额 15000 卢比及以上）*		4 年 10 亿卢比 累计最小值（Crore） 第一年：250 第二年：500 第三年：750 第四年：1000	第一年：400 亿卢比 第二年：800 亿卢比 第三年：1500 亿卢比 第四年：2000 亿卢比 第五年：2500 亿卢比
移动电话（国内公司）**	第一年：6% 第二年：6% 第三年：5% 第四年：5% 第五年：4%	4 年 2 亿卢比 累计最小值（Crore） 第一年：50 第二年：100 第三年：150 第四年：200	第一年：50 亿卢比 第二年：100 亿卢比 第三年：200 亿卢比 第四年：350 亿卢比 第五年：500 亿卢比
指定电子元件		4 年 1 亿卢比 累计最小值（Crore） 第一年：25 第二年：50 第三年：75 第四年：100	第一年：10 亿卢比 第二年：20 亿卢比 第三年：30 亿卢比 第四年：45 亿卢比 第五年：60 亿卢比

资料来源：印度电子和信息技术部、印度通公众号、天风证券研究所

苹果方面

根据路透社统计数据，截至 19 年 8 月，苹果在全世界有 59 座代工厂，分布在四个国家，中国 52 座，其他国家合计仅有 7 个，分别是印度 3 座，美国和巴西各 2 座。由于贸易战的爆发，为平衡供应商风险，苹果加速供应链的转移。此外，配件方面，苹果也有望将中国 3 成的AirPods 转移至越南，约 300-400 万产量。此外，全球另一大终端品牌三星于 18 年在印度诺伊达开设了工厂，目前三星已经成为印度第二大智能手机大厂，且三星正向印度地区投资 5 亿美元生产显示器。供应链方面，组装厂商以及模组/零部件厂商加速在印度增资成立公司设厂增大海外产能。

图：苹果在全球的主要组装厂分布



图：iPhone 全球组装基地分布

标示	鸿海	和硕	纬创
中国	河南郑州 深圳龙华	上海昌硕 昆山世硕	昆山纬创资通
印度	清奈	预计在清奈	班加罗尔
巴西	圣保罗州	\	\

资料来源：路透社、天风证券研究所

资料来源：拓璞产业研究、天风证券研究所

图：苹果供应链加速转移印度

厂商	内容
富士康	15 年加大对印度制造业的投资，涉及金额达50 亿美元，其控制的印度实体为Rising Stars Mobile India Private Limited 旗下有两个生产基地。20 年在印度的斯克里伯鲁布德工业园 (Sriperumbudur) 投资建工厂，投资额达10 亿美元（近70 亿人民币）
纬创	15 年纬创 (Wistron) 宣布与印度当地手机经销集团Optimus 合资2 亿美元设立组装厂，纬创持股2 成，Optimus持股8 成； 18 年纬创投资1.05 亿美元在印度卡纳塔克邦的班加罗尔购地建厂，用于生产智能手机、物联网设备和生物科技设备。20 年4 月投产第二家iPhone 工厂；目前，纬创已申请在印度投资约130 亿卢比（约合1.76亿美元），绝大多数投资都将专注于扩大iPhone 在印度的生产。
和硕	苹果公司智能手机代工厂商和硕联合科技公司 (Pegatron) 在印度钦奈 (Chennai) 注册了一家子公司
立讯精密	立讯印度有限公司成立于19 年(位于印度泰米尔纳德邦清奈市)，20 年以不超过9200 万美元现金间接增资印度立讯，用于满足印度立讯厂房扩建及产能提升等相关需求
欧菲光	19 年在印度安得拉邦的斯里城设立全资子公司OFILM OPTICAL ELECTRONIC，实施智能手机摄像头和指纹识别模组生产项目，首期投资规模为人民币3,180 万元。
舜宇光学	19 年在印度成立名为Sunny Opotech India Private Limited 的新附属公司
鹏鼎控股	18 年公司间接印度设立全资子公司(印度钦奈)，19 年在印度子公司投资人民币1.35 亿元用于建设模组组装生产线，未来将累计投资额度增加至人民币4.5 亿元或等额外币（含日常营运资金）
欣旺达	成立欣旺达电子印度有限公司（位于印度北方邦诺伊达），间接向印度欣旺达增资注册资本69,993 万卢比， 印度欣旺达另一股东Anil Ji Garg 使用自有资金向印度欣旺达同比例增资注册资本7 万卢比。
赢通通讯	拟以自有资金向对赢通（印度）电子科技有限公司进行增资，增资金额共为1500 万元。 增资完成后印度赢通的注册资本约为2500 万元人民币
领益智造	2019 年12 月，领益智造以自有资金收购LOM India，该公司成立于2006 年6 月19 日，位于印度清奈 Nokia经济特区内，主营移动电话模具、组装线设计、制造与销售。此外，拟3000 万美元购买Nokia India Pvt Ltd 部分厂房和设备
长盈精密	2019 年8 月香港长盈在印度设立了控股子公司长盈精密印度公司，发展智能终端零部件的增量业务。

海外建厂考验管理层管理能力，鸿海为目前海外布局建厂能力最强的公司之一

目前，鸿海在中国大陆、巴西、墨西哥、日本、越南、印尼、捷克、美国和澳大利亚等地都设有工厂，80 年代来中国建厂投资是成功的管理案例，同时帮助中国大陆制造业快速提升。自88 年6 月鸿海在中国深圳宝安开设第一家大陆工厂后，随着改革开放的深入公司持续布厂，目前富士康在大陆建立了七大产业园，包括珠三角/长三角/环渤海 44 个富士康厂区（科技园）。根据鸿海的扩张历史，我们预计中国大陆的电子公司在出海扩张的过程中会面临如下问题，管理能力将成为未来这些公司胜出的评价标准：

- 1) 劳工管理：究竟是本地领导管理还是外派中国人管理，这在鸿海的历史中也能看到台湾干部与本地干部的磨合问题。从目前多数大陆电子公司出海看还是以中国高管为主，预计未来能够采用更多本地高管的公司可能胜出。
- 2) 语言种族宗教：相比越南未来三年大陆公司都会面临印度投资问题，种族宗教种姓制度等问题将凸显，管理不善可能影响开工，直接影响利润率。
- 3) 政府/土地/投资/税收：海外投资预计大陆公司都将处在同一起跑线，没有了地方政府的差异化扶持是否能够持续维持高利润率水平值得验证。

安卓供应链未来三年随品牌客户变化中游厂商份额集中依旧有投资机会、上游材料、芯片国产化不断渗透，整机组装预计将向龙头集中
 中游ODM 市场份额集中，闻泰华勤双寡头格局。

全球前10 大厂商除了苹果均开始与ODM 厂商合作开发中低端智能手机以及手机生态链产品，2019 年，TOP5 手机ODM 公司智能机出货 2.85 亿部，yoy+2000 万部，智能手机客户聚焦于OPPO, 小米，华为，三星，联想和 LG 等手机品牌。其中智能机出货 TOP3 ODM 厂商闻泰，华勤和龙旗占比超过 90%，闻泰和华勤双寡头的优势继续放大，闻泰19 年出货1.1亿部，yoy+22%，华勤出货0.85 亿部，yoy+0.1%，龙旗出货0.73 亿部，yoy+22.3%；从业绩方面来看，2019 年闻泰和华勤 ODM 业务营收规模均超过 300 亿元，单机价值超过 300 元。

图：主要厂商委外占比情况

终端	2019 委外占比	2020E 委外占比	合作	合作厂商
OPPO	44%	51%	ODM+IDH	闻泰和华勤是主 ODM 供应商，龙旗参与部分 IDH 项目。
小米	77%	74%	主要 IDH	龙旗(>50%)，华勤和闻泰
三星	9%	22%	ODM+自建产线	闻泰(19H2 进入)、华勤（19 年开始参与三星新项目，2020 年 Q1 开始量产出货）
华为	17%	18%	ODM	华勤、闻泰，中诺和龙旗
联想	84%	89%	ODM	华勤、闻泰、龙旗、chino、tinno
LG	49%	56%	ODM	华勤、闻泰、龙旗、chino
CMCC	70%	100%		华勤、闻泰
诺基亚	54%	88%		闻泰、华勤、龙旗、chino

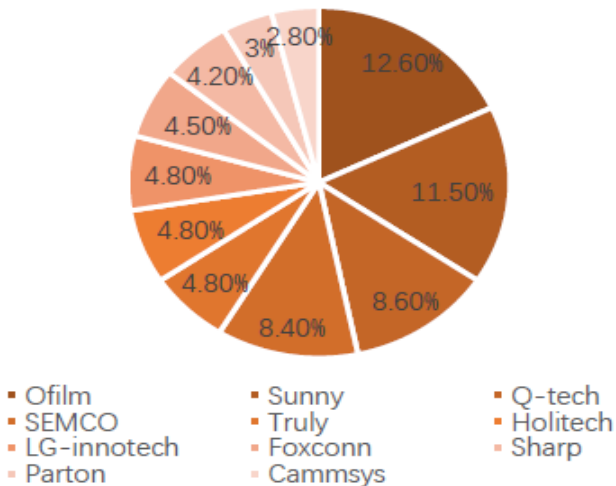
图：TOP5 手机 ODM 公司智能机出货量（百万台）

排名	厂商	2017	2018	2019	yoy
1	闻泰	83.7	90.2	110	22.0%
2	华勤	79.1	84.9	85	0.1%
3	龙旗	34.2	60	73.4	22.3%
4	中诺	5.9	17.8	15.2	-14.6%
5	天珑	15.4	11.5	6.5	-43.5%

中游零组件目前竞争格局分散，未来份额有望持续集中。

安卓阵营中游零组件份额依旧比较分散，同时随客户变化大，都依然有份额持续提升的逻辑。具体从光学方面来剖析，2019 年全球摄像头模组前四名分别为欧菲光12.6%、舜宇光学11.5%、丘钛8.6%、SEMCO8.4%，余下的供应商则主要为安卓阵营的供应商，多家供应份额较为均衡，信利4.8%、Holitech4.8%、LG-innotech4.8%、Foxconn4.5%；从国内供应商前15 强来看（主要为安卓供应商），除去头部三家厂商外，信利、盛泰、三赢兴、合力泰、众鑫、富士康、鑫晨光、联合影像、四季春、金康、世嘉、联创、群晖等摄像头模组厂商出货量相差较小，份额较为均衡。

图：2019年全球摄像头模组厂商市场份额（%）



图：2019年国内摄像头 模组出货量预估（kk）



资料来源：Sigmaintell、天风证券研究所

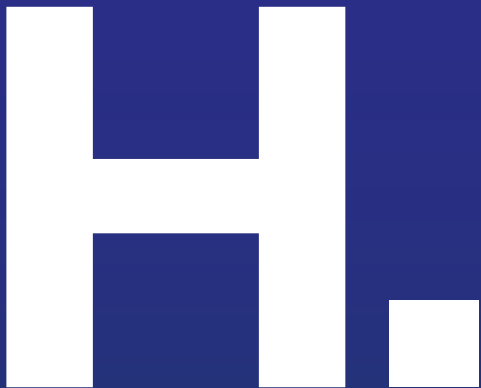
资料来源：旭日大数据、天风证券研究所

上游：贸易战加速国产化进程。从射频器件来看，射频前端主要起到收发射频信号的作用，它包括功率放大器(PA)、双工器(Duplexer 和Diplexer)、射频开关(Switch)、滤波器(Filter)、低噪放大器(LNA)等五个组成部分。滤波器：saw 主要厂商有村田47%、TDK21%、太阳诱电14%，baw 主要厂商有博通87%，国内目前厂商有麦捷科技、三环集团、中电德清华莹、信维通信、好达电子等，PA 被Skyworks、Qorvo、Broadcom、Murata 占据，CR4=97%，国内PA 设计公司主要有中科汉天下、唯捷创芯、紫光展锐等；射频开关国产已经有突破，卓胜微是目前国内最大的开关供应商，已经进入三星、华为、小米的供应链，此外，展锐等厂商亦有出货。

图：射频器件主要厂商分布情况滤波

滤波器	PA	RF 开关	RF 天线
麦捷科技	中科汉天下	卓胜微	信维通信
三环集团	唯捷创芯	中电德清华英	硕贝德
中电德清华莹	紫光展锐	紫光展锐	立讯精密
信维通信	慧智微	立积电子	京信通信
好达电子	飞驒科技	迦美	通宇通讯
天津诺思	中普微(韦尔股份控股)		
大富科技	艾为电子		
武汉凡谷	苏州宜确		
华远微电	上海康希		
瑞宏科技			

资料来源：国际电子商情、天风证券研究所



产业动态

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

- 汽车产业
- 新能源
- 新基建
- 快消零售：跨境电商
- 重工装备
- 半导体产业
- 面板产业
- 3C（家电、PC、网通、家电等细分领域）

汽车产业

产业分析

- 受2020年上半年新冠疫情的影响，消费者购车需求和消费能力短期内明显下降。从长期来看，伴随经济、道路、能源等条件的持续改善，中国汽车行业仍具有广阔的前景。
- 随着我国汽车零部件市场进一步开放，我国汽车消费快速增长兼具资源成本低的优势，促使我国汽车零部件行业进一步发展，产业规模迅速扩大。此外，在国家产业政策和汽车行业高速增长的推动下，我国汽车零部件企业的技术水平和生产管理水平也得到很大提高。
- 随着行业发展趋于成熟，整个产业链的分工越来越细化，从比较优势、集约化等方面降低整个行业的成本，从而提高盈利水平。汽车物流对于汽车制造业的上述趋势有着至关重要的作用，因为有效的汽车物流体系是实现大量存货快速周转的重要因素。

新能源

产业分析

- 新能源“奇点”未至，储能难题将制约新能源产业发展，现有电动车的电池系统能量密度翻一倍半，从普遍的160wh/kg，到400wh/kg，才是电动车彻底取代燃油车的开始，电动车如果迈不过性价比经济性这条线，就永远只能是个小众的玩具。
- 光伏发电与城市用电存在峰谷错峰性，天然存在储能要求，在无法满足储能要求时，最多只能满足电网系统30%~40%的用电需求
- 光伏产业储能成本需要从现阶段主流的1.94元下降至1元左右，成本才可能追平火力发电，彻底摆脱并网约束
- 光伏发电与城市用电存在峰谷错峰性，天然存在储能要求，在无法满足储能要求时，最多只能满足电网系统30%~40%的用电需求
- 光伏产业储能成本需要从现阶段主流的1.94元下降至1元左右，成本才可能追平火力发电，彻底摆脱并网约束

新基建

产业分析

- 如今，“新基建”相关产业的建设正在全国范围内如火如荼地展开。其中，5G基站建设速度日新月异，大数据、人工智能等新技术方兴未艾，高铁、轨交建设不断下沉到三四线城市，充电桩的规模铺设为新能源汽车铺平道路，特高压电网的架设推动清洁能源在960万平方公里的版图上顺畅调度，工业互联网的部署加速“中国制造”向“中国智造”的转型升级.....
- 2020年收官之际，跟随企查查近日推出的《2020中国新基建大数据分析报告》，对七个领域的企业注册量、地区分布、投融资、专利数量等方面进行一次数据扫描，以期呈现一张全面的“新基建”发展全景数据图谱。

本报告将“新基建”的七个主要领域拆分为两大部分进行研究

- 以5G、人工智能、大数据中心、工业互联网为代表的基于新一代信息技术演化生成的信息基础设施建设；
- 以特高压、新能源汽车充电桩、城际高速铁路和城市轨道交通为代表的深度应用互联网技术支撑传统基础设施转型升级的融合基础设施

跨境电商

产业分析

- 2020年，冲击和重构将成为全球消费市场的两个关键词。
- 跨境电商企业在疫情冲击下的应对以及针对“后疫情”时代全球消费市场的变化所做的提前布局，将决定企业能否抓住机会逆势突围。
- 疫情冲击下，国际航班运力紧张，供应链成本上涨，全球消费能力下降，让很多跨境企业面临生死大考。担忧冲击就会有重构。海外线下门店关停，消费向线上加速转移；稳扎稳打，具备高效管理和运营能力的企业实现二次这个做哪行，锁定未来全球消费市场的重构机遇。

半导体

产业分析

- 存储器和手机用MPU销量持续大增，受疫情及供应影响，囤货氛围浓郁；
- 受美国制裁影响，华为采购转向日韩企业，从而带动日韩企业业绩走高。

趋势

- 海外疫情形势依然严峻，加重了芯片等供应短缺，促使厂家纷纷提前囤货；
- 国内制造商开始大量采购设备，提高产能，未来可能出现供求逆转；
- 美国恢复对华为供应4G芯片，仍未有迹象表明制裁松绑，华为供应链依然吃紧。

面板

产业分析

- 因疫情原因，下游需求旺盛，导致面板厂家加大产能；
- 中国厂家牢牢锁定LCD市场，并积极追赶韩系OLED技术；
- OLED除继续在智能手机上加大应用，未来可穿戴设备将成为其新的增长点。

趋势

- 明年面板行业有望恢复正常供需，国产厂家将积极推进OLED、mini LED产品的上市，可穿戴设备及手机应用随着下游销售大增，也对产量起带动作用。

3C-手机

产业分析

- 因受美国制裁的影响，华为销售大减，荣耀挂牌出售；
- 小米国内海外齐头并进，三季度销售高增长；
- APPLE新机销量刺激三季度大幅增长，产业链整体受益。

趋势

- 随着APPLE iPhone 12上市，5G手机渐渐成为主流，大规模换机潮开始。华为持续承压，荣耀出售，Mate40等新机有价无货。小米随着与高通的深入合作，整体生态的打造，海外市场快速拓展。近期最大的压力都来自于供应，疫情导致供应不足，产能无法满载。

3C-个人计算机（含平板）

产业分析

- 三季度笔电厂商均收获双位数增长；
- 国内平板市场华为崛起，但能维持多久，需观望其供应问题；
- 平板市场依然是以苹果为主，市场占有率提升至37.5%。

趋势

- 无论商用还是家用市场，笔电平板都处于双位数增长期，一方面是由于疫情导致的远程教育、居家办公等需求提升，另一方面是APPLE新款IPAD上市，对销量起一定的促进作用。但今年的购买透支，很可能使明年的销售承压。

3C-家电（电视）

产业分析

- 三季度TCL销量同比超50%；
- 三星创记录的季度销量；
- OLED电视季销量首破千万，LGD受益明显。

趋势

- 智能电视的渗透将带来一轮电视的换机潮，并逐步淘汰智能电视盒。而技术上的更新，将促使LCD面板的市场萎缩，未来OLED、mini LED，Micro LED产品都将逐步替代普通LCD电视。

3C-可穿戴设备

产业分析

- 可穿戴设备仍然是今年及未来两三年的业绩突破点，耳机、智能手表持续大卖；
- 华为国内称霸，小米积极拓展海外，APPLE全球市场占有率超30%，领导地位暂时无人能动。

趋势

- AirPods渗透率接近11%，而安卓耳机的渗透率仅2.13%，未来安卓耳机的成长空间更加广阔；
- 华为/荣耀智能手表，儿童手表等产品正在逐步打开市场，未来仍要关注华为供应链受制带来的影响；
- VR/AR产品虽然目前并不普及，但这将是未来消费电子的下一个大机会。

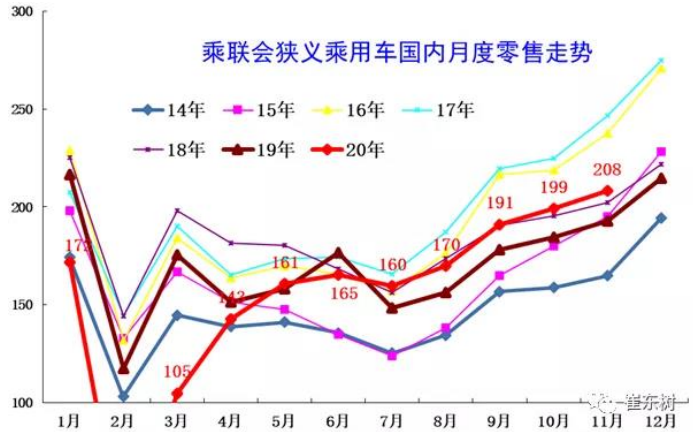
11月乘用车市场总体走势平稳，传统车零售增长偏弱，新能源超强增长。主力车企表现较强，行业分化加剧。

近年狭义乘用车零售走势

11月乘用车市场零售达到208.1万辆，同比去年11月增长8.0%，实现了连续5个月8%左右的近两年最高增速。今年全国乘用车市场7-11月增速保持强势态势。这首先是宏观经济和出口市场超预期的回暖。其次是新能源车零售的翻倍回暖态势明显，推动车市走强。

今年1-11月的零售累计增速-8.3%,较1-10月累计增速-10.2%提升2个百分点，体现行业的稳步回暖态势。

今年零售下降主要是受到春节偏早和疫情因素对一季度影响208万辆，二季度零售同比损失只有17万辆,三季度增量38万辆。11月增量15万辆，因此预计全年减量在140万辆以内，年度负增长在7%左右。

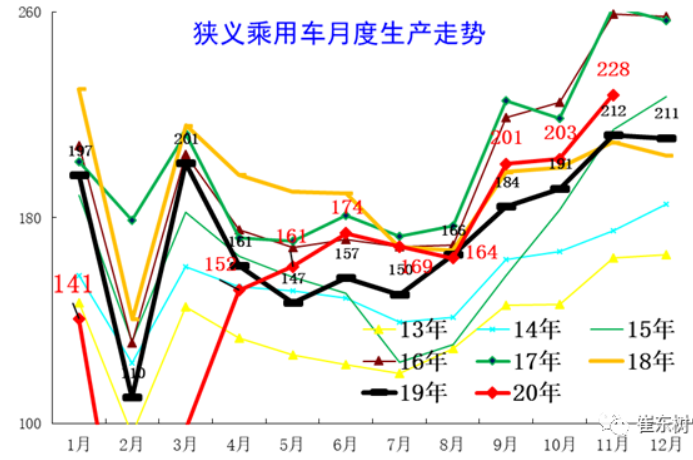


零售	15年	16年	17年	18年	19年	20年
1-6月	931	1045	1056	1098	996	770
7-10月	607	769	797	716	667	720
11月	195	238	246	202	193	208
12月	228	271	275	222	215	
年度	1962	2322	2374	2238	2070	1698
零售	15年	16年	17年	18年	19年	20年
1-6月	11%	12%	1%	4.0%	-9%	-23%
7-10月	5%	27%	4%	-10%	-7%	7.9%
11月	18%	22%	4%	-18%	-5%	7.9%
12月	18%	19%	2%	-19%	-3%	
年度	11%	18%	2%	-6%	-7%	-8.5%

近年狭义乘用车生产走势。

11月乘用车生产227.8万辆，同比19年11月增长8.0%；1-11月累计生产1715.6万辆，同比下降8.1%，减产151.1万。11月豪华车生产同比增长24.0%，合资品牌同比增长1.0%，自主品牌同比下降7.0%，其中自主SUV生产同比下降10.0%。

在11月份的产量的对比中，我们可以看到11月份的产量的增长环比达到了11.6%的较强的增长幅度。1-11月累计生产1712万辆，同比下降8%，产量减少164万辆。



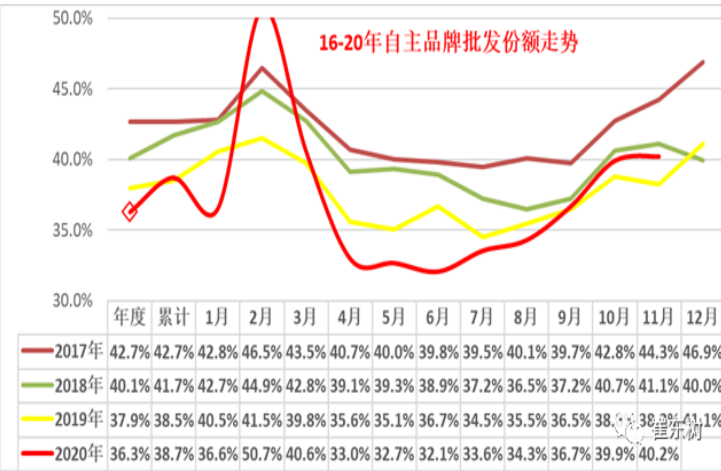
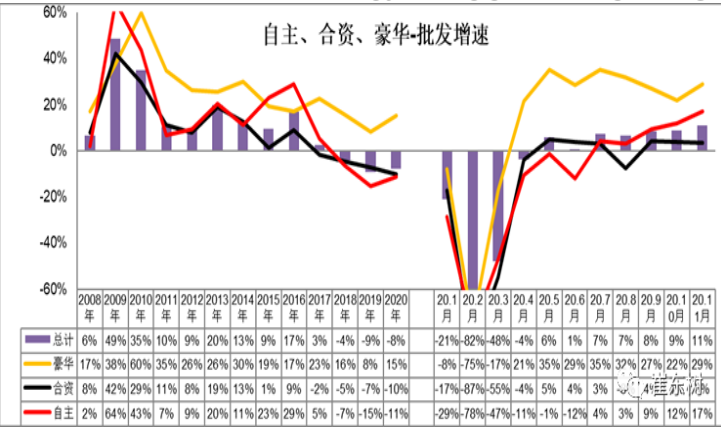
生产	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年
1-6月	659	771	896	975	1059	1118	1163	972	747
7-10月	456	541	612	595	782	794	733	691	737
11月	127	164	175	214	259	262	209	212	228
12月	126	166	185	227	258	257	204	211	
年度	1367	1642	1867	2012	2359	2430	2310	2087	1712
生产	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年
1-6月	10%	17%	16%	9%	9%	6%	4.1%	-16%	-23%
7-10月	10%	19%	13%	-3%	31%	1%	-8%	-6%	6.6%
11月	8%	29%	6%	23%	21%	1%	-20%	1%	7.4%
12月	7%	32%	12%	23%	14%	-1%	-20%	3%	
年度	9%	20%	20%	8%	17%	3%	-5%	-10%	-8.7%

疫情下自主的表现艰难。

11月豪华车零售同比增长27.0%，环比10月增长5.0%，保持强势增长特征。消费升级的高端换购需求依旧旺盛，德系豪车年末趋稳，特斯拉、凯迪拉克、林肯等美系豪华车表现超强。

2020年11月份自主品牌份额40.2%，较前几年的份额仍下降较大，份额重归谷底，稍好于19年水平。自18年11月以来，连续20个月的自主品牌份额都同比下降较大。19年的全年份额下降速度仍然较大。20年的疫情下的自主品牌份额2-3月回升。随后4-7月下降较大。

4月开始的救市政策出台，行业利好。自主4-6月开始剧烈下滑，原因是合资和豪华的恢复较快。9-11月的自主恢复也是新能源的贡献较大。



产销		2018	2019	2020年											
		汇总	汇总	累计	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
产量	传统	2291	1985	1605	141	20	98	153	163	174	168	164	190	188	195
	新能源	106	91.1	93.5	3.8	1.4	4.7	6.5	7.2	8.0	7.9	9.9	12.2	14.9	17.0
产量汇总		2397	2076	1699	144	22	103	159	170	182	175	173	202	203	212
批发	传统	2306	2005	1648	160	22	100	151	165	170	163	171	194	193	208
	新能源	105	106	95.4	4	1	6	6	7	9	8	10	12	14	18
批发汇总		2411	2111	1744	164	23	106	157	172	178	171	181	207	207	226
零售	传统	2210	1968	1609	172	25	105	144	161	164	158	167	180	186	192
	新能源	102	102.6	89.6	4.1	1.3	5.4	5.5	6.7	8.4	8.3	9.4	11.0	13.3	16.6
零售汇总		2312	2070	1699	176	26	111	149	168	173	166	177	191	199	208
出口	传统	71	52	47	4	3	6	5	3	4	4	5	6	7	7
	新能源	0	1.6	2.8	0.2	0.2	0.3	0.1	0.0	0.1	0.2	0.3	0.3	0.5	0.7
零售汇总		71	53	50	5	3	6	5	3	4	5	6	6	7	8
增速		2018	2019	2020年											
		年	年	累计	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
产量	传统	-7%	-13%	1%	-25%	-81%	-49%	0%	19%	20%	17%	3%	7%	3%	-4%
	新能源	88%	-14%	25%	-55%	-74%	-51%	-26%	-20%	-12%	47%	63%	106%	108%	114%
产量汇总		-4.8%	-13%	2%	-27%	-81%	-49%	-1%	16%	18%	18%	5%	10%	7%	1%
批发	传统	-6%	-13%	3%	-17%	-81%	-45%	3%	14%	9%	12%	10%	6%	5%	7%
	新能源	85%	1%	13%	-54%	-73%	-50%	-36%	-27%	-36%	22%	44%	93%	118%	122%
批发汇总		-4%	-12%	3%	-19%	-81%	-45%	1%	11%	6%	12%	11%	9%	9%	11%
零售	传统	-8%	-11%	2%	-17%	-78%	-36%	1%	8%	1%	11%	12%	5%	4%	3%
	新能源	85%	0%	9%	-58%	-73%	-49%	-35%	-29%	-40%	28%	47%	80%	109%	129%
零售汇总		-5.7%	-10%	2%	-19%	-78%	-37%	-1%	6%	-2%	12%	13%	7%	8%	8%
出口	传统	-8%	-27%	7%	0%	11%	36%	0%	-28%	-20%	-4%	19%	35%	41%	89%
	新能源	85%	1549%	275%					200%	229%	397%	30%	61%	88%	75%
零售汇总		-5.7%	-25%	11%	4%	17%	44%	1%	-28%	-19%	-1%	20%	36%	44%	87%
新能源渗透率		2018	2019	2020年											
		年	年	累计	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
产量渗透率		4.4%	4.4%	5.5%	2.6%	6.4%	4.6%	4.1%	4.2%	4.4%	4.5%	5.7%	6.1%	7.4%	8.0%
批发渗透率		4.3%	5.0%	5.5%	2.6%	6.0%	5.3%	3.7%	4.2%	4.8%	4.7%	5.6%	6.0%	7.0%	7.8%
零售渗透率		4.4%	5.0%	5.3%	2.3%	4.9%	4.9%	3.7%	4.0%	4.8%	5.0%	5.3%	5.8%	6.8%	8.0%
出口渗透率		0.1%	3.1%	5.7%	3.5%	4.7%	5.4%	1.6%	0.4%	2.9%	4.3%	4.7%	4.9%	7.1%	8.5%

新能源与传统车走势对比。

由于去年年末春节前购车启动较早，这也使今年11月传统车零售191.3万辆，同比增量5.7万辆，同比增速仅有3.1%，较10月的4.4%稍弱。近期个别地区出现新冠病例，“外防输入，内防反弹”也使零售回暖速度放缓。11月新能源车零售16.9万辆，同比增量9.7万辆，同比增速136.5%，乘用车零售市场渗透率8.0%，成为乘用车零售增长核心动力。

现有电池能量密度较低导致新能源汽车经济性相对低下，高密度电池是最佳突破路径

电动车取代燃油车的必要条件

- **摆脱对补贴的依赖：**随着新能源汽车市场的逐步成熟，中国对新能源汽车产业的补贴政策预计3到5年内就会终止
- **从经济性上追平燃油车：**补贴终止后，新能源汽车将直面燃油车高里程、高性价比两大核心优势，新能源汽车必须缩小甚至追平这一差距，才有可能实现对燃油车的取代

新能源汽车逐步突破里程焦虑，经济性仍是难题

- 以2020年市场主流车型为例，比亚迪汉EV及特斯拉model 3均已达到600公里左右的续航里程，该数据接近燃油车单油箱时的最大里程数
- 以比亚迪汉为例，EV版本补贴后价格对比同配置DM版本高出6万元左右，如失去补贴政策后，这一金额将扩大至10万以上，新能源汽车对比同等级配置的燃油汽车经济性劣势明显

电池成本是决定新能源汽车经济性的决定因素

- 上述两款车型电池成本占整车成本约三分之一，是整车成本高企的最大原因；细分来看，电池能量密度较小，电池需达成600公里续航所使用的原材料较多是主因
- 行业分析认为将电池能量密度从现在的160wh/kg提升至约400wh/kg，可缩减电池模组的单位成本，经济性上追平燃油车
- 能量密度上升也有助于降低电池单位重量提升整车续航

	
	比亚迪汉EV超长续航版尊贵型 特斯拉model 3 2020长续航款
厂商指导价	25.58万 30.99万
上市时间	2020.07 2020.06
整备质量	2020kg 1745kg
工信部续航里程	605km 668km
电池能量	76.9kwh 76.8kwh
电池类型	磷酸铁锂电池 三元锂电池
最大功率	163kw 202kw
百公里加速度	7.9s 5.3s
单体电芯能量密度	170wh/kg 300Wh/kg
电芯总重量	452kg 255kg
电池系统能量密度	140wh/kg 151.4wh/kg

数据来源：汽车之家、国际能源网



动力电池市场百家争鸣，固态电池有望助力新能源汽车突破性价比困境

固态电池：锂电技术制高点

- 当下主流的电池，无论是磷酸铁锂电池，还是三元锂离子电池，都是液态电解液的锂离子电池，理论的最高能量密度就是350wh/kg，如果再加上各种电池管理系统，能够做到全系统300wh/kg，基本上就是极限
- 最终要解决电池的能量密度问题，消灭里程焦虑，最后的方案一定是固态电池
- 固态电池领域进入“军备竞赛”阶段，各企业期望抢占先机以赢得市场份额：
 - 中国：企业纵向联合，高校及研究机构科技成果初尝产业化
 - 欧美：多国政府拨款助力固态电池研发，科研机构及固态电池初创企业是主力，各大车企纷纷投资
 - 日本：电池领域底蕴深厚，企业依靠自身优势组建研发团队攻克技术难关，同时车企横向联合共同开发电池技术，科研机构、车企、电池和材料企业等多行业抱团共同参与研究
 - 韩国：电池企业选择纵向联合，共同开发固态电池技术
- 固态电池的工艺路线尚不成熟，降本仍需过程，全面产业化预计需要5-10年
- 过去10年间，电池能量密度提升了两倍，未来10年，电池能量密度需提升一倍以上，才可以实现电动车对燃油车的经济性平衡
- 预估固态电池生产成本在产业化初期仍将大于现有电池成本，整体成本需要依靠更低的物料价格、完整的供应链体系、工艺改进逐步下降固态电池单位成本，其中，最具市场前景的是硫化物电解质固态电池，同比现有锂离子电池或铅酸锂电池可降低单位成本35%以上

数据来源：光大证券、国际能源网

图 9：固态电池发展策略



资料来源：《全固态锂电池技术的研究现状与展望》，许晓雄

图 11：不同企业选择的电解质技术路线



资料来源：宁德时代、辉能科技、LG 等公司官网，光大证券研究所

并网制约光伏产业上限，储能产业或解决并网困境

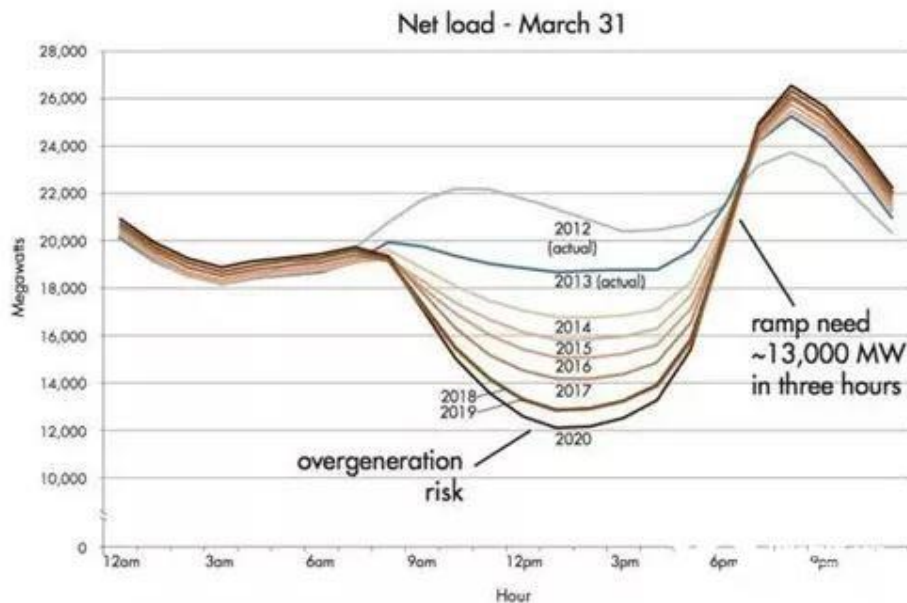
光伏产业的约束条件

- **摆脱对补贴的依赖**：2018年后，政府补贴政策逐步减少，截止2020年，补贴发电量仅占光伏发电总量6%
- **摆脱并网约束**：光伏发电与城市用电存在峰谷错峰性，天然存在储能要求，在无法满足储能要求时，最多只能满足电网系统30%~40%的用电需求，并网约束亟待突破

平价上网逐步实现，并网约束仍为难题

- 随着中国制造在光伏技术上的快速迭代，成本下降很快，终于到2020年，成本已经接近煤电，达到约0.4元每度电，可实现平价上网
- 并网约束问题可参考光伏产业著名的“鸭子曲线”来解释（注：鸭子曲线是美国加利福尼亚州每年3月31日这一天的用电净负荷）
- 光伏产业天然的错峰性问题，导致加利福尼亚进入夜间后用电量与电力系统压力的急剧爬升，形成一条鸭颈；由于中国的加入，太阳能组件的价格逐年下降，加州光伏发电的占比也越来越高，从2012年以来，中间用电净负荷的这个鸭肚臍也越来越大
- 因为该特点，整个电网系统，光伏发电的占比有一个极限，这个上限基本上在30%-40%左右
- 如果要突破这一上限，需要储能设施把电力储存起来，到用电高峰期将电力释放出来

数据来源：六上证券、国际能源网

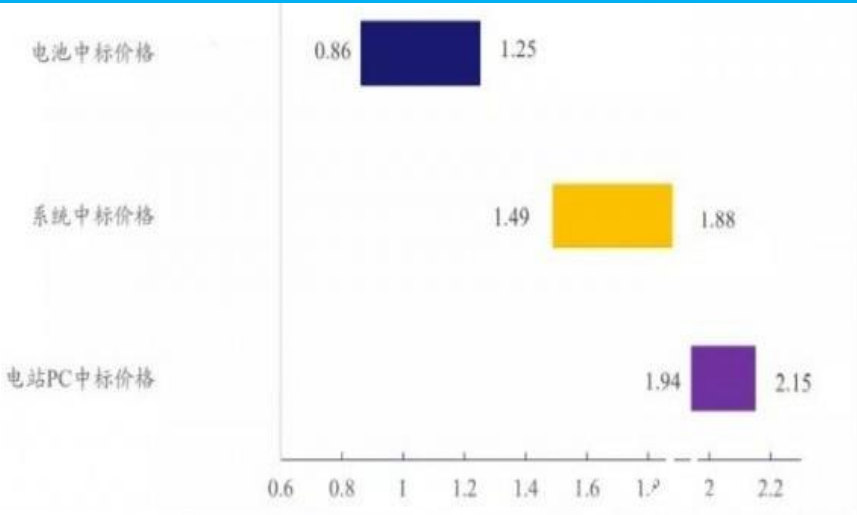


鸭子曲线

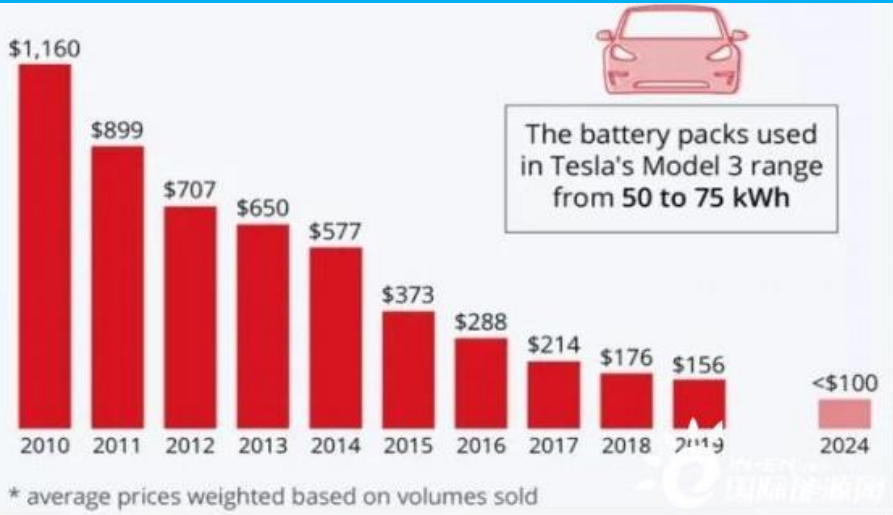
光伏储能对技术要求较低，成本成为唯一指标

- 为了突破并网约束，光伏发电需要达到配置了储能设施之后的光伏+储能发电的系统成本低于现有的煤电，真正进入哲学上说的“自由王国”，改变电网，也彻底改变这个世界
- 根据兴业证券研报，2020年光伏储能全成本最低为1.94元/wh，按照现有充放使用循环寿命约5000次，度电储能成本接近0.4元/度电，该成本接近现有火电价格，从效益分析，现阶段光伏错峰供经济性仍低于火电/天然气发电，无法摆脱并网约束
- 行业预测当光伏储能成本低于0.1元/度电、光伏发电成本低于0.3元/度电时，可彻底摆脱并网约束，根据目前信息，光伏储能成本具备下降可能，一方面光伏储能对电池本身能量密度要求较低，另一方面光伏储能更注重循环使用性，对重量体积价格效率的追求较小，更容易实现技术突破

2020年光伏产业储能成本结构



2010-2019年动力电池每度电成本

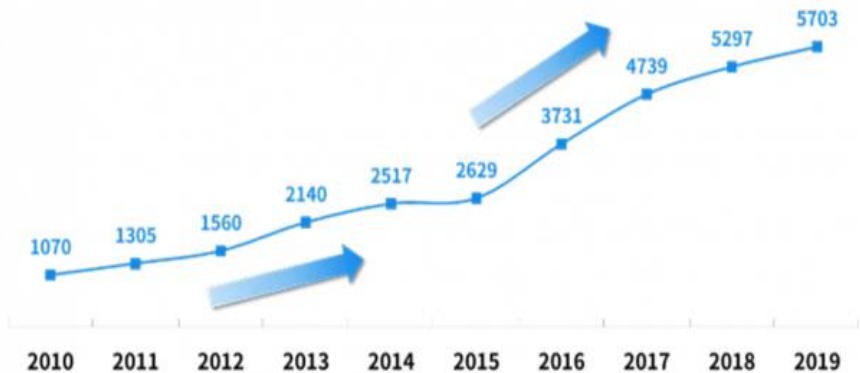


数据来源：兴业证券、国际能源网

5G市场在国内迎来爆发式增长，华为、中兴专利称王

- 根据2020年中国移动、中国电信和中国联通三大运营商已披露的采购和招标来看，单个5G基站建设成本约16万元，5G商用规模化单位成本将逐步降低。依据我国4G基站数2014-2019年期间44%的复合增长率，保守估算预测中国5G基站建设未来5年总投资达万亿规模。
- 数据显示，2010-2014年，5G相关企业的年新增注册量从1070家到2517家，增幅不过1500家左右。但2015年之后，行业进入迅猛增长期，5年间5G相关企业年新增注册量从2629家增长到5703家，复合增长率达到21.36%，2019年较2015年增长翻一番
- 国内各企业/机构的5G发明专利数量排名：华为以3.35万件专利数量高居榜首，是第二名中兴通讯（1.62万）的两倍还要多，三至十名依次为中国电信、中国联通、诺基亚贝尔、国家电网、清华控股、上汽、京信通信、中国移动

2010-2019年5G相关企业注册量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词含“5G”的相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

2010-2019年基站&光纤&移动终端相关企业注册量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词含“基站”“光纤”“移动终端”的相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

产学结合助力人工智能市场走向成熟，大数据应用侧重汽车与医疗

人工智能

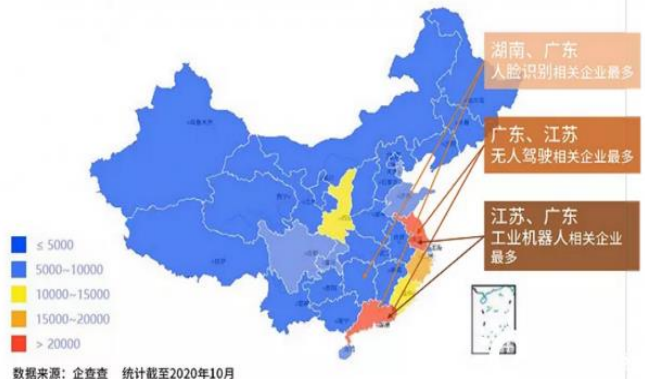
- 我国人工智能相关企业在业/存续21.5万家，其中广东3.03万家，江苏2.89万家，是“唯二”突破了两万家的省份。从城市分布来看，深圳与上海分别拥有人工智能企业1.24万家、1.24万家，在全国所有城市中排名前两位，苏州也以7090家企业数量成为长三角地区的一大产业集群地
- 2015年-2020年10月，中国人工智能领域累计发生4462件融资事件，融资金额累计 6968.96 亿元，2015-2017年在融资事件数和融资规模上呈现增长态势，2018年起融资事件数量开始回落。2015-2020年10月，企业单笔融资金额从最初的0.36亿元增长到8.17亿元，资金逐渐流向头部企业的态势明显
- 国内企业/机构的人工智能专利数量排名：京东方以1.26万排名榜首，腾讯以1.04万的专利数量屈居第二。排名3-5位的分别是哈尔滨工业大学、北京航空航天大学、西安电子科技大学三所高校

大数据中心

- 中国信通院发布的《中国数字经济发展白皮书（2020年）》，2019年我国数字经济增加值规模达到35.8万亿元，占GDP比重达到36.2%
- 2014-2019年期间，我国共成立 356 家数据中心企业，2015 年 109 家数据中心企业成立，2015 年起企业成立数量逐步放缓。2016年成立50家，2017年成立53家，2018年成立34家，2019年仅成立15家
- 从区域分布来看，排名前十的地域共成立229家数据中心企业，占全国总量的 87.74%。北京市、广东省、上海市三地成立156家数据中心企业，占全国总量近六成
- 从企业融资阶段来看，获得融资数据中心企业阶段呈现两级分化态势：早期和成熟期居多。种子-A+轮的融资事件数占总量约四成，获得战略投资、定向增发、借壳上市、债权融资、并购、IPO的融资数件事占总量约四成
- “大数据+汽车”相关企业数量最多，达到1.44万家，占比19.55%；其次为“大数据+医疗”，总注册量为1.37万家，占比19.35%；此外，“大数据+教育”、“大数据+工业”、“大数据+金融”紧随其后

数据来源：企查查

人工智能相关企业在业/存续数量



工业互联网即将迎来行业井喷期，海尔智家成为隐藏巨头

人工智能

- 国内在业/存续工业互联网相关企业4.26万家，从近10年的趋势来看，2014年是发展转折点。2014年以前，工业互联网相关企业年新增注册量尚不过千，同比增速亦在10%-30%之间；2014年之后，注册量迅速增长，2019年我国工业互联网相关企业新增注册量8318家，2020年1-10月新增注册量更是达到1.7万家，预测未来三年将迎来发展井喷期
- 2010-2013年间，传感器相关企业每年新注册量不到2000家，自2014年开始，传感器的应用场景日趋增多，企业注册量直线上升，2014年是我国传感器相关企业增长最快的一年。我们发现，**传感器行业与工业互联网的发展基本同频共振，二者属于相辅相成的关系。**
- 工业互联网领域的专利数量排名中，家电巨头海尔以3206件高居第一，清华控股、烽火通信分别以1475件、1359件排名二三位

2010-2019年工业互联网相关企业注册量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词含“工业互联网”的相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

数据来源：企查查

2010-2020年我国传感器相关企业注册量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词含“传感器”的相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

特高压：水电相关企业超200万家，成为特高压主要承接方

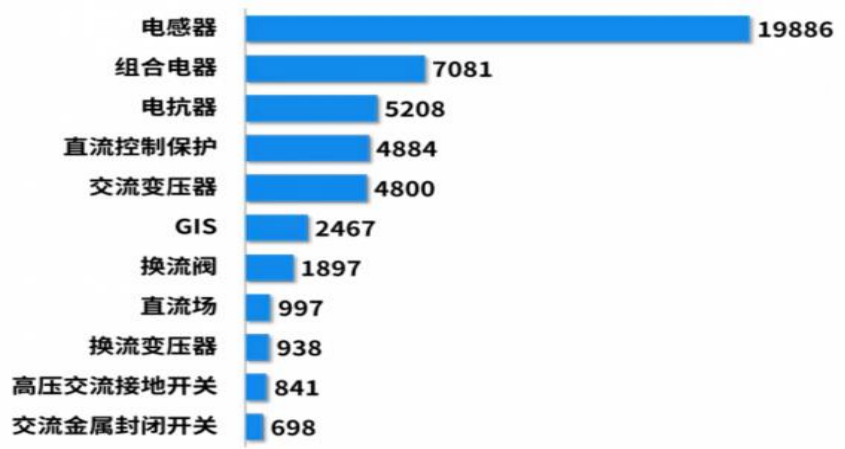
- 我国火电相关企业在业存续1.14万家，水电相关企业在业存续216.4万家，风电相关企业在业存续7.29万家。水电相关企业注册量最多，超两百万，年新增注册量也在30-50万左右。
- 特高压输电能够实现清洁能源的大规模、远距离输送，根据国家统计局数据，2019年我国发电领域中清洁能源的使用占比约28%，其中水力发电就占比12%，特高压作为对传统电网进行换代升级手段，助力水电远程传输势必成为主流
- 2020年特高压建设项目投资规模将达1811亿元，特高压项目投资规模相比已建成特高压规模比重达40%以上。企查查对特高压产业链进行分析，数据显示电感器相关企业最多，共有1.99万家，组合电器和电抗器分别有7081家和5208家。

我国发电相关企业注册量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词含“火电”“水电”“风电”“核电”“太阳能”的相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

我国特高压核心设备企业数量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词含“电感器”“组合电器”等相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

城际高铁&城市轨交：科技托底，进出口资质企业达4500家

- 自2013年以后，城际高铁和城市轨交的相关企业注册量开始缓慢爬升，我国城市交通基础建设发展的苗头初显。2013年以前，城际高铁相关企业注册量略高于城市轨交；2013年以后，城市轨交的企业注册量反超城际高铁，并且随着时间的推移有进一步拉大的趋势；2017年城市轨交的企业注册量开始大幅超过城际高铁，直至2019年，城市轨交相关企业达1.2万家，而城际高铁相关企业不过8932家。
- 随着“一带一路”政策的推进，许多基础设施建设相关技术出口也随之出口到很多国家。数据显示，拥有进出口信用资质的高铁、轨道交通相关企业近4500家。
- 高铁、轨道交通相关行业的专利在近5年里有了极大的增长，尤其是轨道交通相关专利，在5年间由1441件提升至4142件，构成我国高铁、轨道交通技术输出的底气。

2010-2019年我国城际高铁&城轨交相关企业注册量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词含“城际高铁”“城轨交”等相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

2015-2019高铁、轨交行业相关专利注册量



数据说明：
1、仅统计专利名称关键词含“高铁”“轨道交通”的数量
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

充电桩：我国公共充电桩55.8万个， 位居世界首位

- 2015-2019年我国公共充电桩保有量从5.78万台增加到51.64万台，车桩比（新能源汽车保有量/充电桩保有量）从2015年的7.84:1增加到2019年的3.50:1，充电设施的密度获得大幅提升。截至2020年6月底，全国各类充电桩保有量达132.2万个，其中公共充电桩55.8万个，数量位居全球首位
- 我国充电桩相关企业在近十年里经历了从无到有的巨大变化。企查查数据显示，2014年、2016年充电桩相关企业注册量迎来两次增长高峰，同比增速71.8%、89.7%。2017年充电桩相关企业注册量破万，2019年充电桩相关企业注册量破2万，近年来增速虽有所回落，但增长势头仍锐不可当。
- 我国动力电池相关企业在业/存续2.19万家，电控系统相关企业在业/存续1.48万家，车联网相关企业在业/存续2.20万家。这些细分产业加上最为关键的短板产业“充电桩”，为我国新能源汽车产业的发展输送源源不断的生命力

2015-2019年我国公共充电桩保有量&车桩比



注：企查查自行绘制
source：国家能源局，中国电动充电基础设施促进联盟

数据来源：企查查

2015-2019年我国充电桩相关企业注册量



数据说明：
1、仅统计企业名称、经营范围、品牌产品关键词查“充电桩”相关企业
2、统计截至2020年10月
3、数据来源：企查查

跨境电商连年快速增长，近四年平均增速超50%

- 据统计，2019年中国跨境电商市场规模已超10万亿元，占当年中国进出口总值31.54万亿元的33.29%
- 2019年，通过海关跨境电商管理平台进出口1862.1亿元，同比增长38.3%，2016-2019年四年平均增速超过50%

中国跨境电商市场规模及增长率



经海关跨境电商管理平台进出口额及增长率



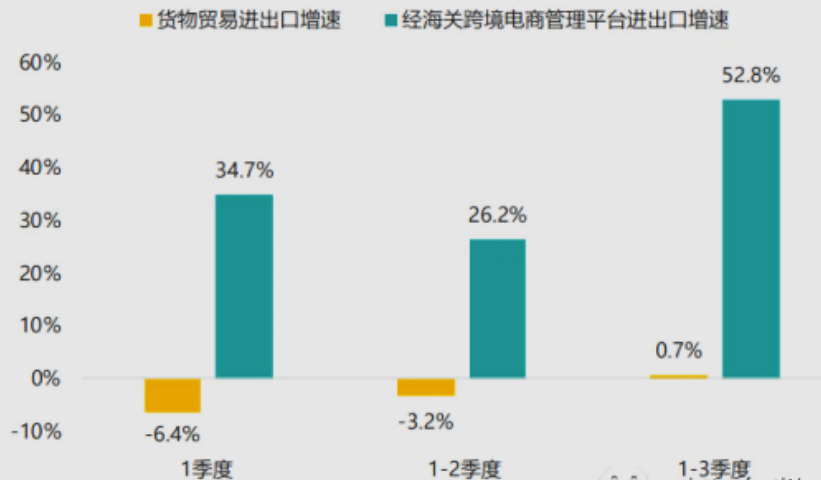
疫情期间跨境电商业务保持逆势增长，前三季度大幅增长52.8%

- 受新冠疫情影响，2020年外贸进出口低迷，至第三季度实现由负转正
- 跨境电商进出口则逆势增长，前三季度海关跨境电商监管平台进出口1873.9亿元，已超去年全年，大幅增长52.8%，为外贸进出口回稳做出突出贡献

2020年前三季度海关监测的跨境电商进出口额

1873.9
亿元

2020年中国外贸进出口增长情况



数据来源：海关总署

2020年重磅利好政策不断

- 在疫情影响之下，发展跨境电商是做好“六稳”工作，落实“六保”任务的重要举措。
- 2020年上半年，利好政策连续出台，点明了国家对跨境电商的一贯支持态度。

综试区扩容

2020年4月，国务院常务会议决定在已设立59个跨境电商综合试验区基础上，再新设46个跨境电商综合试验区。

全面覆盖——扩容后全国将有 105 个综合试验区，地域范围覆盖30个省(区、市)。

有序扩容——从布局范围看，从2015年到2020年综试区进行了五批次扩容，将试点城市从东部大中型城市，延伸至中西部和东北地区的省会城市，二三线城市，最后扩展到三四线外贸基础较好的城市。

增设监管代码

2020年6月，海关总署发布《关于开展跨境电商电子商务企业对企业出口监管试点的公告》，增设B2B出口专属监管代码(“跨境电子商务企业对企业直接出口-9710”、“跨境电子商务出口海外仓-9810”)，并在北京、天津等10个海关开展试点。9月，试点海关再新增12个。

完善监管——涵盖跨境电商占比最大的B2B领域，跨境电商海关监管体系趋于完整。

便利通关——跨境B2B出口监管适用全国通关一体化；对跨境电商B2B出口货物可优先安排查验。

东南亚市场快速崛起，新兴市场仍有空间

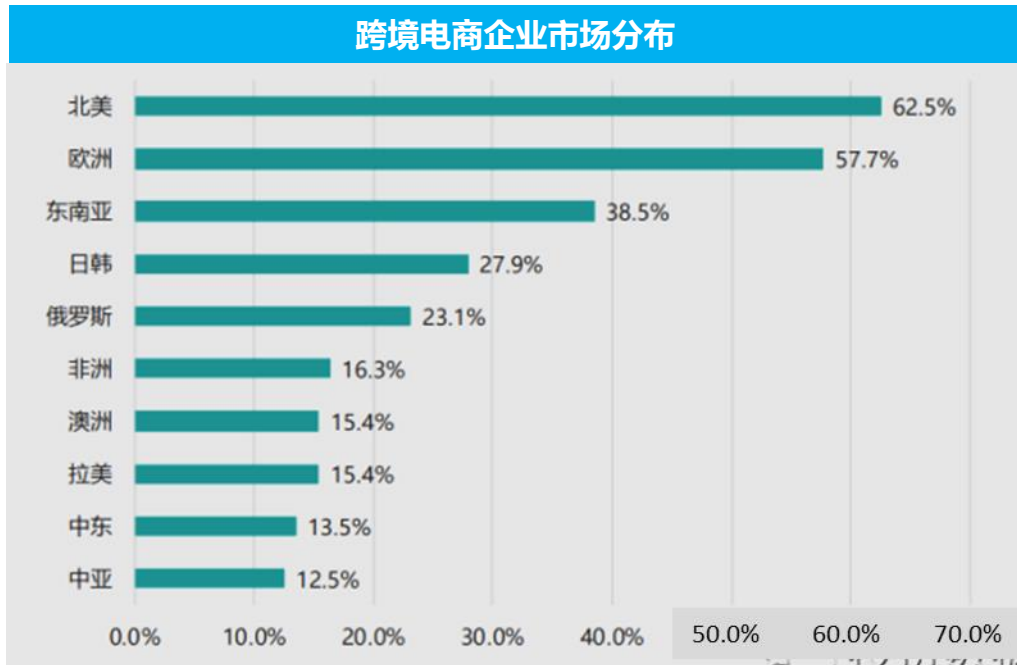
- 尽管欧美认识目前跨境电商的主要市场，但东盟已经成为我国最大的贸易伙伴，接近四成的受访企业已经进入东南亚，超过日韩和俄罗斯。
- 此外，进入非洲、拉美、中东等市场的企业均不足20%，未来将有极大拓展空间

➤ 东盟成为我国最大贸易伙伴

- 2019年，我国与“一带一路”沿线国家的进出口总值达到**9.27万亿元**，增长**10.8%**，爆发出外贸整体增速**7.4个百分点**。

数据来源：海关总署、亿邦智库调研

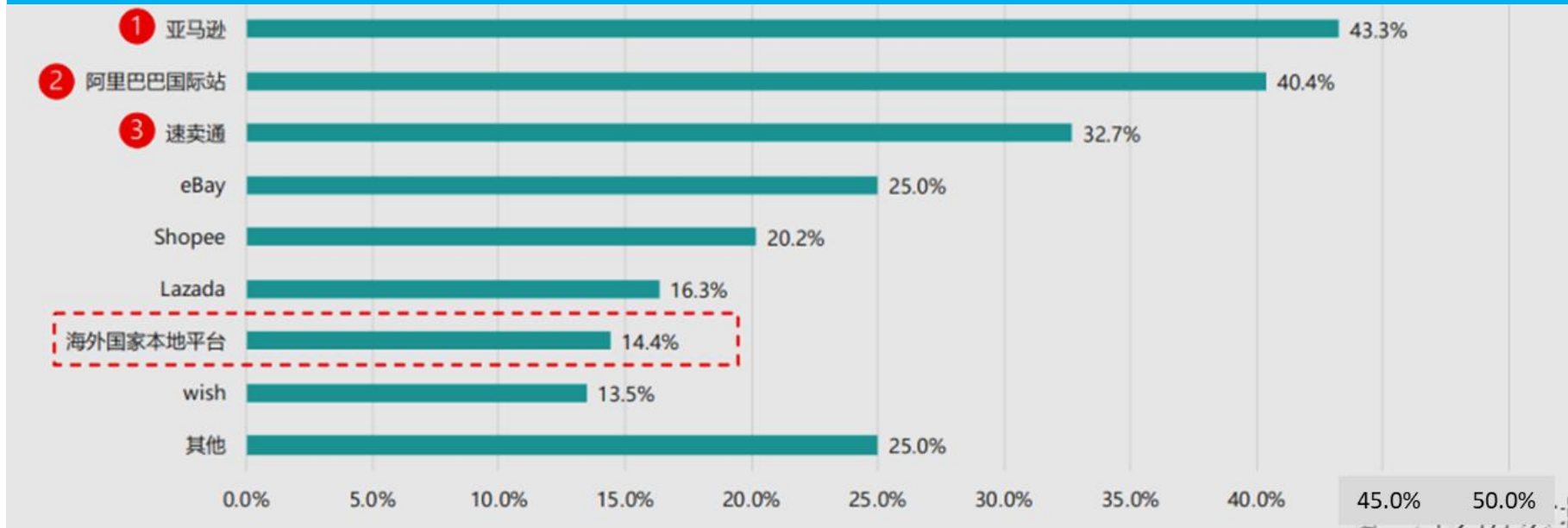
跨境电商企业市场分布



亚马逊、阿里巴巴国际站入驻率超40%

- 受访企业中，亚马逊、阿里巴巴国际站和速卖通入驻率排列前三，Shopee、Lazada两个面向东南亚市场的平台也成企业出海的重要选择。
- 此外，入驻Newegg新蛋等海外国家本地平台的企业占比14.4%，跨境电商企业正在深度融入全球市场。

跨境电商企业入驻平台情况



数据来源：亿邦智库调研

海外本地细分品类平台受消费者青睐

- 海外消费者倾向于细分品类、精选型平台
- 根据Multiorders的消费者调查，在最受喜爱的平台中，除亚马逊和eBay两大平台外，其他均为Newegg新蛋、Esty等细分品类平台或精选平台。

2019年最受消费者欢迎的平台

	平台	品类	市场	活跃用户
1	亚马逊	全品类	全球	3亿
2	eBay	全品类	全球	2.5亿
3	Newegg新蛋	3C产品起家 开始拓展全品类	北美	4200万
4	Esty	手工艺品	北美	3170万
5	Houzz	家装产品	美国	2500万
6	Manomano	家居饰品 园艺产品	西欧	350万
7	Bonanza	全品类精选产品	美国	150万

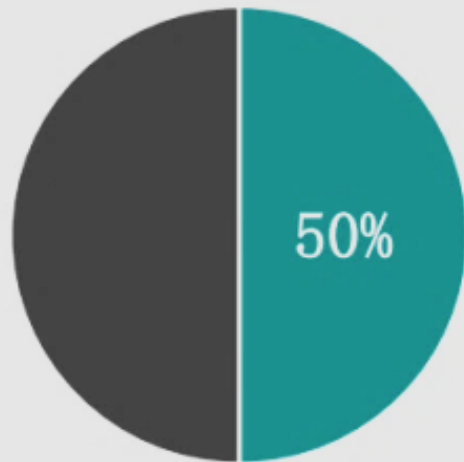
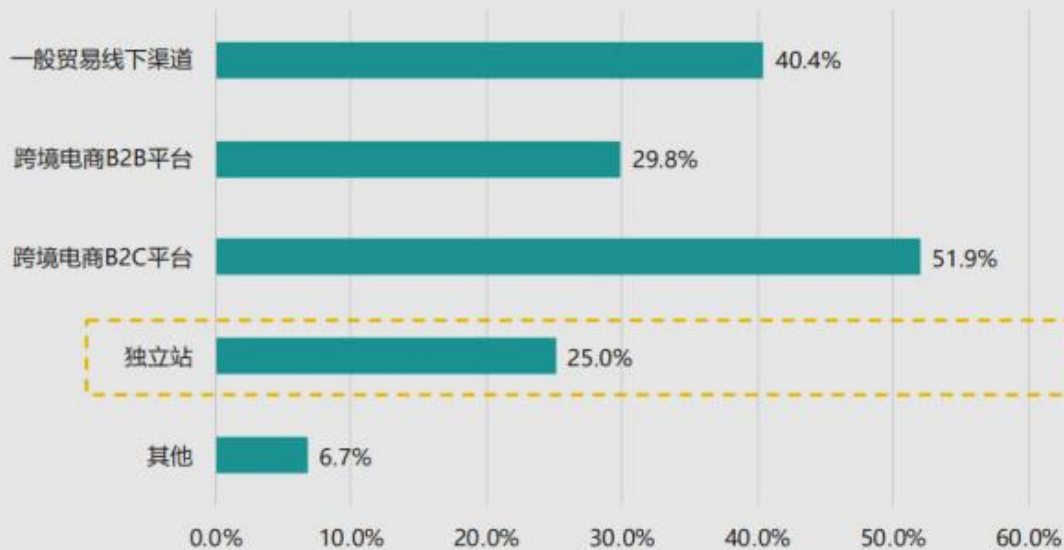


数据来源：Multiorders

渠道立体化，四分之一企业开设独立站

- 海外消费者倾向于细分品类、精选型平台
- 根据Multiorders的消费者调查，在最受喜爱的平台中，除亚马逊和eBay两大平台外，其他均为Newegg新蛋、Esty等细分品类平台或精选平台。

2019年最受消费者欢迎的平台

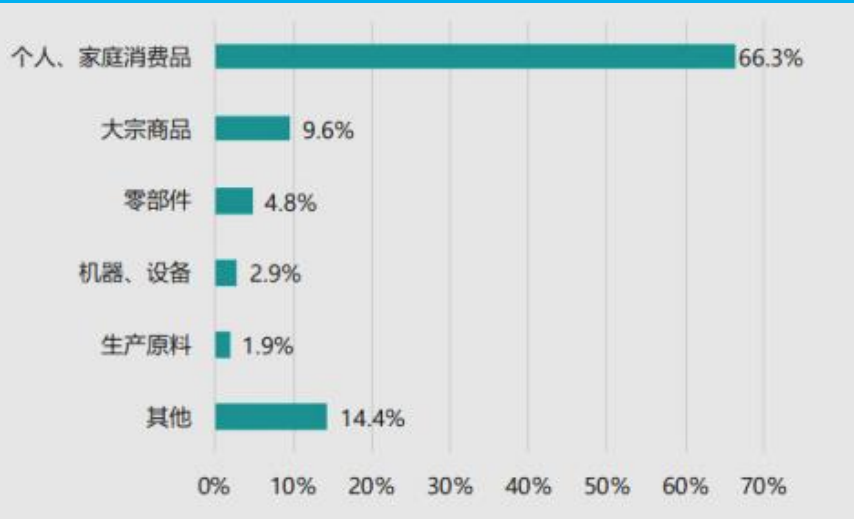


数据来源：亿邦智库调研

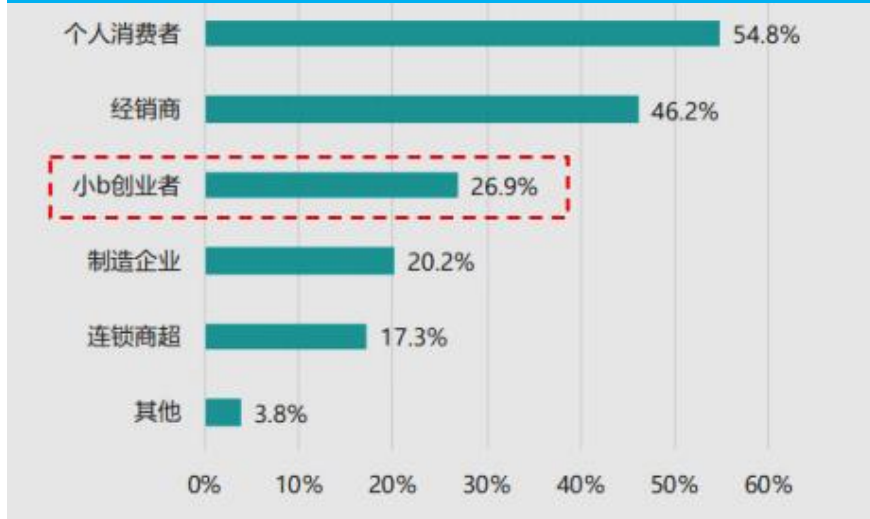
小B创业者成为跨境电商的重要客群

- 在跨境电商用户群体中，个人消费者经营型企业仍是主力。
- 但值得注意的是，海外小B创业者正在快速崛起，26.9%的跨境电商企业已经开始服务这一群体。

跨境电商商品类型粉笔



跨境电商用户类型粉笔

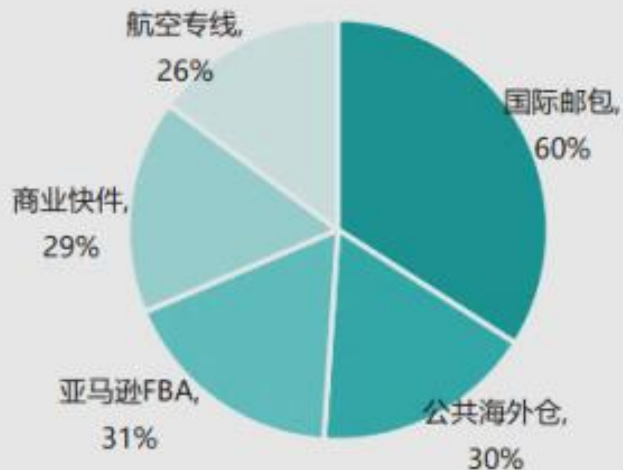


数据来源：亿邦智库调研

物流时效和成本问题首当其冲

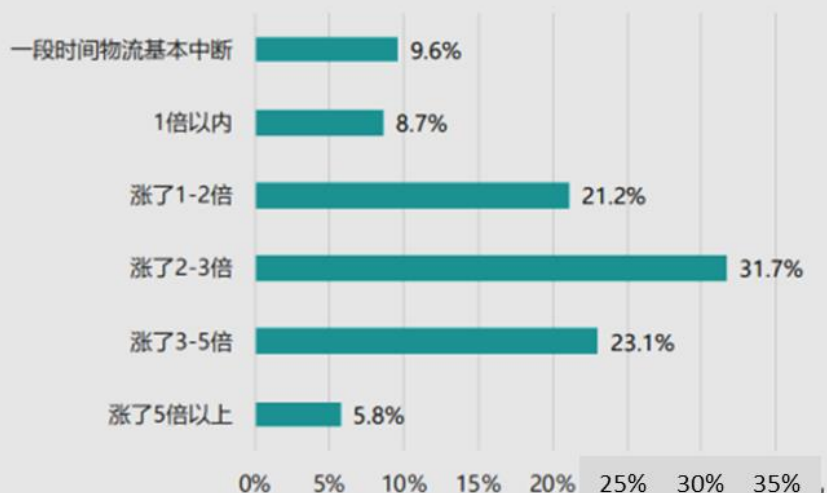
- 物流作为跨境电商无法绕开的关键线下部分，是受到疫情影响的在保护要环节。
- 一方面，国际航班减少乃至禁飞，首末端物流配送未能恢复，严重影响物流时效；另一方面，物流成本激增，卖家物流成本普遍上涨1倍以上，增长2-5倍成为常态。

疫情前企业主要采用的交付方式



数据来源：亿邦智库调研

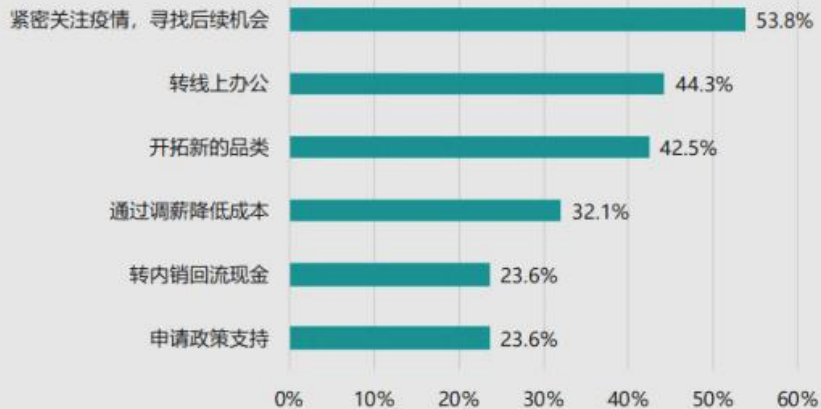
疫情期间物流成本上涨情况



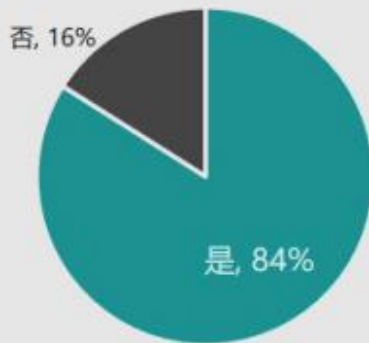
跨境电商企业的自救之道

- 疫情之下跨境电商企业也纷纷展开了自救，线上办公、开拓新品类、调低薪资乃至外贸转内销等方式都有在不少企业被采用。
- 疫情也印发了企业对线上化的思考，约八成企业预备在疫情后加大线上投入

疫情期间企业的应对措施



疫情之后企业加大线上投入的意愿



数据来源：亿邦智库调研

日本和韩国企业或是华为受限后的最大赢家

- 联发科今年排名大幅跃升，其中一个原因可能是华为在美国禁令前加紧备货，这在公司第三季度的业绩暴增上就已经得到体现，根据财报，其9月份营业额同比增长了61%，三季报营收创历史新高至972.75亿新台币（约合人民币227.05亿元），环比、同比分别增加43.9%、44.7%。
- 台积电的增长主要归功于苹果和海思为智能手机设计的5nm和7nm应用处理器的需求。台积电日前发布财报显示，公司前10月营收10970.24亿新台币，同比增长率高达27.7%
- 韩国的三星、SK海力士的营收分别增长9%、14%；日本的芯片企业kioxia的营收同比大幅增长22%。相比之下美国的芯片企业镁光、博通、德州仪器的营收分别同比下滑3%、1%、4%。到2020年，预计所有晶圆容量的48%将小于或等于20nm（小于10nm的占比为10.0%；10-20nm该数字为38.4%）。在低于20nm的工艺中，韩国拥有66%的产能，优势明显。

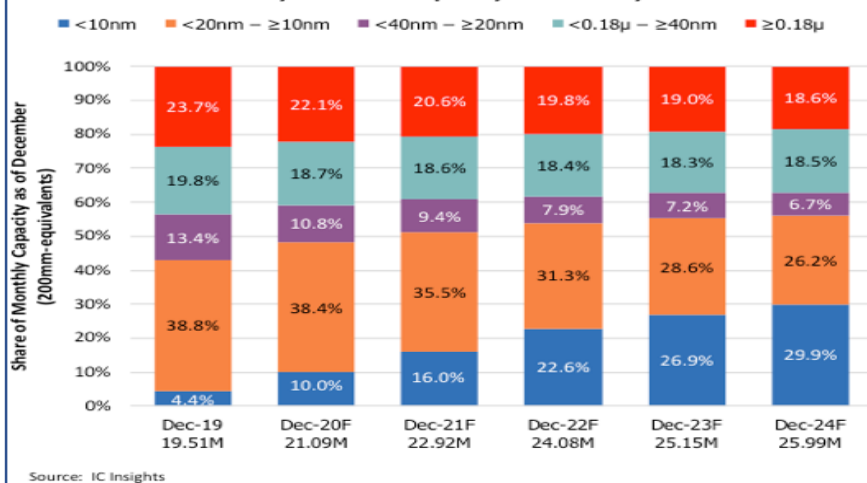
2020F Top 15 Semiconductor Sales Leaders (\$M, Including Foundries)

2020 Rank	2019 Rank	Company	Headquarters	2019 Total IC	2019 Total O-S-D	2019 Total Semi	2020F Total IC	2020F Total O-S-D	2020F Total Semi	2020/2019 % Change
1	1	Intel	U.S.	70,797	0	70,797	73,894	0	73,894	4%
2	2	Samsung	South Korea	52,486	3,223	55,709	56,899	3,583	60,482	9%
3	3	TSMC (1)	Taiwan	34,668	0	34,668	45,420	0	45,420	31%
4	4	SK Hynix	South Korea	22,578	607	23,185	25,499	971	26,470	14%
5	5	Micron	U.S.	22,405	0	22,405	21,659	0	21,659	-3%
6	7	Qualcomm (2)	U.S.	14,391	0	14,391	19,374	0	19,374	35%
7	6	Broadcom Inc. (2)	U.S.	15,521	1,722	17,243	15,362	1,704	17,066	-1%
8	10	Nvidia (2)	U.S.	10,618	0	10,618	15,884	0	15,884	50%
9	8	TI	U.S.	12,812	839	13,651	12,275	813	13,088	-4%
10	9	Infineon (3)	Europe	7,734	3,404	11,138	7,438	3,631	11,069	-1%
11	16	MediaTek (2)	Taiwan	7,972	0	7,972	10,781	0	10,781	35%
12	14	Kioxia	Japan	8,760	0	8,760	10,720	0	10,720	22%
13	15	Apple* (2)	U.S.	8,015	0	8,015	10,040	0	10,040	25%
14	11	ST	Europe	6,475	3,058	9,533	6,867	3,085	9,952	4%
15	18	AMD (2)	U.S.	6,731	0	6,731	9,519	0	9,519	41%
Top-15 Total				301,963	12,853	314,816	341,631	13,787	355,418	13%

(1) Foundry (2) Fabless (3) Includes acquired company's sales in 2019 and 2020 results.

Source: Company reports, IC Insights' Strategic Reviews database *Custom processors/devices for internal

Forecast Monthly Installed Capacity Shares – by Min. Geom.



受惠于手机5G技术的发展，NAND和MPU销售可喜

- 就销售额而言，前五名的IC产品类别均与计算或通信应用有关。预计NAND闪存将以今年25%的销售额位居榜首，而在今年剩余时间内，NAND闪存的价格将继续上涨，但涨幅要小得多。
- 预计今年手机MPU的销售额将增长24%。目前大多数5G手机处理器都趋向于5nm工艺技术，技术含量更高的5G智能手机还帮助大幅提高了其他与通信相关的IC产品领域的销售额。
- 虽然今年新冠病毒肆虐导致了全球性的经济衰退，但IC行业一直是最具韧性的市场之一，33种IC产品细分类别中的21种有了平稳发展（甚至出现兴盛之势），并实现了正增长，预计2021年全球GDP将实现强劲反弹，IC市场也将实现两位数增长。

5G技术快速渗透，未来半导体行业将围绕5G产业打造

Leading IC Product Segments in 2020

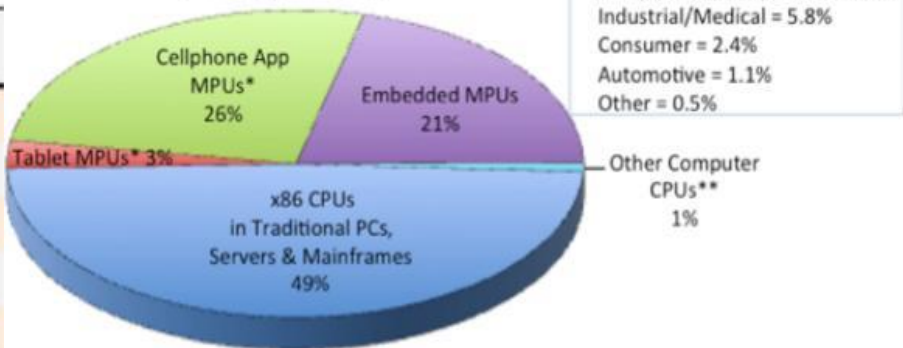
Sales and Revenue Growth

Rank	Sales	\$M	Revenue Growth	20/19 % Chg
1	DRAM	\$65,215	NAND Flash	25%
2	NAND Flash	\$55,154	Cellphone Application MPUs	24%
3	Computer CPU	\$43,848	Wired Comm—Spcl Purp Analog	20%
4	Computer and Periph—Spcl Purp Logic	\$31,340	Computer and Periph—Spcl Purp Logic	15%
5	Cellphone Application MPUs	\$26,615	Wireless Comm—Spcl Purp Logic	12%

Source: IC Insights

Rankings apply to IC product categories with more than \$100M in annual sales.

2020 MPU Sales by Application (Fcst, \$79.3B)



*Includes ARM-based and x86 processors. **Includes ARM-based and other RISC processors.

Source: IC Insights

数据来源：IC Insights

现在LCD主导的国内企业正在追赶OLED的差距

- LCD行业具有典型的周期性特征，对于LCD 价格变化趋势的判断将是重中之重。在TV-LCD行业，15% 的 Glut 值是供需平衡的一个参照值，Glut 大于15%，供需关系恶化，供给严重大于需求，价格呈下降趋势，Glut 小于15%，价格则有上行动力。根据 Omdia 预测，中长期来看，随着疫情后需求恢复以及韩国 LCD 产能的最终退出，Glut 值有望持续下降，TV 面板行业未来向好。
- 根据群智咨询预计，2018 年 OLED 电视面板出货量为 290 万片，同比增长 66%，预估 2019 年 OLED 电视面板出货量为 360 万片，同比增长 28%，增长速度下滑的主要因素为 LG 在广州 G8.5 代线投产前产能受限。预计 2020 年全球 OLED 电视面板的出货规模将达到 400 万台，渗透率提升至 3%，2023 年 OLED 电视市场产值将达到 105 亿美元，2018-2023 年年复合增长率为 31%。

面板行业未来向好，OLED市场高速扩张

图 63: TV 面板供需情况、Glut 值及预测

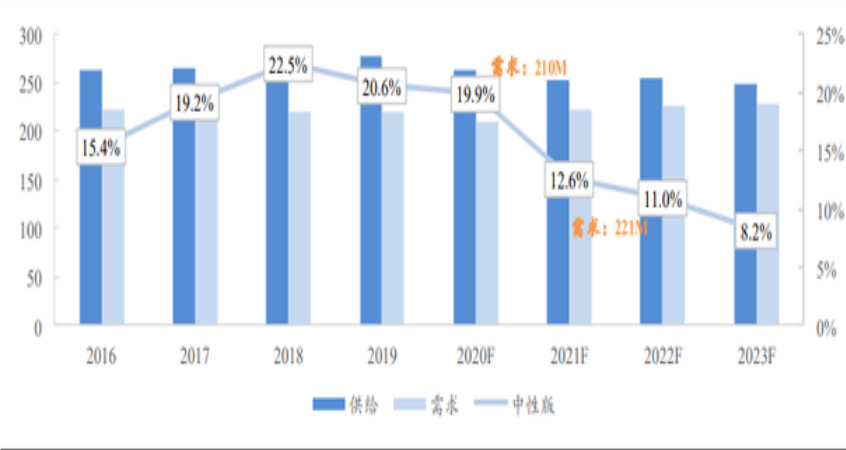
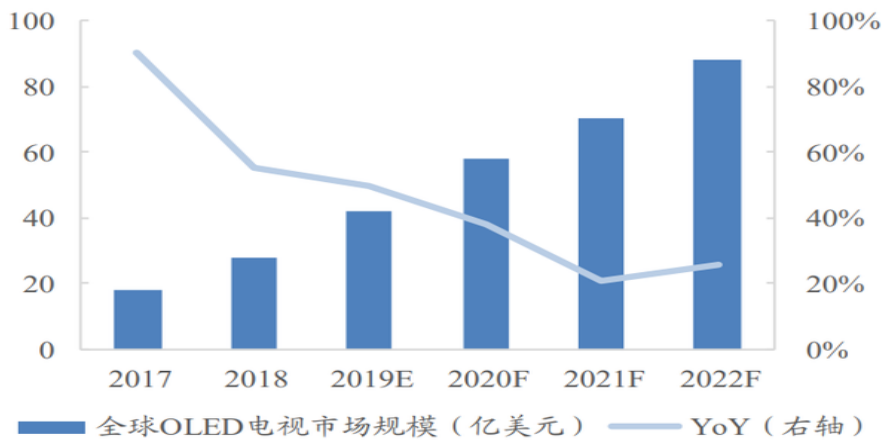


图 68: OLED 电视市场规模逐渐扩大



数据来源：未来智库

智能手表、VR/AR 等可穿戴设备或成未来OLED重要增长点

- 全面屏、柔性屏、屏下指纹等都得到了消费者 认可，并且随着工艺的成熟，成本下降，AMOLED 的渗透率将从 2017 年的 28% 提升至 2019 年的 41%。根据 Counterpoint 预测，2020 年渗透率将进一步提高，AMOLED 手机出货量达 6 亿台以上。
- 根据 IHS Markit 预测，柔性 AMOLED 面板出货量将在 2020 年达到 3.4 亿台，超过刚性 AMOLED 面板 3.159 亿台的出货量，占比将从 2018 年的 38.9%上升到 52%。
- IDC 预计至 2022 年每年将有 20%以上的增长。VR/AR 头显设备 2019 年出货达 890 万台，同比增长 54.1%，IDC 预计 2022 将突破 4120 万台，复合增长率 66.7%，由于 VR 要求沉浸式的体验，因此 FOV（视场）需求较高，整个屏幕需要较大 并且分辨率要求高。

目前OLED 最主要需求来自智能手机

图 65：智能手机是 OLED 最主要市场



图 66：柔性 OLED 出货量将会成为主流



华为承压，小米成为今年大赢家

- 在西欧市场，三星以1030万台出货量，35.6%的市场份额继续占据榜首，但出货量同比还是下滑了6.9%；苹果以820万台出货量紧随其后，同比小幅上涨1.1%，市场份额28.5%；小米本季度出货量同比上涨达151.6%，以370万台出货量占据第三位，市场份额12.8%。
- 小米集团智能手机出货量和收入均创历史新高，在总收入中的占比也提升至66%。第三季度，小米智能手机全球出货量达4660万台，同比增长45.3%；智能手机业务收入为476亿元，同比增长47.5%。
- 此外，小米在全球众多其他市场也实现了突破性增长。根据Canalys的数据，在拉美地区，小米的智能手机出货量同比增长471.4%，市占率9.0%，排名第四；在中东市场的智能手机出货量同比增长156.7%，市占率达到17.4%，排名第三；在非洲市场，智能手机出货量同比增长197.5%，市占率达到10.7%，排名第三。此外，在印度市场继续保持智能手机出货量第一，市占率26.1%。

小米國內、海外同時開花

全球智能手机出货量和年度增长率					
Canalys 智能手机市场统计：2020 年第三季度					
厂商	2020 年第三 季度出 销量（百 万台）	2020 年第三 季度 市场份额	2019 年第三 季度出 销量（百 万台）	2019 年第三 季度 市场份额	年度 增长率
三星	80.2	23.0%	78.9	22.4%	+23%
华为	51.7	14.9%	66.8	19.0%	-23%
小米	47.1	13.5%	32.5	9.2%	+45%
苹果	43.2	12.4%	43.5	12.3%	-1%
Vivo	31.8	9.1%	30.1	8.5%	+6%
其他	94.0	27.0%	100.6	28.6%	-7%
合计	348.0	100.0%	352.4	100.0%	-1%



说明：由于四舍五入的原因，百分比加起来可能不等于 100%。

资料来源：Canalys 智能手机分析（出货量统计），2020 年 10 月

Top 5 Smartphone Companies in Western Europe						Vendor	3Q20	3Q20	3Q19	3Q19	3Q20-
Shipments, Market Share and Year-Over-Year Growth, Q3 2020 (shipments in millions of units)							Units	Market Share (%)	Units	Share (%)	3Q19 Growth (%)
Company	3Q20 Shipments	3Q20 Market Share	3Q19 Shipments	3Q19 Market Share	YoY Growth						
Samsung	10.3	35.6%	11.0	35.8%	-6.9%	Samsung	80,816.0	22.0	79,056.7	20.3	2.2
Huawei						Huawei	51,830.9	14.1	65,822.0	16.9	-21.3
Apple	8.2	28.5%	8.1	26.4%	1.1%	Xiaomi	44,405.4	12.1	32,927.9	8.5	34.9
Xiaomi	3.7	12.8%	1.5	4.8%	151.6%	Apple	40,598.4	11.1	40,833.0	10.5	-0.6
Huawei	2.5	8.8%	6.2	20.0%	-58.7%	OPPO	29,890.4	8.2	30,581.4	7.9	-2.3
OPPO	0.9	3.1%	0.1	0.4%	566.2%	Others	119,117.4	32.5	139,586.7	35.9	-14.7
Others	3.2	11.1%	3.9	12.6%	-17.8%						
Total	28.8	100%	30.8	100%	-6.5%	Total	366,658.6	100.0	388,807.7	100.0	-5.7

Source: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, November 2020

疫情助推个人计算机出货持续增长

- 根据IDC统计的世界PC出货量趋势来看，今年第1季度还只有5300万台，但是到了第2季度增加到了7千226万台，增加了35%以上。这不仅是去年最高数值，而且刷新了过去3年季度最大出货量。与去年同期相比，出货量增加也是创纪录的。今年第一季度的出货量比前一年减少了9.8%，但第二季度和第三季度分别增加了11.2%和14%以上。预计今年第四季度也将增加18%以上，整体PC出货量也将超过2亿9千万台。
- 三季度苹果iPad出货量约为259万台，同比增长35.0%，占据37.5%的市场份额。供应链缺货问题同样使得苹果的出货量未能达到预期。疫情引发的教育和娱乐需求，以及暑期教育优惠活动的促销，使得iPad依然是消费市场最受欢迎的平板电脑。三季度华为平板出货量约为260万台，同比增长22.9%，市场份额占比37.7%。虽然遭受了美国政府制裁的严重阻碍，华为依然凭借微弱优势再次成为中国平板电脑市场出货第一。如果没有各种外部不利因素的影响，华为的出货量必然会达到更高量级。

筆電市場依舊紅火			
Global Notebook PC Shipments by Vendor			
(Preliminary Results, Millions of Units)			
Vendor	Q3 '20	Q3 '19	Quarterly Growth Y/Y
HP	14.7	10.3	43%
Lenovo	14.6	11.7	25%
Dell	8.5	7.2	18%
Apple	6.0	4.3	39%
Acer	4.9	3.7	34%
Others	13.4	9.1	48%
Totals	62.2	46.2	34%

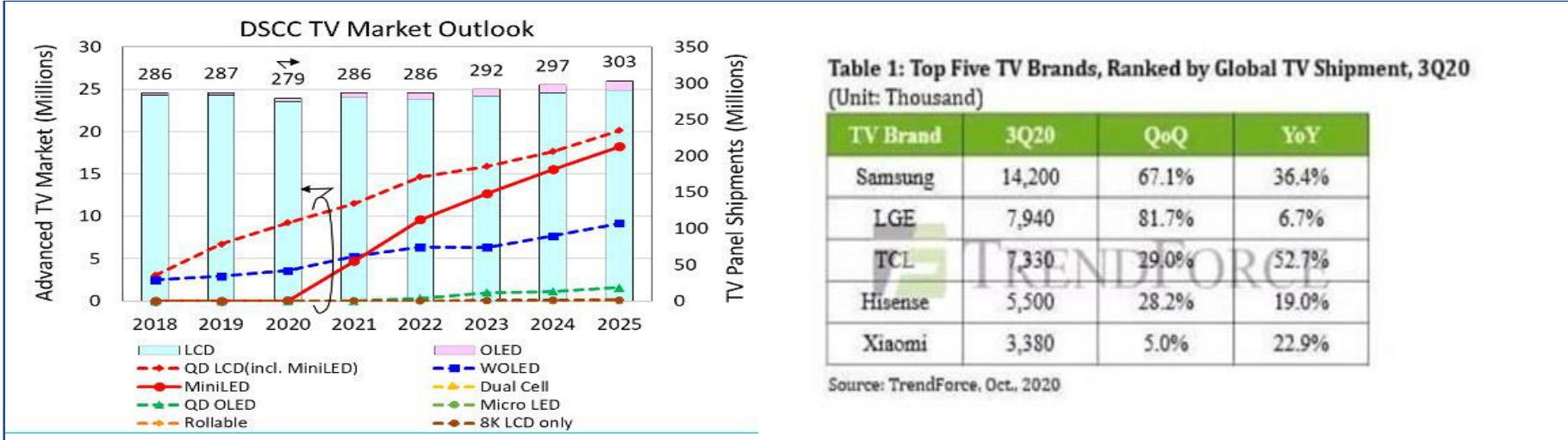
数据来源：Strategy Analytics, IDC

華為平板異軍突起					
2020第三季度中国主要平板电脑厂商——出货量/市场份额/同比增幅					
厂商	2020第三季度出货量 (单位：万台)	2020第三季度 市场份额	2019第三季度出货量 (单位：万台)	2019第三季度 市场份额	同比增幅
1.华为	260	37.7%	212	37.4%	22.9%
2.苹果	259	37.5%	192	33.6%	35.0%
3.联想	32	4.6%	23	4.0%	42.1%
4.微软	17	2.4%	14	2.4%	23.3%
其他	122	17.7%	127	22.4%	-4.0%
合计	690	100.0%	567	100.0%	21.7%
注：数据均为四舍五入后取值					

MiniLED爆發增長，廠家參與度高

- 根据DSCC发布最新报告显示，随着三星和中国品牌推出带有MiniLED背光源的液晶电视，预计MiniLED技术在2021年将获得较快速发展，MiniLED背光出货量将从2020年的50万台增加到2021年的890万台，同比增长约17倍。
- 在今年第三季度三星智能电视全球销量为1180万台，是三星有史以来表现最好的一个季度。目前全球正在使用的Tizen OS智能电视超过1.55亿台，在过去的一年中增长了23%。
- 截至今年9月份,全球OLED电视出货量达到1032万台,这是自2013年LG电子推出首款OLED电视以来,全球OLED电视出货量首次突破1000万台。全球市场调查机构Omdia预计,全球OLED电视面板销量今年将达到330万片,呈现爆发式增长趋势,2024年将达到900万片。目前,LG Display是全球唯一一家可以量产电视用OLED面板的厂商。

TCL直逼LG，三星三季度智能電視突破1180萬台



数据来源：DSCC, TrendForce, Omdia

APPLE地位不可动摇，华为发力国内，小米积极拓展海外

- 市调机构IDC公布的数据显示,今年三季度华为、小米在国内市场的穿戴设备出货量分别为941.4万套、724.1万套,分别位居国内穿戴设备市场第一名、第二名;两者的穿戴设备出货量同比增速分别为60.5%、-7.7%。就全球市场来看，小米则力压华为，因持续在海外市场发力，使得市场位居全球第二。华为因受美国制裁，可穿戴设备出货量主要集中在国内。
- 2020年第三季度，全球可穿戴设备出货量高达1.25亿台，同比增长35%。苹果公司可穿戴设备占全球33%市场份额，位居行业第一，出货量高达4140万台。该出货量规模是华为、小米、三星三大巨头的总量，可以看出苹果称雄全球可穿戴设备市场。结合各调研机构给出的数据来看，Apple Watch是全球最畅销智能手表，AirPods是全球销量最高的TWS耳机市场。

華為國內稱王，APPLE領跑全球

2020年第三季度中国前五大可穿戴设备厂商——出货量、市场份额、同比增长率						Top 5 Wearable Device Companies by Shipment Volume, Market Share, and Year-Over-Year Growth, Q3 2020 (shipments in millions)					
公司	2020年第三季度出货量 (单位: 千台)	2020年第三季度市场份额	2019年第三季度出货量 (单位: 千台)	2019年第三季度市场份额	出货量同比增长率	Company	3Q20 Shipments	3Q20 Market Share	3Q19 Shipments	3Q19 Market Share	Year-Over-Year Growth
1. 华为	9,414	28.6%	5,865	20.5%	60.5%	1. Apple	41.4	33.1%	29.8	32.2%	38.6%
2. 小米	7,241	22.0%	7,846	27.5%	-7.7%	2. Xiaomi	17.0	13.6%	13.4	14.5%	26.4%
3. 苹果	5,868	17.8%	3,533	12.4%	66.1%	3. Huawei	13.7	11.0%	7.3	7.9%	87.2%
4. 步步高	1,881	5.7%	2,097	7.3%	-10.3%	4. Samsung	11.2	9.0%	8.5	9.2%	32.2%
5. 索尼	631	1.9%	378	1.3%	67.0%	T5. Fitbit	3.3	2.6%	3.5	3.8%	-6.2%
其他	7,892	24.0%	8,847	31.0%	-10.8%	T5. BoAt	3.3	2.6%	0.8	0.8%	316.9%
合计	32,928	100.0%	28,566	100.0%	15.3%	Others	35.3	28.2%	29.2	31.5%	20.8%
来源：《IDC中国可穿戴设备市场季度跟踪报告，2020年第三季度》						Total	125.0	100.0%	92.5	100.0%	35.1%
						Source: IDC Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker, December 2020					

行业/产品	11月		1—11月	
	绝对量	同比增长 (%)	绝对量	同比增长 (%)
规模以上工业增加值	...	7	...	2.3
分三大门类				
采矿业	...	2	...	0
制造业	...	7.7	...	2.9
其中：高技术制造业	...	10.8	...	6.4
分经济类型				
其中：国有控股企业	...	5.9	...	1.8
其中：股份制企业	...	6.8	...	2.6
外商及港澳台商投资企业	...	8.3	...	1.7
其中：私营企业	...	6.8	...	3.2
主要行业增加值				
通用设备制造业	...	10.2	...	4.4
专用设备制造业	...	10.5	...	6
汽车制造业	...	11.1	...	6.3
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	...	2.6	...	-1.4
电气机械和器材制造业	...	18	...	8.1
计算机、通信和其他电子设备制造业	...	9.3	...	7.2
主要产品产量				
金属切削机床（万台）	4	25.7	40	4.1
工业机器人（套）	23635	31.7	206851	22.2
汽车（万辆）	278.3	8.1	2178.4	-2.7
其中：轿车（万辆）	106.3	7.4	824.4	-10.1
运动型多用途乘用车（SUV）（万辆）	101	9.3	751.1	1.3
其中：新能源汽车（万辆）	20.7	99	114.1	7.6
发电机组（发电设备）（万千瓦）	1597	39.6	12488	30.1
微型计算机设备（万台）	3934	25.4	33478	10.1
移动通信手持机（万台）	14966	-2.7	130369	-3.7
其中：智能手机（万台）	11354	5.7	97619	3.8
产品销售率（%）	98.3	0.2(百分点)	97.8	-0.3(百分点)
出口交货值（亿元）	12205	9.1	110052	-1.2

数据来源：国家统计局

分经济类型看

- 国有控股企业增加值同比增长5.9%；
- 股份制企业增长6.8%，
- 外商及港澳台商投资企业增长8.3%；
- 私营企业增长6.8%。

分行业看

- 通用设备制造业增长10.2%，
- 专用设备制造业增长10.5%，
- 汽车制造业增长11.1%，
- 铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业增长2.6%，
- 电气机械和器材制造业增长18.0%，
- 计算机、通信和其他电子设备制造业增长9.3%

分产品看

- 汽车278.3万辆，增长8.1%，其中，新能源汽车20.7万辆，增长99.0%；



行业动态（近一个月）

市场资讯分析报告

MARKET & INDUSTRY RESEARCH REPORT

- 重要新闻资讯（国际/国内）

新冠变异毒株失控，欧盟多国禁止从英国入境

在英国出现新毒株后，多国相继宣布关闭边境、停飞往返英国航班等措施，应对新冠病毒新变种。截至北京时间21日5时，已有至少11个国家采取了行动。另外，英国物流部（Logistics UK）的最新报告称，除了港口拥堵、运费飞涨以及英国退欧可能引发的混乱之外，英国物流运营商还面临着日益严重的员工短缺。

全球前十大物流巨头XPO被一分为二，合同物流部门剥离为一家独立上市公司

全球前十大物流巨头之一，2019年市值达166亿美元的XPO Logistics，宣布将其合同物流业务分拆为单独的上市公司。从此该公司一分为二，其中一家为XPO Remain Co，另一家为NewCo。

XPO Remain Co：北美第三大LTL运输提供商，全球第二大卡车经纪服务提供商，专注于零担货运（LTL），拖车，多式联运，最后一英里和卡车货运经纪业务，将保留在旧公司中；新公司NewCo：将成为全球第二大合同物流公司，专注于在美国和欧洲的合同物流业务，拥有约2亿平方英尺的仓库空间。

苹果宣布关闭加州所有 Apple Store 零售门店

据路透社、CNBC等媒体报道，由于疫情严峻，美国苹果公司当地时间19日宣布，临时关闭位于加州的所有53家零售门店。这也是自今年3月新冠肺炎疫情在美国暴发以来，苹果公司最大规模的一次关店行动。至于门店何时重开，苹果方面没有公布具体日期。

裁员超10万人！沃尔玛等27家美国大公司被曝边盈利边裁员

受疫情影响，美国今年有大量小企业关门，而据《华盛顿邮报》报道，自今年3月以来，美国最大的50家企业当中、有45家在疫情形势下实现了盈利。但是，许多盈利的企业还是进行了裁员，从而将大部分利润分给股东，这其中包括伯克希尔-哈撒韦、沃尔玛以及微软等知名公司。

沃尔玛宣布与TikTok达成直播带货合作

全球最大的零售商沃尔玛表示，该公司将与抖音国际版TikTok展开直播带货合作，向其用户销售沃尔玛的时尚商品。另外，目前沃尔玛还正寻求对TikTok进行投资。

GLP J-REIT全球发售成功募资5.32亿美元，完成其自IPO以来最大规模资产收购

12月14日，普洛斯宣布，普洛斯日本不动产投资信托基金（GLP J-REIT）已于2020年12月7日完成新增份额的全球公开发售，总计募集资金556亿日元（基于发行价，约合5.32亿美元），用于收购东京都市圈及大阪都市圈七处位置优越的现代物流资产。收购的资产组合可租赁总面积近328,000平方米（约合350万平方英尺），出租率已达100%。该项收购已于2020年12月11日完成。

此次收购是GLP J-REIT自2012年IPO以来的最大规模资产收购，完成后其总资产规模达7,411亿日元（约合71亿美元），成为日本最大的物流不动产J-REITs之一。过去五年，GLP J-REIT从普洛斯收购了近40亿美元的资产，其资产管理规模年均增长约14%。

日本亚洲航空宣布破产

据央视财经消息，近日日本出现了疫情下的首例航空公司破产案，一家名为“日本亚洲航空”的廉价航空公司所有4条航线近日全部取消。日本亚洲航空目前正在退还租赁的飞机，其中1架在8日已经飞往租赁公司所在的新加坡，其余两架将在明年1月底之前退还。由于资不抵债，日本亚航上个月向法院申请启动破产手续，负债总额约合人民币13.6亿元。据报道，目前日本亚航仍拖欠23000多人的机票预订款，总额约合人民币3100多万元。

胡志明市欲投入271亿推动物流发展，百世顺势启用当地大型转运中心

百世快递于11月底完成泰国曼谷转运中心的扩建扩容工作，并将于本月启用在越南胡志明市新建的大型转运中心。

百世将于12月17日启用的胡志明市转运中心，总投资额达800万美元，占地约35000平米，相当于5个足球场的面积。中心配备小包裹交叉带自动分拣系统、矩阵自动分拣系统等先进物流设备，最大日处理单量达100万件，预计未来两至三年可提供千余个工作岗位。

DoorDash上市：3个华人美国送外卖，公司市值390亿美元

三个华人创办的外卖公司——DoorDash在美国纽交所上市。据悉，DoorDash发行价为102美元，较之前的发行区间90到95美元出现大幅上调，DoorDash此次发行3300万股，募资高达33.66亿美元。以发行价计算，DoorDash市值达到390亿美元。而DoorDash在2020年6月曾获得一次募资，当时估值才150亿美元。

DoorDash总部位于美国旧金山，是一家外卖快送服务提供商，主要为用户提供外卖预定、快送到家的服务。DoorDash类似美团外卖、饿了么，由斯坦福大学三个华裔学生Andy Fang、Stanley Tang、Tony Xu于2013年创立，由孵化器Y Combinator支持。

美国邮政2020财年净亏损92亿美元

美国邮政公布了其2020财年（2019年10月1日到2020年9月30日）的财务业绩，经营收入为731亿美元，与上年相比增加近20亿美元，同比增长25.3%；净亏损为92亿美元，比2019年增加3.63亿美元。

国家邮政局等五部门：加快构建国际集散能力强、区域联通水平高的大湾区寄递网络

国家邮政局等五部门联合出台《关于促进粤港澳大湾区邮政业发展的实施意见》。实施意见提出，巩固香港国际航空货运枢纽地位，提升广州、深圳国际枢纽机场航空货运国际竞争力，增强澳门、珠海机场航空货运能力，推动粤港澳三地邮政企业加强航空邮件进出口运输和处理优势互补、资源共享。

新冠疫苗接种方案确定，冷链物流人员等优先

国务院联防联控机制于12月19日上午10时举行新闻发布会，根据介绍疫苗接种将分两步实施：第一步主要针对部分重点人群，包括从事进口冷链、口岸检疫、船舶引航、航空空勤、生鲜市场、公共交通、医疗疾控等感染风险比较高的工作人员，以及前往中高风险国家或者地区去工作或者学习的人员，尽力缓解输入性疫情防控的压力，降低本土病例发生和国内疫情暴发的风险；第二步随着疫苗获批上市，或疫苗产量逐步提高，将会有更多的疫苗投入使用，通过有序开展预防接种，符合条件的群众都能实现应接尽接，逐步构筑起人群的免疫屏障，来阻断新冠病毒在国内的传播。

2021年1月20日全国铁路调图

2021年1月20日零时起全国铁路将实施新的列车运行图，增开旅客列车325列，主要货运通道增开货物列车114列。调图后，全国铁路客货列车开行总量分别达到10203列、20513列，铁路客货运输能力进一步提升，调图后的旅客列车车票将于12月22日陆续开始发售。此次调图中，铁路部门根据客流变化，在既有高铁、普速线路精准制定客车开行方案，增开动车组列车日常线88列、周末线2列，变更运行区段44列，调整运行径路29列。

中央经济工作会议：增强产业链供应链自主可控能力，建设现代物流体系

中央经济工作会议12月16日至18日在北京举行。会议要求，构建新发展格局明年要迈好第一步，见到新气象。加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，要紧紧扭住供给侧结构性改革这条主线，注重需求侧管理，打通堵点，补齐短板，贯通生产、分配、流通、消费各环节，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡，提升国民经济体系整体效能。要更加注重以深化改革开放增强发展内生动力，在一些关键点上发力见效，起到牵一发而动全身的效果。

四大快递公布最新业绩：顺丰涨幅领跑，韵达、圆通日均破5000万单

12月18日，圆通速递、顺丰控股、韵达股份和申通快递相继发布11月份业绩简报。数据显示，四家快递企业在业务量方面继续保持增长态势，其中顺丰业务量增幅近60%，韵达、圆通的日均业务量量已超5000万单。

海航科技：子公司拟购买资产，切入散货船舶运输细分市场

近日，海航科技公告称，公司控股子公司ASIAN EAGLE SHIPPING LIMITED，拟通过设立子公司购买好望角型干散货船丰收轮（BULK HARVEST）及好望角型干散货船喜悦轮（BULK JOYANCE），交易价格为每艘船人民币1.46亿元或交割日等值外币。公司通过本次交易切入散货船舶运输细分市场，拓宽公司产业链。

招商港口引资8049.49万，增资招商国际信息整合信息化资源

招商局港口集团股份有限公司子公司招商局国际信息技术有限公司拟通过增资扩股的方式引进投资者大连港集发物流有限责任公司、大连港集装箱发展有限公司以及营口港务集团有限公司，集发物流、大港集箱、营口港集团均为关联方辽宁港口集团有限公司的控股子公司，其中，集发物流、大港集箱分别以其持有的大连口岸物流网股份有限公司29.40%、49.63%股份，营口港集团以其持有的营口港信科技有限公司100%股权对招商国际信息进行增资，合计增资8049.49万元人民币。

中国外运30亿收购7家欧洲物流公司，延伸公司业务的服务链

日前，中国外运对外表示已完成收购欧洲企业KLG七家下属公司100%股权，有效补充了中国外运在欧洲的落地服务环节，提升海外运营能力，收购价格预计不高于3.86亿欧元（约30亿元人民币）。收购KLG后，中国外运在保证业务协作、满足国企对于下属企业管理要求以及上市公司合规性的前提下，最大限度保持了被收购公司的活力。未来会把KLG作为中国外运在欧洲的统一平台。

京东健康于港交所主板上市，募资265亿港元

12月8日，京东健康股份有限公司正式于香港联交所主板上市，股票代码为6618。据港交所公告，京东健康公开发售价定为每股70.58港元，若不行使超额配股权，全球发售募集资金净额约265亿港元。

上市当天，京东健康高开高走，到午间京东健康股价达到109港币，涨幅达55%，下午曾一度涨幅达到74.7%，截止目前，京东健康的股价为110港元，总市值3440亿港元，市值超过阿里健康。

股份完成交割，深圳国资正式入股中集集团

12月18日晚，中集集团发布公告称，公司已于近期收到深圳市资本运营集团有限公司及深圳资本（香港）发来的股权转让《股份过户登记完成的告知函》。这意味着，深圳资本集团战略入股中集的A股和H股股份过户程序全部完成。至此，深圳资本集团及其全资控股公司合计持有中集集团29.74%的股份，成为中集集团第一大股东。因深圳资本集团为深圳市国资委100%持股，这也代表着深圳国资正式入股中集集团。

武汉市政府出台推进物流降本增效三年行动计划

武汉市政府近日出台推进物流降本增效三年行动计划（2020—2022年）。行动计划提出，到2022年，基本建成网络化、专业化、集约化、智慧化的现代物流服务体系。建成公共型配送中心8个以上，新建或改造多功能公共服务型冷库30万吨以上，新增标准化冷藏车500台以上，新增新能源物流配送车3000台以上，新增智能快件箱4000组以上，建设村级快递网点1500个以上，完善以“分拨中心—公共配送中心—末端配送网点”为支撑的三级城市配送网络。引进物流总部、第二总部企业5家以上，培育3A级物流企业30家以上（其中，5A级物流企业5家），打造具有产业和市场优势的供应链协同平台10个以上。

广东首列！“湾区号”跨境电商中欧班列深圳启程

12月5日，“湾区号”跨境电商中欧班列从深圳平湖南铁路货运场站驶出，标志着广东首个跨境电商中欧班列正式开行。本次班列主要装载来自粤港澳大湾区的生活家居、日用百货、电子产品等，共20.6万个包裹。班列经新疆阿拉山口口岸出境，预计16天后抵达匈牙利布达佩斯。

“湾区号”中欧班列由中国外运华南有限公司与深圳国际控股有限公司共同投资成立的中外运深圳国际物流有限公司主导运营。该班列自2020年8月18日首发以来，市场需求十分旺盛，目前已实现德国及匈牙利两条线路常态化运行。

中国物流领域首次！菜鸟路径规划算法入围全球最高工业奖项

12月10日，美国运筹学与管理科学学会信息显示，以菜鸟人工智能团队为核心研发的物流路径规划算法，已经入围2021年Franz Edelman杰出成就奖。这是全球运筹和管理科学界的最高工业应用奖，被称为运筹学的“奥斯卡”。奖项设立50年来，首次有中国物流供应链领域企业入围。

顺丰旗下公司获批“网络货运”牌照

12月18日消息，顺丰控股旗下网络货运平台总部公司——天津市元合利科技有限公司已在天津经济技术开发区获批“网络货运道路运输经营许可证”。目前，天津开发区已聚集顺丰、狮桥等数十家智慧物流企业落地发展。

公开资料显示，天津市元合利科技有限公司成立于2019年11月11日，主要运营的“顺陆”品牌，是顺丰运力旗下的科技管理平台，致力于打造端到端的全产业链运输服务。截至2020年11月，顺陆平台的注册司机已超71万，日活跃司机近20万。

全球首个港口自动驾驶示范区获批

由主线科技联合天津港（集团）有限公司、中汽研汽车检验中心（天津）有限公司共同打造的天津港港口自动驾驶示范区正式获得天津市交通运输委员会批复，成为全球首个获批建设的港口自动驾驶示范区。此次港口自动驾驶示范区获批建设，是主线科技与天津港集团、中汽中心三方合作关系的再度升级。

加码同城货运，货拉拉、滴滴货运齐曝寻求融资

据彭博社消息，知情人士透露，货拉拉正在寻求新一轮融资，估值为80亿美元，希望至少筹集5亿美元，也可能会根据投资者需求筹集更多资金。新一轮融资的审议还处于初步阶段，因此细节仍有可能改变。

此外，还有消息称，滴滴货运寻求在首轮融资活动中筹集3亿-4亿美元。

T H A N K Y O U