

2023年3月钢市场回顾与后市展望

——中国有色金属工业协会稀散金属分会 李承宸

2023年3月，钢市场原料维持吃紧状态，供需基本面未现明显变化，部分企业正逐步清理库存，投机资金蛰伏，这也导致国内钢价在小幅回调。待库存清理结束，根据市场情绪推断，预计二季度初钢锭主流价格将保持坚挺，或有明显上涨可能。

一、行情回顾

2023年3月安泰科国内精钢报价均价为1474元/千克，同比减少0.07%，环比减少0.94%。安泰科离岸精钢均价为219美元/千克，同比减少13.60%，环比减少3.95%。

表 1-1: 2023年3月国内外精钢月度均价统计

	国内精钢均价 [99.995%] (元/千克)	离岸精钢均价 [99.995%] (美元/千克)
	2023年2月	1474
同比变化	-0.07%	-13.60%
环比变化	-0.94%	-3.95%

数据来源：中国有色金属工业协会稀散金属分会、欧洲战略小金属成交价（路透社）、MB 英国金属导报

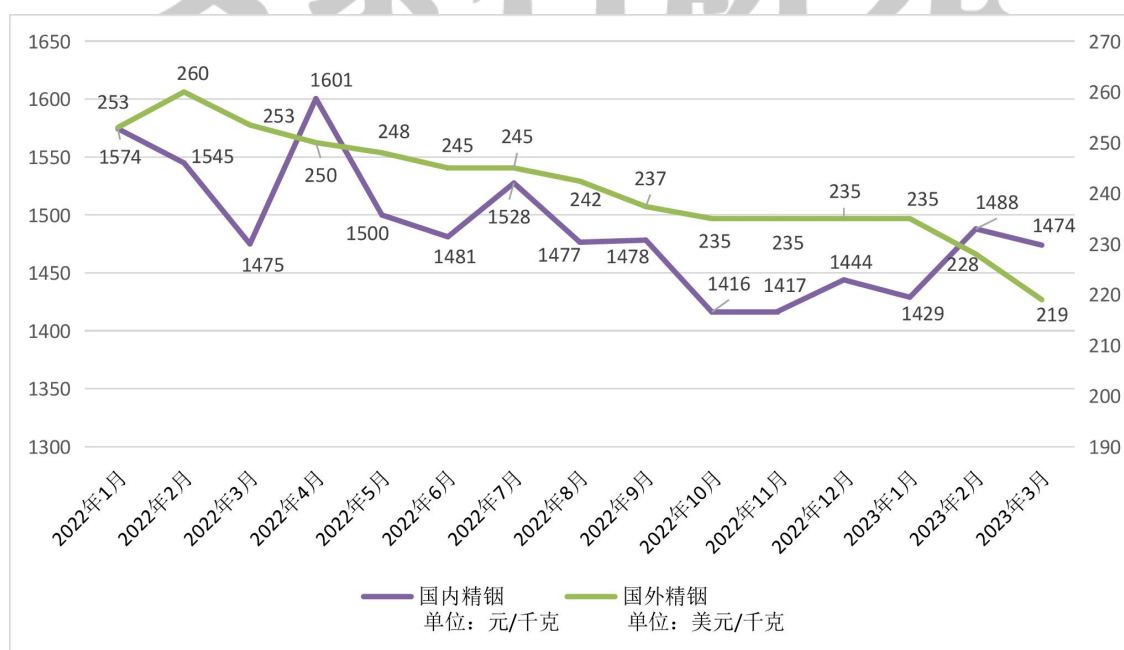


图 1-1: 2022年1月-2023年3月国内外精钢均价走势

二、市场分析及后市展望

纵观3月钢市场，市场运行基本维持平稳状态，国内钢市场供求格局变化不大，钢价月内前三周试探性震荡回调，月末逐渐企稳。价格小幅震荡回调一方面受前期需求

有限，主要企业出货不断所致，例如云南地区自年初到3月末出货累计100吨。不过3月末的价格企稳也逐步反映出了市场的信心与需求或正在回暖。具体来看，生产方面，由于目前原生粗钢产出有限，粗钢价格长时间贴近精钢价格，导致生产企业普遍感觉粗钢等原料采购有难度，不少厂家反应现阶段大部分时候原材料在吃老本，因此市场总体出货量水平一般。

消费方面，尽管一季度市场普遍感受消费需求尚未回暖，但细看终端市场，仍有看点。目前尽管全球电视消费市场已处于饱和状态，但电视面板尺寸增长则继续推动面板需求稳定上升，大尺寸化趋势是目前显示行业的主旋律，过去两年全球电视平均尺寸增长接近2英寸，也因此逐步提高了高世代面板产能的利用率。特别是今年，伴随全球经济复苏，电视市场将迎来新一轮换机周期，根据相关数据显示，2023年2月50寸/55寸/65寸面板已分别环比回升3/3/5美元/片，意味着市场需求已开始好转。而从显示企业稼动率来看，去年前三季度处于逐季下滑，四季度微幅回升，一季度回升开始明显，这与面板价格走势也同样相符。

反映到钢市场上，3月末钢价的企稳或可以看作终端市场需求的向上引导逐渐显现，因此虽然多数钢市场参与者看好年中之后面板行业对钢的消费需求，但实则需求已开始逐步影响并对钢价起到了一定支撑作用。除此之外，由于前期小幅回调刺激采购需求作用并不明显，且原料价格高居不下，一部分市场参与者开始转向挺价也是原因之一。

因此，总体来看，进入4月后钢价继续出现连续回调的可能已经很小，市场大概率会在4月至五一长假前维稳，长假过后市场价格不排除有向好发展的可能。

三、进出口数据

根据统计结果显示，2023年1-2月中国钢类产品进出口统计如下表3-1和表3-2所示。

2023年1-2月，中国进口锻轧钢类产品61千克，同比减少96%，进口未锻轧钢类产品212,650千克，同比增长6447%。

表3-1: 2023年1-2月中国钢类产品进口统计（单位：千克）

	锻轧的钢及其制品	未锻轧的钢
2023年1月	8	207,884
2023年2月	53	4,766
总计	61	212,650

数据来源：中国海关总署

注：未锻轧的钢包含未锻轧的钢；钢废料及碎料；钢粉末。

2023年1-2月，中国出口锻轧钢类产品226千克，同比减少60%，出口未锻轧钢类产品103,523千克，同比增长79%。

表 3-2: 2023 年 1-2 月中国钢类产品出口统计（单位: 千克）

	锻轧的钢及其制品	未锻轧的钢
2023年1月	138	77,925
2023年2月	88	25,598
总计	226	103,523

数据来源：中国海关总署

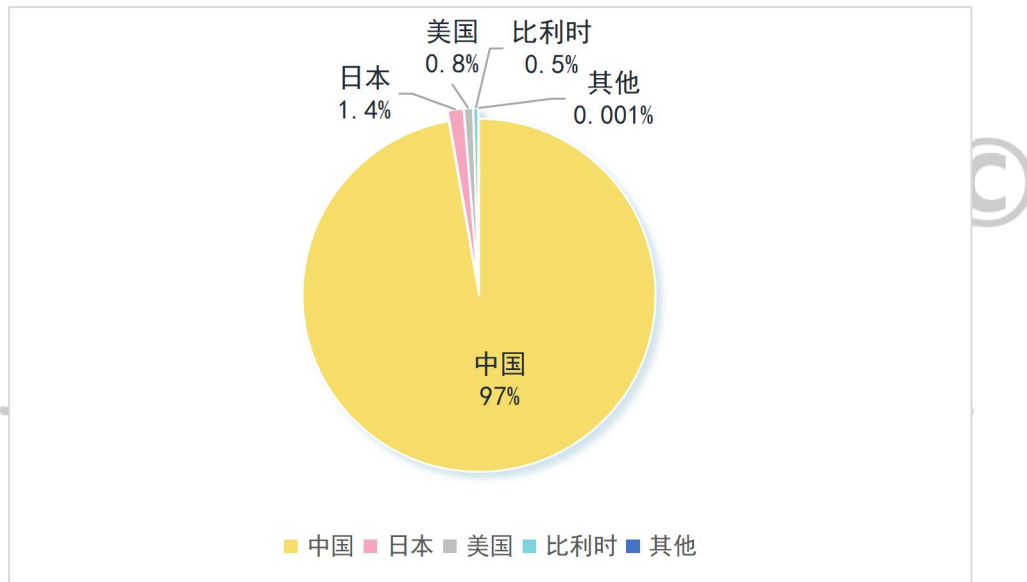


图 3-1: 2023 年 1-2 月中国钢类产品主要进口国（或地区）及占比

进口方面，2023年1-2月我国未锻轧钢类产品进口量同比明显增长，1-2月累计进口量212,711千克，同比增长294%。值得注意的是，进口来自中国、日本、美国和比利时的钢类产品数量最多，分别占比1-2月累计进口量的97%、1.4%、0.8%和0.5%，累计占比99.99%，其他国家占比不足1%，甚至可忽略不计。

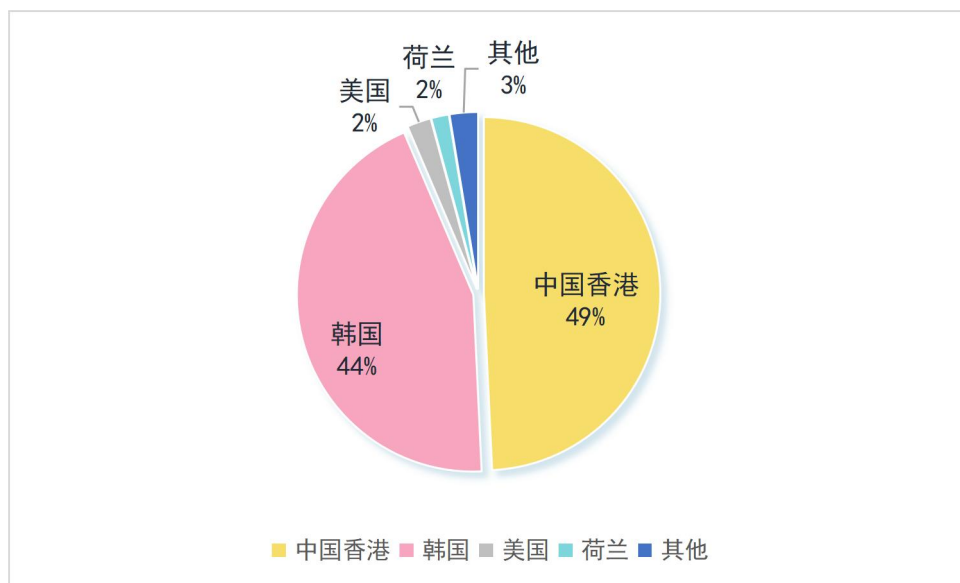


图 3-2: 2023 年 1-2 月中国钢类产品主要出口国（或地区）及占比

出口方面，2023 年 1-2 月我国钢产品整体出口量有所增长，锻轧钢出口量小幅降低，而未锻轧钢增长明显。钢产品 1-2 月累计出口量达到 103,749 千克，同比增长 77%。值得注意的是，出口至中国香港、韩国、美国和荷兰的钢类产品数量最多，分别占比 1-2 月累计出口量的 49%、44%、2%和 3%，累计占比 97%，其他国家占比 3%。