

2021



中華商務網
ChinaCCM.cn
China Commodity Marketplace

中华商务网 2021 年大宗商品 年度分析报告 冷轧板卷产品篇

地址：北京市朝阳区惠河南街 1091 号

传真：86-10-8572539

网址：www.chinaccm.cn

2021 年冷軋板卷市場形勢分析 與 2022 年預測

2021 年 12 月



中華商務網
ChinaCCM.cn
China Commodity Marketplace

目錄

一、2021 年冷轧市场回顾.....	4
二、2021 年冷轧市场相关数据分析.....	5
1、冷轧产量.....	5
2、冷轧进出口量.....	6
3、冷轧库存.....	7
三、冷轧终端行业需求分析.....	8
1、房地产投资增速下滑.....	8
2、汽车产销同比下滑.....	9
3、家电消费恢复增长.....	10
四、2022 年冷轧市场走势展望.....	11

概述：2021年钢材市场依旧处在公共卫生防控的大背景之下，作为十四五规划的开局之年，又是钢铁行业去产能计划完成后的回头看之年，今年有许多政策影响全年的钢市行情。碳达峰、碳中和目标的提出和探索，一定程度影响了市场对钢材供求关系的预期，引起市场行情的变动。上半年国外经济有复苏迹象，全球对工业品原料需求增加，国内冷轧板卷市场价格亦水涨船高。2021年冷轧板卷需求表现不甚理想，最大的终端行业——汽车产业，因全球芯片短缺问题的出现，而受到冲击。2022年，冷轧板卷走势又将如何？

一、2021年冷轧市场回顾



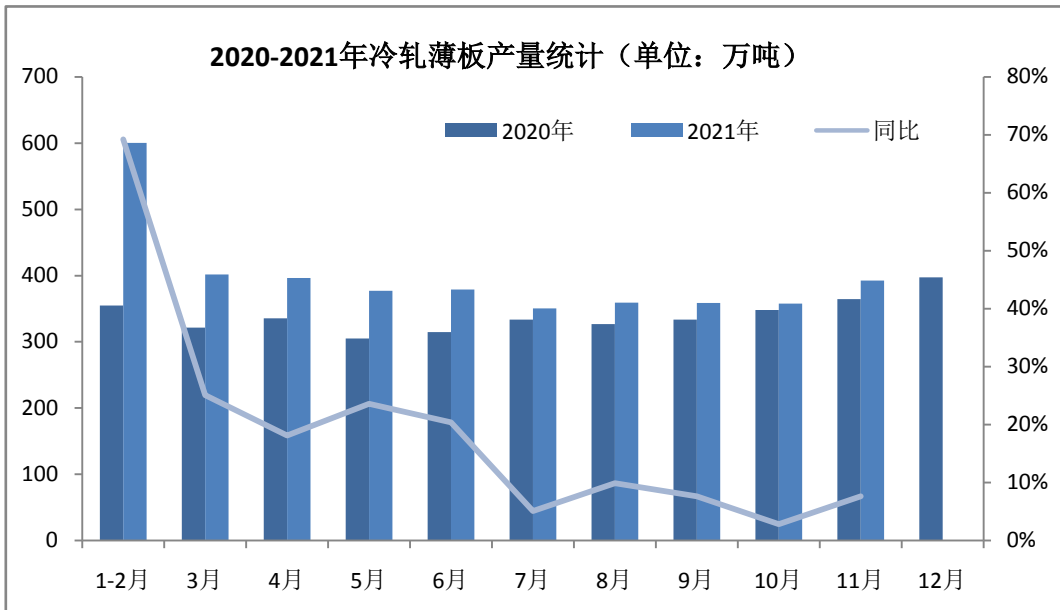
1月份冷轧现货价格呈现理性回落的运行趋势，从市场来看，1月中上旬冷轧价格快速回落，北方市场的价格跌至5000元/吨附近，华东市场回落至5300元/吨附近，下旬受钢厂结算价格偏高影响，被动再度小幅上调。2月份受春节假期影响，冷轧价格呈现出节前偏弱，节后大幅拉涨的格局。同时春节期间在各地倡导就地过年政策影响下，下游需求虽有放缓，但整体表现强于去年。3月份开始，冷轧价格逐渐走高，4月国内冷轧价格震荡拉涨，价格方面创下近10年新高。从库存情况看，4月份延续3月份降库主逻辑，但4月下旬去库速度放缓；从供应情况看，钢厂产能利用维持高位，供应压力不减，5月国内冷轧呈快速冲高后快速回落格局，价格方面涨跌幅均超过1000元/吨。

6月冷轧呈震荡偏弱运行，价格方面月环比跌幅在200元/吨左右。从库存角度看，延续5月中下旬增库趋势，6月社库继续增加，厂里维持去化；从供应角度看，6月部分钢厂

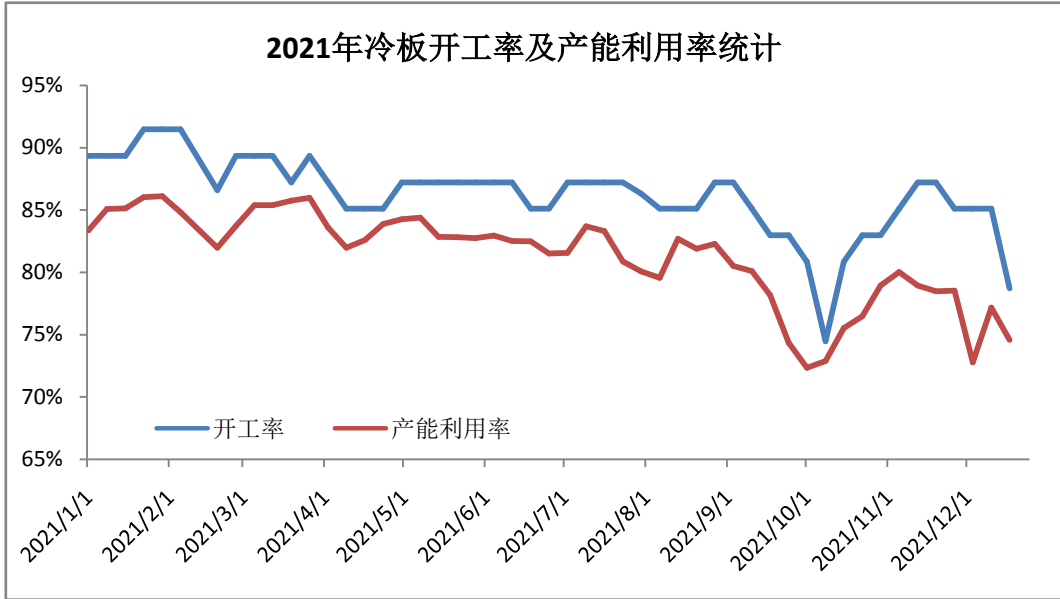
年度检修，供应小幅回落，总体继续维持高位。7月冷轧呈震荡偏强运行，价格方面月环比涨幅在400元/吨左右。从库存角度看，厂库、社库再度去化；从供应角度看，7月部分钢厂年度检修，部分钢厂受雨水天气影响停产，供应高位回落。8-9月冷轧价格呈震荡偏弱运行，9月份大部分钢厂年度检修及部分区域受“限电”政策影响，供应大幅下降；10月冷轧在需求持续走弱的情况下，价格继续弱势震荡调整为主。11月冷轧价格出现大幅下跌，价格方面月环比下跌800元/吨，部分城市跌幅逼近1000元/吨。

二、2021年冷轧市场相关数据分析

1、冷轧产量

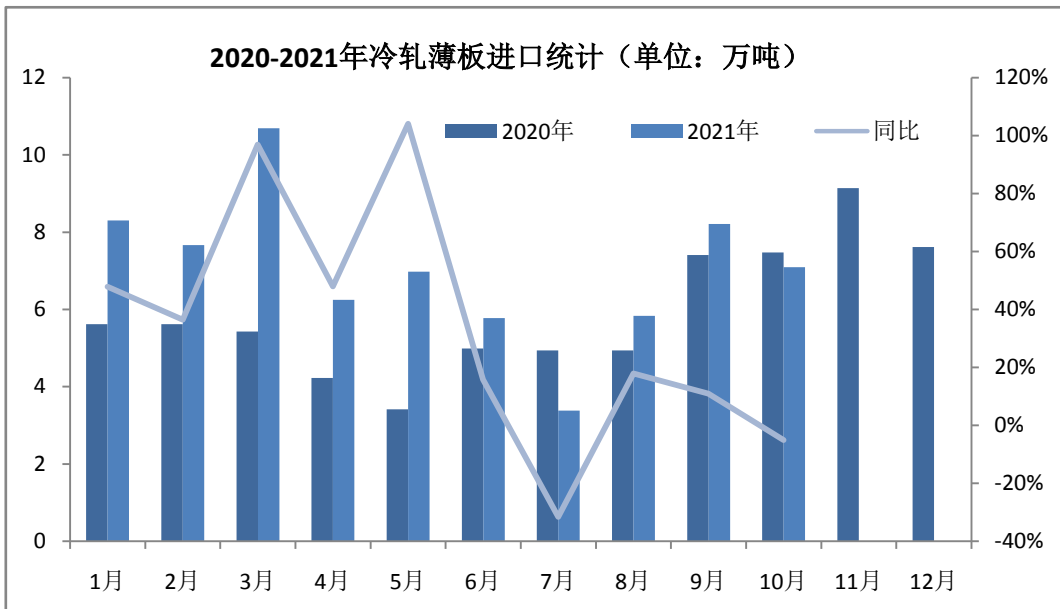


2021年11月中国冷轧薄板产量为392.3万吨，同比增长2.2%；2021年1-11月中国冷轧薄板累计产量为4023.6万吨，累计增长11.7%。2021年冷轧薄板月度产量均高于2020年，主因市场需求恢复，钢厂利润可观，刺激生产积极性。

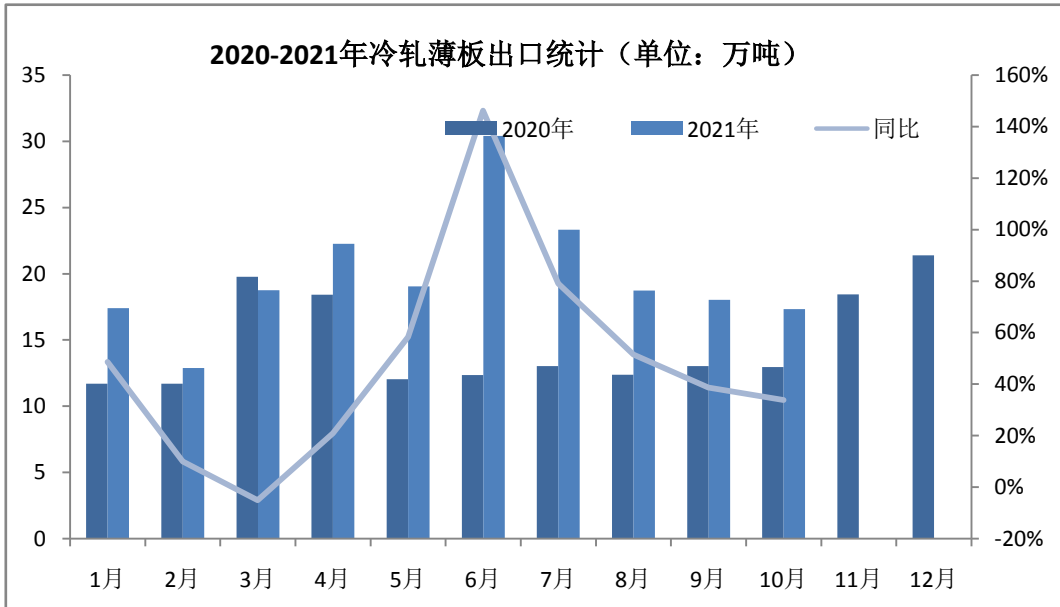


2021年，冷板开工率持续高位运行，进入9月份，冷板价格大幅下滑，另外受到限电等政策影响，开工率有小幅下滑，至11月份，冷板开工率又恢复到较高水平。至截稿，29家冷轧板卷生产企业产能利用率85.11%，钢厂周实际产量为79.51万吨。另11月份平均产能利用率为79%，年同比下降3.4%。

2、冷轧进出口量

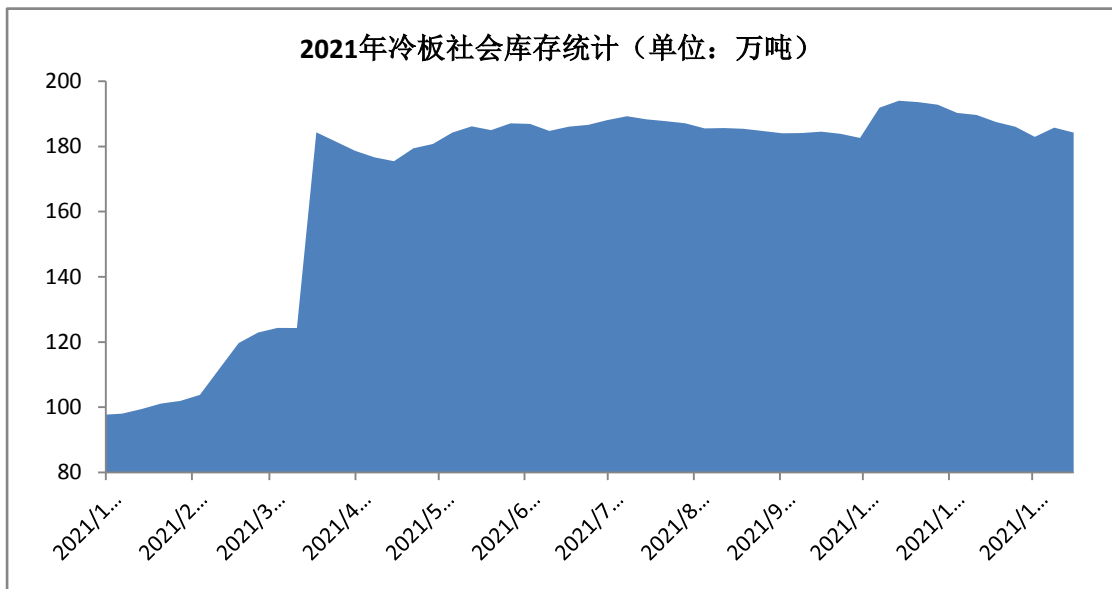


根据海关数据的统计，10月份冷轧薄板进口量为7.1万吨，同比下降5.09%；1-10月份累计进口量70.18万吨，累计同比增加29.84%。进口量峰值出现在3月份，正逢春节过后，需求复苏，进口量出现大幅增加。随后进口量则持续下滑，8-9月份进口量有所恢复，因国内需求旺季。



根据海关数据的统计，10月份冷轧薄板出口量为17.32万吨，同比增加33.81%；1-10月份累计出口量198.2万吨，累计同比增加44.29%。年初出口峰值在6月份，随后出口量持续下滑。从预期数据看，11月出口量继续环比下降，且降幅大幅扩大，反应出海外需求有所放缓，另外国内价格的下跌对于出口造成一定影响。

3、冷轧库存



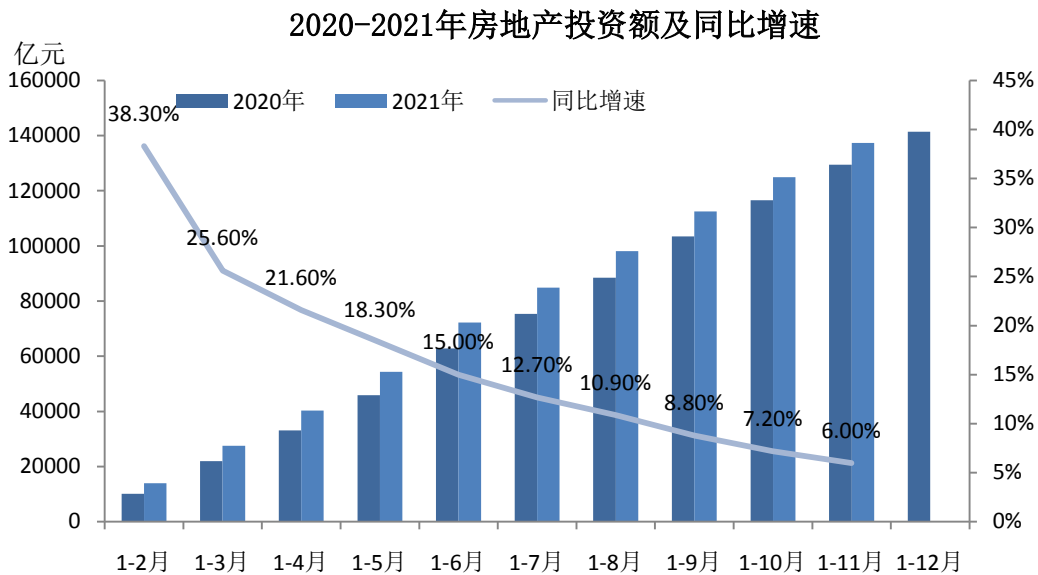
从全国总库存变化来看，一季度库存增长明显，主因春节假期，导致库存积压。二季度库存有所下滑。但从6月份开始冷轧总库存出现增加，商家表示库存压力尚可，市场整体心态较为谨慎。至截稿，全国冷轧社会库存182.92万吨，较去年同期增加74.76%。

从社库数据表现来看，纵观华北、华东、华南三个主要区域的库存变化，华东和华北区

域不管是最高值与去年年均的同比、还是不同阶段库存的年同比，均是表现最差的区域，因此从价格上来看，华东、华北去价格现货价格今年一直处于偏低位置；另外从库存同比降幅的角度看，华南地区作为终端消费地，上半年因下游消费保持强劲水平，库存去化明显，从而带动华南地区价格保持在较高位置。

三、冷轧终端行业需求分析

1、房地产投资增速下滑

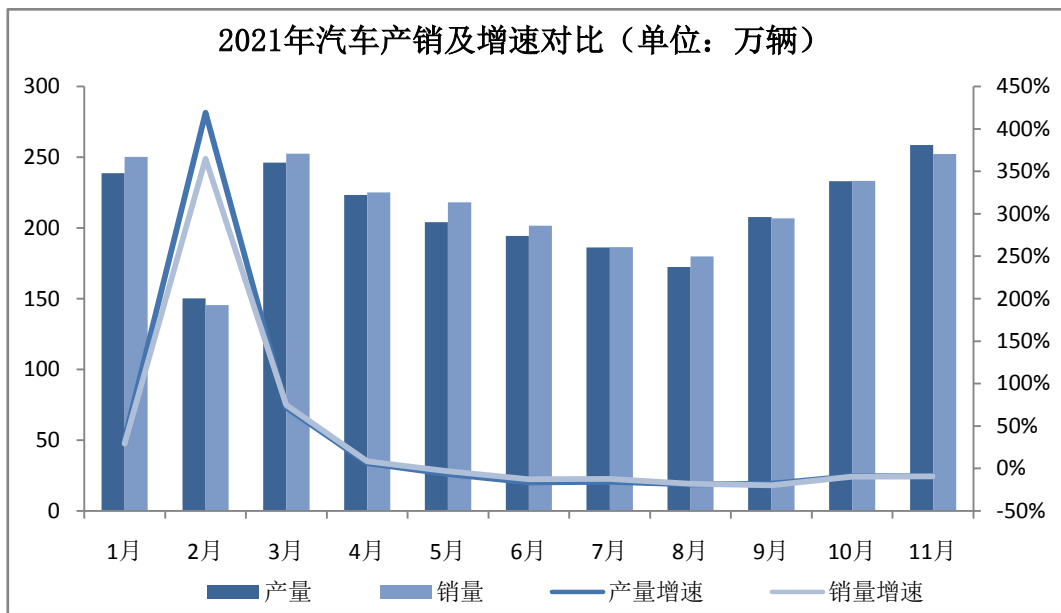


1-11月份，全国房地产开发投资 137314 亿元，同比增长 6.0%；比 2019 年 1-11 月份增长 13.2%，两年平均增长 6.4%。其中，住宅投资 103587 亿元，增长 8.1%。1-11 月份，房地产开发企业房屋施工面积 959654 万平方米，同比增长 6.3%。其中，住宅施工面积 679540 万平方米，增长 6.5%。房屋新开工面积 182820 万平方米，下降 9.1%。其中，住宅新开工面积 135017 万平方米，下降 8.4%。房屋竣工面积 68754 万平方米，增长 16.2%。其中，住宅竣工面积 49582 万平方米，增长 16.2%。1-11 月份，房地产开发企业土地购置面积 18287 万平方米，同比下降 11.2%；土地成交价款 14519 亿元，增长 4.5%。

当前新建商品房价格的下跌是成交量下行的结果。一季度市场过热，重点城市房价上涨较多，自二季度以来，新房、土地市场相继降温，现在价格回调是对前期过热的自然消化。

房地产市场的矛盾从“过热”开始转为“过冷”。需要积极防范市场过快降温和出现房地产金融风险。尤其需要防范三四线城市出现新的风险，包括房企销售困难导致项目开工意愿不强的风险。

2、汽车产销同比下滑



受车用芯片供应短缺、电力供应紧张等不利因素影响，我国汽车产销同比呈下降趋势，但降幅较此前明显收窄；新能源汽车产销继续保持高速增长，目前市场渗透率达到 12.1%。

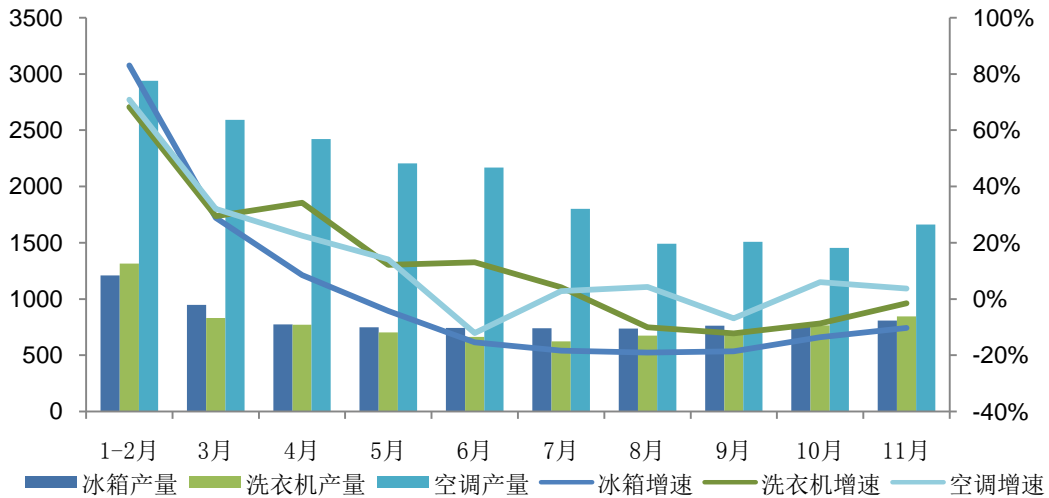
据中国汽车工业协会统计数据显示，11月，我国汽车产销分别达到 258.5 万辆和 252.2 万辆，环比增长 10.9%和 8.1%，同比下降 9.3%和 9.1%。今年前 11 个月，我国汽车产销累计分别完成 2317.2 万辆和 2348.9 万辆，同比增长 3.5%和 4.5%，增速比 1-10 月继续小幅回落。

随着国民经济总量的持续增长以及全面建设小康社会的落实，居民收入持续增加将会推动消费结构升级，在此过程中，汽车消费的带动作用依然存在，家庭以便携出行、自驾旅游为目的的购车，都会带动汽车行业的发展。

发改委产业发展司副司长蔡荣华表示，目前，中国全国汽车保有量大约在 2.6 亿辆左右，千人汽车保有量从原来不到 10 辆快速增长到 180 多辆，达到全球平均水平。目前发达国家千人汽车保有量总体在 500-800 辆的水平，考虑到人口规模、区域结构和资源环境的国别差异，中国未来随着居民收入不断提高，消费不断升级，城市化逐步推进，中国千人汽车保有量仍然还有较大的增长空间。

3、家电消费恢复增长

2021年白色家电主要品类产量及增速(单位:万台)



国家统计局数据显示,2021年1-11月空调产量累计产量19741.4万台,同比增长11.4%。冰箱累计产量8253.3万台,同比下降0.2%。洗衣机累计产量7833万台,同比增长11.1%。2021年前三季度,中国家电市场零售额规模5414亿元,同比2020年同期提升7.7%。规模大幅增长主要受益于2020年同期受疫情影响行业销售大幅下滑所致的规模基数较低。总体而言2021年市场需求持续低迷,消费者信心不足,更新换代需求释放缓慢,虽然经济快速恢复,但是居民消费的主要反弹点主要位于教育娱乐等领域,家电消费并不是主要的支撑点。因此,虽然同比去年同期行业规模大幅提升,但是与疫情前水平相比,仍未恢复。

2021年家电市场一季度高度增长,二季度增速放缓,三季度跌入低谷,以成熟大家电为代表的行业从“价格战”转为“价值战”,经营逻辑、需求逻辑、销售逻辑、渠道逻辑、竞争逻辑都发生了极大的变化;并且在成本提升的背景下,家电产品均价同比持续在提升,智能化、高端化、套系化表现明显,且品牌竞争也愈发激烈,市场资源逐步向TOP品牌集中。在“双十一”促销的带动下,家电市场的表现也非常值得期待,其中清洁电器有望成双11明星品类。

2022年预期市场形势稍有好转但依旧严峻。预计2021年全年市场规模同比增长2.4%,同比2019年全年下降3.4%。主要考虑到2021年价格同比上涨,带来的零售额增长动力于2022年减弱,但是消费升级催发的产品功能、结构升级、产品迭代将持续向好,此外一些新兴品类的普及和增长也对市场有较大的拉动作用,叠加企业端、渠道端的市场推广,以及疫情常态化令消费者逐渐适应并信心平复,因此预计2022年市场规模在2021年基础上小幅上涨。

四、2022 年冷轧市场走势展望

供应面，2022 年我国钢铁产能仍旧过剩，靠技术完成减碳、降耗，就需要见到大规模的超低排放改造完成。但按照现在的建设情况，要达到 6 亿吨超低排放改造完成量仍需 2-3 年时间，所以压减产量成为减碳的最主要、最直接的方法。但今年形成的阶段性错配使价格波动巨大，也给实体企业带来了一些不利影响，所以预计 2022 年的压产方式会较 2021 年相对温和，将会以全年压产叠加利润导向的行政+市场双重调节方式完成。

需求面，2022 年终端需求最大的不确定性因素是房屋新开工，在房企可售库存偏低和基建资金来源仍依赖地产出让金的背景下，房屋新开工对需求的扰动会更为显著。2021 年汽车消费水平较弱，2022 年能否回暖，还需要看芯片供应情况。据了解，主要的汽车芯片封装国-马来西亚的疫情正得到改善，相关产业复工正在有序进行。因此，2022 年缺芯对于汽车的压制有望得到部分缓解。2021 年家电耗钢整体表现不错，但扣除出口的提振，内需表现是弱于趋势因素的，内需不佳主要受需求透支和上游原材料价格上涨导致家电厂利润不佳、生产意愿不强影响。面对 2022 年，内需暂时没有其他刺激政策出现，预计家电内需会跟随趋势因素下行而走弱。

综上，2022 年冷轧产品仍将表现为供需双弱格局，运行重心下移，冷轧价格区间或在 4000-5500 元/吨。