

CIMC 中集车辆

视界

2020th



抖音



微信公众号

《CIMC VEHICLES 视界》是中集车辆编印的通讯。欢迎积极投稿，并提出您的意见和建议。

CIMC VEHICLES Horizon is published by CIMC Vehicles. We welcome all comments, suggestion and contribution of articles.

主编 | **Editor-in-Chief**
毛 弋 | Flora Mao

执行主编 | **Executive Editor-in-Chief**
陈婉婷 | Ugo Chen

编辑 | **Editor**
董青枝 | Qingzhi Dong
朱文枫 | Wenfeng Zhu
莫淑婷 | Shuting Mo
闫 维 | Will Yan
董文思 | April Dong

主办 | **Sponsor**
中集车辆（集团）股份有限公司
CIMC Vehicles (Group) Co., Ltd.

特别鸣谢 | **Special Acknowledgment**
中集车辆工会
CIMC Vehicles' Labour Union

地址 | **Add:**
深圳蛇口港湾大道 2 号中集集团
研发中心
CIMC R&D Center, No. 2, Gangwan
Avenue, Shekou, Shenzhen
电话 | Tel: 0755-26802116
邮编 | Postal code: 518067
邮箱 | Email: vehicle.culture@cimc.com

内部资料 免费交流
Internal materials for free exchange

目录

01 卷首语

02 20 年中集车辆品牌崛起之道



03 跨洋经营 当地制造

04 经营回顾

中集车辆 A+H 上市后首份年报出炉
全年营收 276.5 亿元创历史新高



05 公司动态

- 30 年度大事记
- 32 2021 年度车型
- 42 年度奖项

06 人物专访

07 媒体聚焦

08 企业文化



- 68 20周年征文赏析
- 73 2021 总裁赠书 阅读挑战赛精选读后感
- 78 摄影比赛
- 79 文化活动剪影

09 20周年里程碑事件





卷首语

时光如梭，荏苒二十载。2022年，中集车辆迎来了20周年生日。二十年风雨兼程，二十年砥砺奋进，中集车辆在磨砺中坚强，在奋斗中成长，实现了从无到有、从小到大、从弱到强、从行业新丁到全球半挂车与专用车高端制造领导者的华丽蜕变。

从2002年到2022年，一路走来，有无数优秀的中集车辆人，或能力超群，或默默耕耘，共同书写着中集车辆的精彩篇章。在此，我谨代表集团管理层，对所有中集车辆同仁以及关注支持中集车辆的社会各界朋友，表示衷心的感谢！

时间是最伟大的书写者，也是最忠实的见证者。回首中集车辆进军半挂车行业的2002年，正是中国加入WTO之初，东方潮起，激活一池春水。新的起点，新的契机，新的希望，在深圳蛇口这片热土上，中集车辆立足中国，面向全球，凭借强大的集团战略优势，快速并购及整合扬州通华、驻马店华骏、山东中集（济南考格尔）、芜湖瑞江、洛阳凌宇等一批中国半挂车行业的明星企业；同时，在海外市场积极扩张，完成对北美市场知名半挂车品牌Vanguard以及欧洲SDC和LAG等半挂车品牌的收购。

历经20年的拓展与积淀，中集车辆已积累了强大的品牌优势。在国内市场，中集车辆运营着“通华”、“华骏”、“深扬帆”、“瑞江汽车”、“凌宇汽车”、“梁山岳”、“先锋系列”、“中集灯塔”以及“太字节”等品牌。海外市场，在北美，中集车辆运营着“Vanguard”、“CIE”等本地品牌；在欧洲，中集车辆运营着“SDC”和“LAG”两个历史悠久的本地品牌。

察势者智，驭势者赢。当前，我国正由“制造大国”向“智造强国”迈进，生产的数字化、智能化转型是我国制造业高质量发展的技术保障。近年来，国内制造企业正不断探索工业智能化发展路径。在业务不断扩张的同时，中集车辆在数字化设计与生产方面不断锐意进取、与时俱进，力求打造符合未来领先于行业的先进制造体系，照亮前行之路的“灯塔项目”的探索应运而生，“灯塔”工厂率先拉开了中集车辆高端制造体系建设的大幕，给中集车辆指引着前行的方向，如今更是代表着全球制造业领域智能制造和数字化的最高水平。经过多年的拓展，中集车辆已在境内外已建成13家半挂车生产“灯塔”工厂、7家专用车上装生产“灯塔”工厂、2家轻型厢式车厢体生产“灯塔”工厂。

2019年7月，中集车辆(1839.HK)在香港联交所主板成功上市；2021年7月，中集车辆(301039.SZ)正式登陆深交所创业板，实现A+H两地上市，成为创业板注册制首家A+H股上市公司。A+H两地上市，对中集车辆无疑具有里程碑的意义。

星光不问赶路人，时光不负有心人。二十年来，中集车辆乘风破浪、披荆斩棘，始终保持着源源不断的创新活力，目前已在全球范围内完成了收购整合、多品牌布局，实现了半挂车、专用车上装、厢式车、冷藏车的全品类覆盖，业务涵盖全球四大市场、40多个国家，在全球拥有23家生产工厂和10家组装工厂，连续九年蝉联半挂车全球第一。

站在20周年新起点，我们可以看到中集车辆的实际行动：深化“跨洋经营，当地制造”经营理念，打造高端制造体系、

管理新基建；战略调整为六大业务或集团，打破经营孤岛，形成从战略、运营到协同发展的全方位管理；在高端制造体系中孵化能提升业绩增长的运营组织和流程；进一步梳理和探索战略发展和组织发展，从而进一步提升全球领先地位。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。展望未来，百年未有之大变局加速演进，世纪疫情影响深远，挑战与机遇并存，中集车辆始终坚定初心，保持旺盛的创造力，借助破局，释放出更大的优势和被长久压抑的潜力，以猛虎下山之势，创造利润成长的空间，创造战略腾挪的空间，奔取自如，变被动为主动，为客户创造好的服务，为员工创造新的发展，为股东创造上乘业绩；助力国家“双碳”战略，推动道路运输装备行业高质量发展，以强者恒强的实力助推“中国制造2025”的实现！

李贵平

CEO 兼 总裁

中集车辆（集团）股份有限公司

从行业新丁到全球领导者 看中集车辆的品牌崛起之道



品牌强则企业强，企业强则国家强。品牌是企业乃至国家综合核心竞争力的体现，代表着国家的信誉和形象。近年来，随着我国强化品牌建设，越来越多的中国企业品牌意识增强，致力于发挥品牌经济引领作用，讲好品牌故事。

自2002年进军半挂车行业以来，中集车辆从立足中国到全球运营，从行业新丁到全球半挂车与专用车高端制造领导者，20年的风风雨雨，似乎只为了一个简单的答案：什么是中集车辆的品牌崛起之道？



2021年全国社会物流总额达到人民币
335.2 万亿元

立足中国面向全球

塑造全球半挂车高端制造品牌

物流行业的发展离不开物流装备的支撑，半挂车作为国内货物运输的“主力军”，其发展直接影响到公路运输的效率。中国物流与采购联合会公布数据显示，2021年中国公路货运量同比增长14.2%达391.4亿吨，货运周转量同比增长14.8%达6.9万亿吨公里。根据国家发展和改革委员会公布数据，2021年全国社会物流总额达到人民币335.2万亿元，同比增长9.2%。可以说，中国物流运输需求强劲，驱动中国半挂车市场持续释放。

但是，相比北美、欧洲发展较为成熟、集中度较高的半挂车市场，中国的半挂车市场正处于发展阶段，专业化程度不高，市场尚不成熟，集中度较低，供给端相对分散。

制造兴国，品牌强国。显然，在我国制造业转型升级的当下，中国半挂车市场想要崛起，高端制造品牌必不可少。自2002年进入半挂车行业以来，中集车辆始终致力于推动道路运输装备行业高质量发展，凭借领先的经营优势、技术优势，以及突出的品牌影响力，于2013年实现半挂车业务全球第一，此后一直稳居全球半挂车业务冠军宝座，成为中国制造品牌在全球的代表之一。

回溯中集车辆品牌的成立与发展，其脱胎于中集集团，在创立之初就融入了高度市场化、国际化的基因。早在1999年春节，当时的中集集团总裁麦伯良在澳洲休假期间偶然发现了外观与集装箱非常相似的厢式车，像是“装着轮子的集装箱”，外观美观，运输效率高。联想到中国当时低效、落后的内陆物流行业现状，并结合中集集团自身“为现代化交通运输提供装备

和服务”的发展战略，麦伯良决心发展半挂车产业，将集装箱行业的成功经验复制到新产业，推动中国物流车辆的全面升级。

经过几年的技术攻坚与研发，2002年成为中集车辆业务诞生的元年。这一年，中集集团在深圳蛇口召开“中集半挂车及厢式半挂车产品发布会”，标志着半挂车业务正式启动。发布会上推出的产品既有针对中国市场的半挂车产品，主要为集装箱骨架车，也有针对澳洲市场的侧帘式半挂车。可见，中集车辆一开始启动半挂车业务的定位，就是立足中国，面向全球。

历经20年的拓展与积淀，中集车辆已积累了强大的品牌优势。在国内市场，中集车辆运营着“通华”、“华骏”、“深扬帆”、“瑞江汽车”、“凌宇汽车”、“梁山东岳”、“先锋系列”、“中集灯塔”以及“太字节”等品牌。海外市场，在北美，中集车辆运营着“Vanguard”、“CIE”等本地品牌；在欧洲，中集车辆运营着“SDC”和“LAG”两个历史悠久的本地品牌。

不进则退，企业想要立足长久，紧跟时代发展需求至关重要。始终保持着创新活力的中集车辆，前瞻性地看到传统制造业亟需转型升级，并先人一步地探索建设高端制造体系，打造“灯

塔”工厂，未来还将按计划对“灯塔”工厂进行升级，发挥“灯塔制造网络”的效能，不仅推动六大业务或集团的稳健发展，也为其打造全球半挂车高端制造品牌注入源源不断的动力。

从13,000辆半挂车订单到 连续9年蝉联全球半挂车第一

从追赶到超越，中集车辆要实现从0到1，从行业新丁到全球半挂车行业领导者，并非空喊口号，而是凭着一股“闯劲”，一步一个脚印走出来的。

二十年前，第一家工厂中集深圳专用车生产基地尚未成立，当时为了完成所有产品的研发，中集车辆借用了南方中集在蛇口的一个四面漏风的维修车间，开始了艰苦的创业。2003年SARS流行，中集车辆借助跟船运公司良好的客户关系，成功获得世界最大的集装箱船运公司马士基13,000辆集装箱运输半挂车订单，这也是迄今为止中国最大的半挂车订单，标志着中集车辆的半挂车产品成功进入国际市场。

当年中集车辆为马士基生产的车辆，是在国内工厂制造，甚至连车牌都贴好，到美国登陆后就可以行驶。这是一次前所未有的、敢为人先的探索尝试。但中集车辆的创业团队做到了。

正是凭借着一支具有跨洋经营能力和视野的团队，才成就了如今一个营收规模近300亿的A+H两地上市公司。

此后数年，伴随着中国经济的迅猛发展，中国半挂车行业逐渐成为与北美、欧洲并驾齐驱的全球三大核心市场之一，而在同一时期，中集车辆抓住中国经济腾飞的机遇，在中国市场逐渐形成竞争优势。与此同时，中集车辆在海外市场积极扩张，完成对北美市场知名半挂车品牌Vanguard以及欧洲SDC和LAG等半挂车品牌的收购，实现了海外业务的快速成长。

目前，中集车辆已完成在全球范围内的收购整合、多品牌布局，实现了半挂车、专用车上装、厢式车、冷藏车的全品类覆盖，业务涵盖全球四大市场、40多个国家，在全球拥有23家生产工厂和10家组装工厂，连续九年蝉联半挂车全球第一。

进取不止，只为超越。根据实际运营和战略管理需要，中集车辆于2021年成立了六大业务或集团：“强冠业务集团”、“灯塔先锋业务”、“太字节业务集团”、“城市渣土车业务”、“北美业务”及“欧洲业务”，旨在打破经营孤岛，实现产销联动、信息共享、专业支援的长远目标，形成战略、运营到协同发展的全方位管理，并实现中国细分市场份额的进一步突





破，使海外七大挂车品类在北美和欧洲取得竞争优势，在全球的领先地位获得进一步提升。2021年，北美冷藏半挂车位于北美市场第三；欧洲子公司SDC的市占率约27.5%，稳居英国市场第一。今年一季度，海外市场表现依旧亮眼，其中北美业务收入同比大幅提升108.8%；欧洲业务销量与收入稳步提升。

时代浪潮奔涌向前，唯有引领者，才能开创崭新篇章。在业务不断突破的

同时，中集车辆在数字化设计与生产方面不断锐意进取，与时俱进，力求打造符合未来领先于行业的先进制造体系。“灯塔项目”的探索应运而生，其从一开始就探索自动化、数字化的生产方式，从德国的西门子、英见等公司引进了先进的信息控制系统理论，进一步学习和消化，这一探索既充满远见，又务实接地。正如它的名字一样，“灯塔”工厂给中集车辆指引着前行的方向，率先拉开了中集车辆高端制造体系建设的大幕，如今更是代

表着全球制造业领域智能制造和数字化的最高水平。2015年初，中集车辆首个“灯塔”工厂在东莞落地；2018年，中集通华超级麦哲伦数字化产线在扬州投产；2019年，扬州中集通华专用车有限公司“超级麦哲伦项目”通过专家组验收，标志着中集车辆数字化工厂探索和研究取得成功。

作为新一代生产体系，“灯塔”工厂带动了中集车辆乃至行业生产方式的全面革新，由传统的劳动密集型生产



4家子公司获得
国家级“绿色工厂”称号

2家子公司获得
省级“绿色工厂”称号

转变为自动化程度更高的模块化、智能化及环保化生产。截至目前，中集车辆已在全球建成13家半挂车“灯塔”工厂、7家中国专用车上装“灯塔”工厂、2家中国轻型厢式车厢体“灯塔”工厂。

此外，经过多年不懈的努力，中集车辆树立了绿色环保的行业新标杆，已有4家子公司获得国家级“绿色工厂”称号，2家子公司获得省级“绿色工厂”称号。另外，1家子公司获得国家

级绿色供应链示范企业，1家子公司获得省级绿色供应链管理示范企业。

当下，不确定性成为主流和常态，疫情危机成为企业分化或提升竞争能力的加速器，但变革依旧是时代的主旋律。未来，中集车辆仍将保持旺盛的创造力，借助破局，释放出更大的优势和被长久压抑的潜力，积极创造利润成长的空间，创造战略腾挪的空间，弃取自如，变被动为主动。

从“全球运营，地方智慧” 到“跨洋经营，当地制造” 的战略升级

面对当前全球化、竞争激烈的市场经济，一个正确的商业模式对于制造业而言至关重要。中集车辆从投资中国内地，到建立全球营运体系，从行业新丁到全球行业领导者，其极具前瞻性、灵活调整的经营理念堪称最大秘诀。

2002 年至 2010 年，中集车辆创立了半挂车业务，快速并购及整合扬州通华公司、驻马店华骏公司、山东中集车辆（济南考格尔公司）、芜湖瑞江公司、洛阳凌宇公司等一批中国半挂车行业的明星企业，在中国半挂车行业异军突起，并赢得领先地位。

2010 到 2016 年，中集车辆推动了半挂车业务在北美和欧洲市场的成长，完成了北美市场知名半挂车品牌 Vanguard 以及欧洲 SDC 和 LAG 等半挂车品牌的收购。

凭借“全球运营、地方智慧”的经营理念，并通过跨界设计、跨洋制造以及全球供应链的管理，中集车辆先后在北美、欧洲、亚洲、非洲及大洋洲等区域建立了覆盖全球的生产基地及销售网络，形成了全球化营运的业务格局，并在全球范围内取得了令行业瞩目的成就。

但是，在瞬息多变的时代潮流里，没有一条道路是一成不变的，伟大企业必须跟随时代的步伐及时调整战略，才能基业长青。



2018年，为有效应对全球贸易逆风的影响，中集车辆的经营理念从“全球运营，地方智慧”向“跨洋经营，当地制造”转变。在新的阶段，中集车辆更多的是强调“当地制造”。为了长久地植根于当地的市场，其加大了在当地制造的投资力度，提高境外工厂的制造能力，并深耕与孵化本地化品牌，这么做合理避免全球贸易摩擦对公司造成的影响，增强公司在全世界经济新常态下的发展韧性。

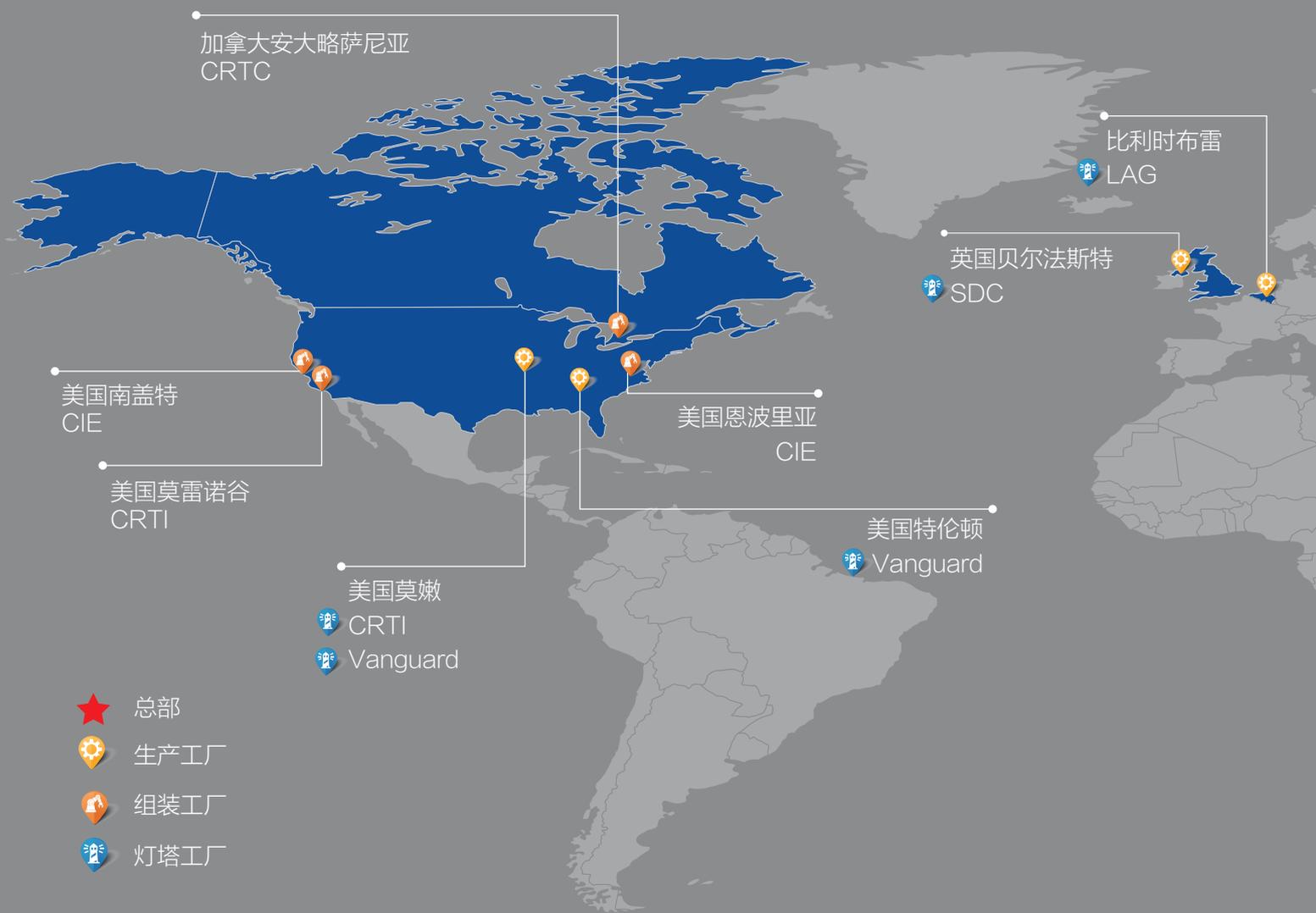
“北极熊项目”便是一个典型案例。2019年8月，中集车辆启动“北极熊项目”的投资计划，旨在应对全球地缘政治的影响，进一步渗透北美冷藏半挂车市场。该项目具体为在美国印第安纳州莫嫩筹建北美冷藏半挂车生

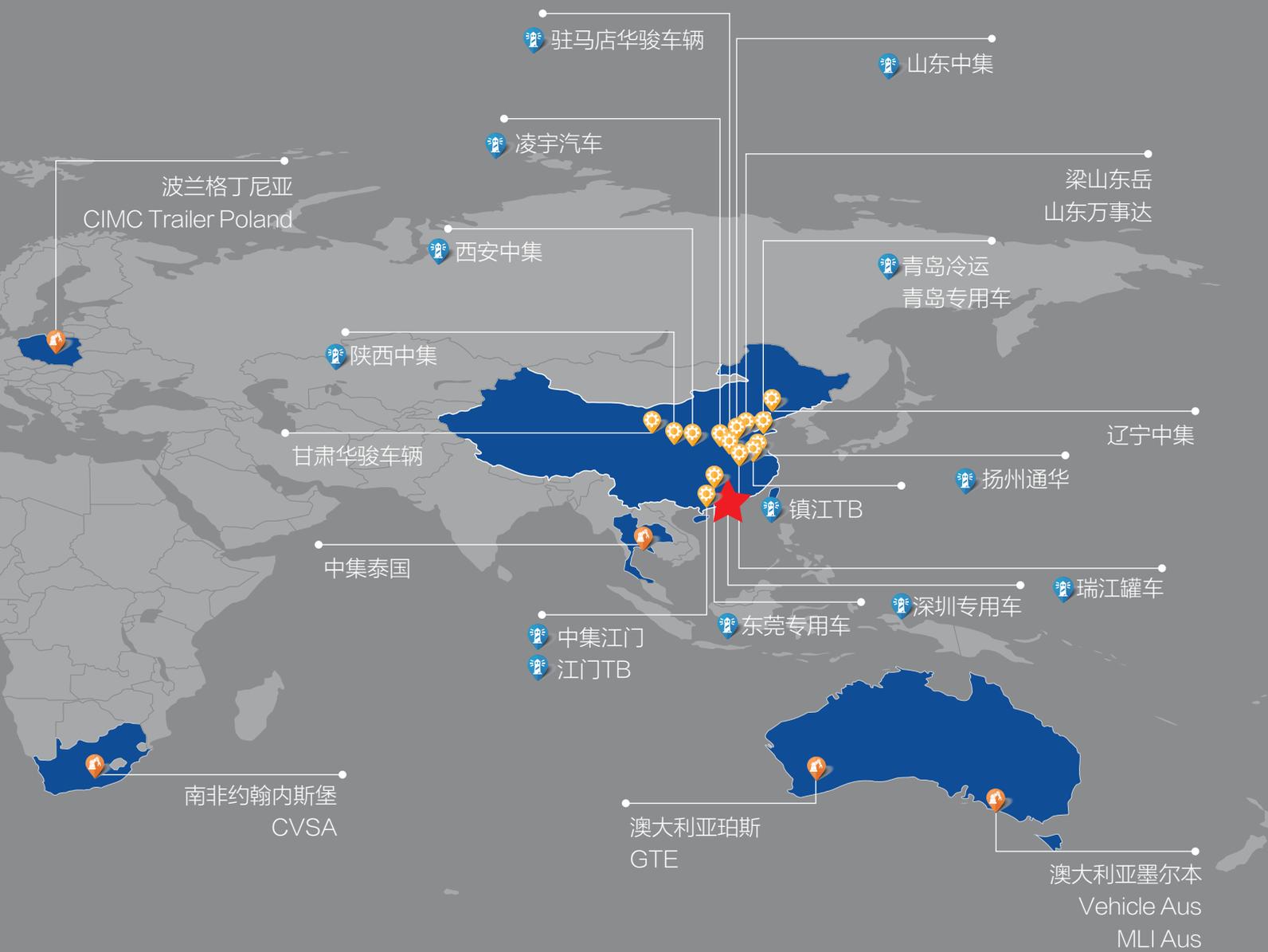
产制造工厂。2021年1月，北极熊项目新工厂第一辆新车下线并正式投产，新工厂采用“灯塔”工厂生产模式，大幅提高生产效率和原材料利用率，提升产品品质和服务，跨洋经营布局进一步优化。2021年，中集车辆北美冷藏半挂车收入大幅提升122.3%至人民币1,516.2百万元，在北美冷藏半挂车市场排名攀升至第三。

如今面对新的全球化发展局势，中集车辆将通过“高端制造体系”赋能，深化“跨洋经营，当地制造”的经营模式，并最大程度地发挥公司在全全球23家生产工厂和10家组装工厂的生产能力、装配能力、全球供应链管理能力和全球配送的物流管理能力，已形成具有核心竞争力的跨国运营格局。

鹰击长空万里阔，品牌强国正当时。中国品牌要进一步融入“双循环”新发展格局，以开拓国际市场作为自身发展的新契机和新舞台，以品牌出海促进经济高质量发展。中集车辆将坚定初心，面向全球市场，捕捉全球的商业机会，开启全新跨洋经营版图，以世界级品质引领全球商用车行业新篇章，带领中国企业走向全球，彰显大国品牌的实力担当，让中国名片闪耀世界。

跨洋经营 当地制造





中集车辆A+H上市后首份年报出炉 全年营收276.5亿元创历史新高



中集车辆 2021 年营业收入

276.5 亿元

净利润

9.9 亿元

2022年3月25日，全球半挂车和专用车高端制造领导者中集车辆交出了其“A+H”上市后的首份年报。在“十四五”开局之年，中集车辆积极应对机遇与挑战，通过战略规划优化、业务聚焦，实现全年营业收入再创历史新高。

年报显示，中集车辆2021年经营稳健，实现营业收入276.5亿元，同比增长4.3%；实现净利润9.9亿元；总资产与净资产分别达到217.8亿元及123.9亿元，同比分别增长9.9%与18.5%；每股收益0.48元。公司在全球销售各类车辆超20.0万辆，同比上升

3.0%；全球半挂车业务四大市场均获得稳健增长，该业务营收提升至152.8亿元，同比增长12.5%；海外市场业务反弹迅速，北美市场与欧洲市场营收分别增长14.9%以及27.6%，跨洋经营优势凸显，全球的领先地位进一步提升。

同时，中集车辆也披露了2021年度利润分配预案，公司拟向全体股东每10股派发现金股利2元（含税）。

创造战略腾挪的空间 六大业务或集团开启全新 跨洋经营版图

2021年，疫情进入常态化，全球经济增长逐渐回暖，全球汽车制造业与物流运输需求逐步复苏。为实现细分市场份额的进一步突破，提升在全球的领先地位，取得竞争优势，中集车辆成立六大业务或集团，分别为“强冠业务集团”、“灯塔先锋业务”、“太字节业务集团”、“城市渣土车业务”、“北美业务”及“欧洲业务”，旨在打破经营孤岛，实现产销联动和效益最大化。



具体来看，强冠业务集团生产与销售罐式半挂车以及混凝土搅拌车两类核心产品，实现了罐式半挂车业务的战略突破，并推出纯电动混凝土搅拌车，研发电动节油系统，使国六标准下的混凝土搅拌车综合油耗降低了25%。混凝土搅拌车的销量连续五年全国第一，市场占有率攀升至29.3%。报告期内，强冠业务集团业务保持稳健表现，收入达108.9亿元。



强冠业务集团收入

10,889.4 百万元

灯塔先锋业务深耕中国市场的半挂车产品，全年收入达64.0亿元，旗下的集装箱骨架车销量同比显著增长48.5%。此外，在中国政府鼓励挂车共享租赁、甩挂运输等集约高效运输组织模式发展的背景下，灯塔先锋业务旗下的“挂车帮”公司全年收入同比大幅增长66.6%。



灯塔先锋业务收入

6,397.6 百万元

集装箱骨架车销量显著增长

48.5%

“挂车帮”收入同比增长

66.6%

太字节业务集团主要由冷藏厢体及干货厢体产品业务组成。太字节业务集团以模块化的产品设计和拥有自主知识产权的新一代双模发泡技术，为中国冷链运输提供高品质的产品与服务。随着中国政府推动乡村振兴、完善城市物流配送交通网络，太字节业务集团紧抓合规城市配送厢式运输机遇，推出主要用于城市物流配送的合规干货厢体。2021年，太字节业务集团收入达4.7亿元。



太字节业务集团

销量 **10,366 辆**

收入 **465.2 百万元**

城市渣土车业务方面，2021年，公司践行与主机厂强强联合的发展战略，推动专用车改装业务体系向绿色高端制造迈进。公司积极提升产品竞争力，开拓新能源纯电动渣土车上装、纯电动矿车上装、纯电动砂石料运输车上装、纯电动运煤车上装等，新能源产品订单提升，有效占据市场先机。城市渣土车业务全年收入达18.9亿元。



城市渣土车业务

销量 **23,674 辆**

收入 **1,888.5 百万元**

北美业务方面，凭借跨洋经营优势，公司积极落实北美业务的战略举措，发挥全球资源整合优势，通过集中采购以及数字化全球供应链管理，把控全球物流配送成本，优化本地生产制造的布局，积极捕捉业务增长契机，最终北美业务全年收入达 48.4 亿元。其中，北美冷藏半挂车收入大幅提升 122.3% 至 15.2 亿元，在北美冷藏半挂车市场排名第三；北美厢式半挂车收入提升 11.0% 至 19.5 亿元，在北美厢式半挂车市场排名领先。



北美业务收入达

4,840.7 百万元

北美冷藏半挂车收入大幅提升 122.3% 至 1,516.2 百万元

北美厢式半挂车收入提升 11.0% 至 1,952.8 百万元

欧洲业务则由公司位于欧洲的全资子公司 LAG 以及 SDC 等组成。根据英国汽车制造企业及运输协会数据显示，SDC 市占率提升至约 27.5%，同比上升 4.8 个百分点，稳居英国市场第一。在跨洋经营战略的指引下，公司发挥跨洋竞争优势，进一步扩大市场份额，欧洲业务收入达 23.7 亿元，获得有质量的增长。



欧洲业务收入达

2,372.3 百万元



创造利润增长空间 “跨洋经营” 版图下勇攀高峰

在行业变革的当下，本公司践行“高端制造体系”核心举措，在升级“产品模块”、完善“灯塔”工厂、新零售建设与持续促进组织发展四大基石上，进一步丰富高端制造体系的内涵，加入了“建设数字化供应链中心”的第五大基石，制定了进一步的升级举措，全面贯彻高端制造体系战略的落地。公司通过建设“管理新基建”，全方位拥抱数字化转型与升级，提升创新技术手段，不断向高端制造的深水区迈进。

此外，公司成立的六大业务或集团，将持续从战略、运营到协同发展，赋能公司多种经营管理场景。

强冠业务集团将整合中集车辆现有粉罐半挂车、液罐半挂车、混凝土搅拌车等核心企业的罐体业务，协同旗下混凝土搅拌车以及罐式半挂车的品牌，形成合力，重拳出击。强冠业务集团将推动“强罐战略发展计划”，对业务内部进行产能优化、推动组织发展，将生产制造企业推出细分市场，改善供需矛盾。在这个策略下，使强冠业务集团的总销量逆市而上，实现毛利率提升，及净利贡献上升。





灯塔先锋业务将通过整合中国本土各个半挂车“灯塔”工厂资源，打造 LTS 与 LoM 的运营闭环，夯实半挂车业务在内循环的强大根基。灯塔先锋业务将深耕中国市场厢式化半挂车产品，随着中国政府“双碳”政策持续推进，中国半挂车产品加速升级迭代，灯塔先锋业务将积极把握中国半挂车高质量发展先机，进一步提升国内半挂车的市场份额及毛利率，推动灯塔先锋业务领先地位的进一步扩大。

进入 2022 年，太字节业务集团将在冷藏厢体业务上双管齐下，向市场推出高性价比的 K2 产品系列，以快速扩大在城市冷藏配送车的份额，尤其在长三角和大湾区这两个核心区域。太字节业务集团正处于一个市场需求蓄势待发的窗口期，年轻的高管团队和一

线运营团队将先进的高端制造装备转化成高效生产力，抵御同业低价竞争，捕捉业绩增长的契机。

城市渣土车业务将扩大与主机厂联合发展战略上的广度与深度，包括年度车型智能互联设计、联合研发与营销、产品全生命周期管理，并在新能源底盘与智能互联方面进行积极探索与合作，扩大产品与业务的领先优势。

北美业务旗下的主力工厂将完成转型升级任务，其生产制造能力将得到有效提升，并抵御市场不利因素的影响。同时，北美业务将捕捉美国基建计划的落地以及全球供应链恢复所带来市场需求的契机，提升订单交付能力，持续改善北美市场的盈利能力，取得业务亮眼增长。

欧洲业务将对位于北爱尔兰地区的产线进行调整，重新设计主力车型，将生产通过 LTS 转移出去，并对位于英格兰地区的两个 LoM 进行升级，加快装配效率。同时，欧洲业务将进一步优化公司治理结构，以支撑 SDC 公司的转型升级，通过跨洋经营的核心工作流程，进一步提升公司盈利能力。

展望未来，中集车辆将借助战略发展的破局点，释放出更大的优势与业绩增长的潜力，创造利润成长的空间，创造战略腾挪的空间，为客户创造好的服务，在“跨洋经营”版图下勇攀高峰，积极为股东创造上乘业绩！

连续9年领先全球、 2021年营收再创历史新高！ 中集车辆： “以猛虎下山之势创造盈利成长的空间”

来源：《全景网》 2022年03月26日

2022年3月24日晚间，全球半挂车和专用车高端制造领导者中集车辆交出其“A+H”上市后的首份年报。

面对全球通胀加剧、原材料与大宗商品价格高涨、全球多国港口拥堵、海运价格攀升、重卡需求乏力等诸多挑战之下，中集车辆去年营收再创新高至276.5亿元。总资产与净资产分别达到217.8亿元及123.9亿元，同比分别增长9.9%与18.5%；每股收益0.48元。

3月25日，中集车辆通过全景路演举办2021年度业绩发布会，中集车辆CEO兼总裁李贵平表示：“在新的一年里，我们有信心提升在北美的业务，我们有能力管控好跨洋运营所带来的一系列困难。北美业务将重归常态，灯塔先锋的产能充足，营销稳健，灯塔制造网络将发挥效能，灵活快捷的支持跨洋运营和跨地区运营。

2021年营收创历史新高

2002年进入半挂车行业的中集车辆，2019年7月登陆港交所主板。2021年7月登陆深交所创业板，成为首家A+H股半挂车及专用车高端制造企业。

过去一年，全球经济增长逐步回暖、全球汽车制造业与物流运输需求逐步复苏。但是，随着全球通胀加剧、原材料与大宗商品价格高涨、全球多国港口拥堵、海运价格攀升、国六排放标准实施后重卡短期市场需求下行，中集车辆的主营业务在成本端与收入端双向承压。

面对复杂宏观环境，2021年，中集车辆实现营业收入276.5亿元，同比增长4.3%，创下历史新高。去年实现净利润9.9亿元，主要由原材料价格上涨、国五切国六的超买现象以及海运运费上升所致。

公司在全球销售各类车辆超20.0万辆，同比上升3.0%；全球半挂车业务四大市场均获得稳健增长，该业务营收提升至152.8亿元，同比增长12.5%；海外市场业务反弹迅速，北美市场与欧洲市场营收分别增长14.9%以及27.6%。

值得一提的是，中集车辆的营收主要来自全球半挂车、专用车上装生产和专用车整车、轻型厢式车厢体等车辆销售。



总资产

217.8 亿元

净资产

123.9 亿元



公司在全球销售各类车辆超

20.0 万辆

全球半挂车业务营收提升至

152.8 亿元

中集车辆去年在全球半挂车业务四大市场均获得稳健增长，全球半挂车业务收入提升至 152.76 亿元，同比增长 12.5%，占整体营收比重提升近 4 个百分点至 55.25%。

伴随全球通胀持续升温、大宗商品价格与运输成本高涨，消费需求的释放给全球供应链带来了较大的压力，世界多地港口出现拥堵，海运运费持续攀升。去年中集车辆受成本上行的影响，公司综合毛利率为 11.02%。

而中国专用车上装业务方面，去年中集车辆中国专用车上装生产和专用车整车销售业务收入达 92.1 亿元，占总营收比例 33.31%。另外，去年中集车辆中国轻型厢式车厢体生产与销售业务收入达 3.11 亿元。

跨洋经营优势凸显 海外业务增长23%

为实现细分市场份额的进一步突破，提升在全球的领先地位，中集车辆在年报中提及将成立六大业务或集团，打破经营孤岛，实现产销联动和效益最大化。

中集车辆六大业务或集团，分别为“强冠业务集团”、“灯塔先锋业务”、“太字节业务集团”、“城市渣土车业务”、“北美业务”及“欧洲业务”。

从市场较为关注的海外市场方面来看，中集车辆在北美业务方面，去年全年收入达 48.4 亿元，其中，北美冷藏半挂车收入大幅提升 122.3% 至 15.2 亿

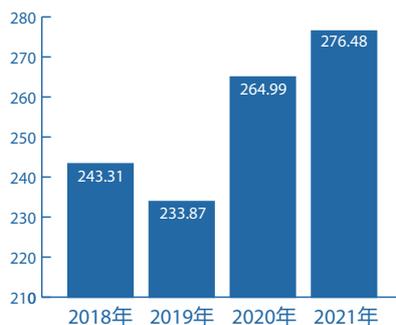
元，在北美冷藏半挂车市场排名第三；北美厢式半挂车收入提升 11.0% 至 19.5 亿元，在北美厢式半挂车市场排名领先。

欧洲业务则由公司位于欧洲的全资子公司 LAG 以及 SDC 等组成。根据英国汽车制造企业及运输协会数据显示，SDC 市占率提升至约 27.5%，同比上升 4.8 个百分点，稳居英国市场第一。欧洲业务收入达 23.7 亿元，获得有质量的增长。

中集车辆 CEO 兼总裁李贵平表示，过去两年疫情反复下，全球半挂车市场受海运运费大幅上涨，原材料价格进入长期通胀通道，全球供应链短缺，海外市场出现了阶段性的生产停工和供应链紧张的局面。对于全球半挂车生产企业，生产和经营都带来巨大冲击，多方面因素导致海外市场有一些对手退出。

2018 年至 2021 年中集车辆
营业收入表现情况

(单位：亿元人民币)



“但公司积极应对不利影响，发挥跨洋经营优势，提升了我们在海外半挂车业务表现，进一步扩大市场份额。去年中集车辆境外业务收入达到 90 亿

元，同比增幅 23%。毛利率同比下滑则主要是受原材料巨幅通胀挤压影响，但幅度完全处于可控的合理范围。”李贵平补充道。

李贵平表示，中集车辆凭借跨洋经营优势，深化“跨洋经营，当地制造”理念，通过强化当地制造及当地采购，为客户提供便利，积极优化全球供应链管理以及全球物流配送体系，为公司在外循环经济中创造长远发展机会。

不断向高端制造的深水区迈进

相比北美与欧洲，中国半挂车市场尚不成熟、专业化程度不高，以 2017 年为例，该年我国厢式半挂车、冷藏半挂车等专业度较高的半挂车销量占比仅 4%，远低于美国的 77%。

2013 年，在中集车辆半挂车销量位居全球第一之后，中集车辆开始思考，如何在市场份额领先的基础上，实现有质量的增长。

2014 年，中集车辆开始打造“高端制造体系”，其中，“灯塔”工厂便是增效与数字转型的重点之举。

据中信证券研报，“灯塔”工厂能使单车成本下降约 1000 元、人员需求减少 29%、人均产值增长 32%，能够大幅提升生产的效率，可以视为专用车生产从劳动密集型向技术密集型转变的典范。

而灯塔先锋业务深耕中国市场的半挂车产品。随着中国政府“双碳”政策持续推进，中国半挂车行业面临升级迭代，这也给中国半挂车企业的高质量发展带来了新的机遇。

“公司依靠高端制造体系及灯塔工厂的绿色制造优势，全年总和产能利用率维持较高水平，巩固了在中国国内市场的领先优势。”李贵平补充道，展望未来，在国内大循环，在国内内循环经济中，中国半挂车业务的发展确定性进一步地提升。

实际上，中集车辆过去一年灯塔先锋业务加快数字化升级，优化技术与产品创新，将传统的生产制造工厂转型成为“灯塔”工厂，深耕细分市场领域。报告期内，灯塔先锋业务收入达63.98亿元，灯塔先锋业务的集装箱骨架车销量同比显著增长48.5%。

展望2022年 冷链物流或迎发展新机遇

除半挂车、专用车上装业务等，中集车辆的轻型厢式车厢体业务也值得期待。

2020年以来，新冠肺炎疫情的蔓延，更是刺激了全球医疗与生物制品冷链需求，更多人通过电商采购生鲜食品，生鲜物流进入增长周期，也将提升国内冷藏车的需求。

根据前瞻产业研究院预计，我国2019-2023年冷链物流行业市场规模复合增长率将达到22.3%。



全球对比，我国冷藏车保有量绝量与相对量均较低：截至2018年底，美国、日本冷藏车保有量分别为58万辆、25万辆，千人冷藏车保有量分别为1.76台、1.95台，而我国冷藏车保有量仅为18万台、千人冷藏车保有量仅0.13台；目前我国冷鲜肉在肉类运输中占比仅占20%，而欧美达到90%，同时中国人均肉类消费目前仅为发达国家的65%左右，未来国内冷鲜肉运输比重将大幅上升。

业绩说明会直播中，李晓甫特别提到，“十四五的冷链规划、交通领域规划，都共同指向了冷链业务发展，在疫情影响下，冷链在各个方面都引起了极高重视，所以太字节业务集团是中集车辆的前瞻布局，我们将持续跟进行业趋势。”

李晓甫表示，进入2022年，太字节业务集团将在冷藏厢体业务上双管齐下，向市场推出高性价比的K2产品系列，以快速扩大在城市冷藏配送车的份额，尤其在长三角和大湾区这两个核心区域。太字节业务集团的镇江工厂和江门工厂都将向市场投放K6系列和K9系列的干货

厢体，积极优化镇江工厂的产线与产能，完成江门工厂的建设并将产品投入市场。

展望2022年度经营计划，中集车辆表示，在行业变革的当下，公司践行“高端制造体系”核心举措，在升级“产品模块”、完善“灯塔”工厂、新零售建设与持续促进组织发展四大基石上，进一步丰富高端制造体系的内涵，加入了“建设数字化供应链中心”的第五大基石，制定了进一步的升级举措，全面贯彻高端制造体系战略的落地。

对于未来，李贵平称，“2022年中集车辆将借助破局点，释放出更大的优势和被长久压抑的潜力，以猛虎下山之势创造盈利成长的空间，创造战略腾挪的空间，汲取自如，变被动为主动。”

“大象转身”，中集车辆寻路新“锚点”

来源：《华尔街见闻》 2022年03月29日

作为半挂车行业全球龙头的中集车辆，在行业逆风局里依旧保持着自身的优势。

中集车辆 2021 年年度报告显示，其去年全年营收创下了历史新高，同比增长 4.3%，至 276.5 亿元。全年净利润 9.9 亿元。

要知道，去年行业的压力不小。原材料价格、海运运费上涨以及国五切国六等等。行业内的玩家们也需要有着更加灵活的经营模式，应对成本和供需等多方面的挑战。

应对行业变局，中集车辆在去年将原有的三大核心业务板块，进一步裂变为六大业务或集团。管理层表示，通过组建强冠业务集团等六大业务或集团，公司的内部协同和整合会进一步加强，重塑出一张灯塔的制造网络，而不是以往的单点工厂，这有助于业务的进一步强化。

在应对短期行业困局的同时，中集车辆立足于长周期，展现出了自身的韧性。“大象转身”，一贯保持着灵活反应的中集车辆接下来也将主动出击。这会是其应对行业大变革时期的制胜先手，也有助于自身行业领先地位的进一步扩大。

营收逆风新高

整体来说，中集车辆去年在保持内生增长的同时，也在不断拓展外部需求的成长边界。

过去很长一段时间里，中集车辆的业务集中在三大领域：全球半挂车、中国专用车上装、轻型厢式车厢体。这三大市场与其年报数据密切相关。其中，全球半挂车业务四大市场均获得稳健增长，营业收入同比增长 12.49%，这反映出全球半挂车市场集中化趋势不减。作为行业龙头的中集车辆也会从中受益，《Global Trailer》

2021 年数据显示，按照产量排名，中集车辆已连续 9 年蝉联全球第一。

不过，在保持传统的三大核心领域增长的同时，中集车辆也开始主动出击。

“找准需求、快速反应”，是中集车辆在十余年时间里迅速成长为全球半挂车行业龙头的秘诀。而中集车辆也希望将其复制到其它业务模块上。

2021 年，中集车辆将原有的三大核心业务板块，进一步裂变为六大业务或集团。其中，六大业务或集团分别为，“强冠业务集团”、“灯塔先锋业务”、“太字节业务集团”、“城市渣土车业务”、“北美业务”及“欧洲业务”。

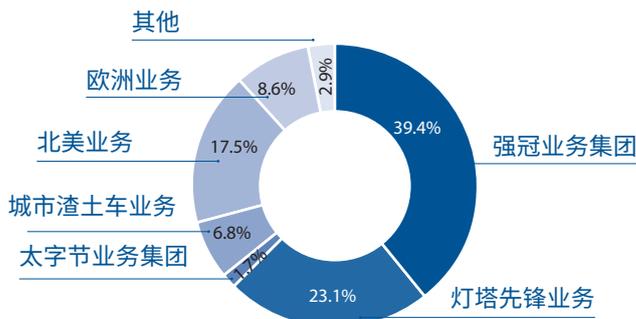
具体来说，强冠业务集团主要生产与销售罐式半挂车以及混凝土搅拌车两类核心产品，报告期内收入达 108.9 亿元。其中混凝土搅拌车的销量连续五年全国第一，于国内的市场占有率攀升至 29.3%。

灯塔先锋业务则是深耕中国市场的半挂车产品。去年全年，灯塔先锋业务收入达 64.0 亿元，旗下的集装箱骨架车销量同比增长 48.5%。

太字节业务集团主要由冷藏厢体及干货厢体产品业务组成，去年全年业务收入达 4.7 亿元。

城市渣土车业务也通过开拓新能源纯电动渣土车业务等举措，实现了新能源产品订单提升。去年全年，中集车辆城市渣土车业务收入达 18.9 亿元。

2021 年中集车辆六大业务或集团主业务收入占比情况



在稳固中国市场营收的同时，中集车辆来自北美市场、欧洲市场的营业收入均实现了两位数增长，分别同比增长 14.91%、27.63%。

多个市场的市场占有率也在逐步提升。比如说北美冷藏半挂车位于北美市场第三；中集车辆欧洲子公司 SDC 的市占率也同比上升 4.8 个百分点，至约 27.5%，稳居英国市场第一。

中集车辆管理层表示，欧洲市场的增长主要得益于主要市场经济回暖，延续温和复苏的态势，而疫情对于电商消费习惯的重塑，让欧洲半挂车需求得到进一步释放。

北美市场也是如此，管理层指出，美国大规模基建计划获批，刺激了美国的经济增长，美国的半挂车和物流运输装备市场则随之快速复苏。

中集车辆则希望进一步抓住这两大市场的机遇，同时强化自身优势。管理层表示，新的六大业务或集团打破了过去以细分业务领域划分的格局，中集车辆也希望借此打破经营孤岛，实现产销联动和效益最大化。

提前落子谋未来

通过组织架构的重新布局，中集车辆应对行业变局的身段更加灵活。接下来，中集车辆的发展重心会是强化自身优势的同时，实现有质量的增长。

管理层表示，中集车辆集团一直致力于高端制造体系的建设，升级和新建符合高端制造体系的工厂和产线，以捕捉增长机会。

中集车辆的目标，是在 2021-2022 年期间完成覆盖六大业务或集团的八大产线的高端制造体系建设。其中部分投资产线已经在 2021 年取得了较好的业绩表现。例如扬州灯塔项目产线的投资建设，目前已全部完成厂房建设以及产线升级，并在 2021 年抓住了电

商物流车的市场机会；海外方面，北美 Polar Bear 冷藏半挂自动化生产厂与 Canadian Glacier 冷藏车组装厂。

随着接下来全球经济增长逐渐回暖，全球汽车制造业与物流运输需求也会逐步复苏。管理层指出，北美业务将捕捉海外市场需求恢复的契机，提升订单交付能力，持续改善北美市场的盈利能力；欧洲业务将进一步优化公司治理结构，支撑 SDC 公司的转型升级，通过跨洋经营的核心工作流程，进一步提升公司盈利能力。

这都会是未来中集车辆利润增长的爆发点。而中集车辆更希望在应对行业未来 3-5 年的大变局时，以一个灵活的姿态应对，探路中国“智造”。管理层指出，过去六年里，中集车辆已经投资兴建和升级了超过二十条灯塔产线。但是，这些产线的利用率还没有充分完全发挥出来，无法非常灵活快捷地去支持跨洋运营和跨地区运营。

这使得中集车辆接下来会积极筹划“灯塔”工厂的升级版——灯塔制造网络。通过持续保持对“灯塔”工厂的建设和升级投入，以推动实现全面的生产自动化、智能化和数字化。

管理层表示，通过构建 1#-5# 半挂车在中国的跨地区运营网络，加快产品投放市场的速度，提高 LTP 核心生产设备的利用率，长远有效地将全球半挂车业务有效地联结在一起。

此外，中集车辆还将通过推动中集车辆总部和下属核心企业的高端制造体系建设，搭建管理新基建，积极推动“产品+服务+金融”商业模式的拓展等等。在体系建设、商业模式以及组织发展上出击。

管理层指出，去年下半年国五切国六对市场的影响会是个短期现象，一般而言会维持 6-9 个月的时间。在短期的行业压力被释放之后，长期来看对于行业仍然是个利好的大趋势。

中集车辆将借助破局点，释放出更大的优势和被长久压抑的潜力。同时，随着公司“强冠业务集团”和“灯塔先锋业务”的建立，中集车辆在半挂车领域和罐车领域再度处于可以进行战略整合的状态。

接下来中集车辆也会积极关注同行间低成本整合的机会，上游零部件企业，尤其是行走机构和电气路零部件制造企业，下游的半挂车租赁企业、售后服务企业。

继去年在 A 股上市后，中集车辆已经实现了“A+H”双平台，这也为中集车辆进一步强化全球战略布局、加强市场渗透率奠定了资金的优势。

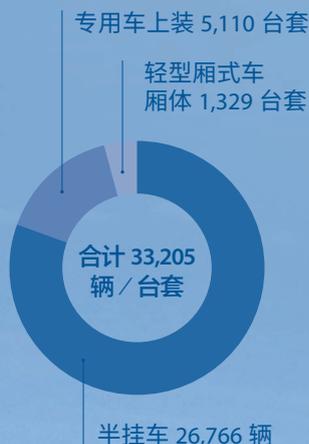
管理层认为，目前公司的高端产能还未释放，而市场需求强劲、供应量短缺的大背景下，这会对接下来中集车辆的营收规模进一步增长，会是巨大裨益。

通过弃取自如，变被动为主动。中集车辆在 2021 年为自身创造了战略腾挪的空间。如今，猛虎出山，蛰伏已久的中集车辆要出击了。

2022年一季度业绩稳健逆势有为 中集车辆海外市场表现亮眼



2022年第一季度实现营业收入达
5,132.3 百万元



2022年4月26日晚间，中集车辆发布了其2022年一季报。2022年第一季度，中集车辆统筹兼顾疫情防控与生产经营，在国内疫情多点爆发的情况下，积极克服了经营的不利因素，把握海外市场增长契机，实现了相对稳健的发展。

一季报显示，中集车辆2022年第一季度实现营业收入达5,132.3百万元，实现归属于上市公司股东的净利润达124.5百万元。在全球销售各类半挂车26,766辆、专用车上装5,110台套以及轻型厢式车厢体1,329台套，合计33,205辆/台套。

疫情反复知难上 海外市场持续亮眼增长

2021年，根据实际运营和战略管理需要，中集车辆成立了六大业务或集团：“强冠业务集团”、“灯塔先锋业务”、“太字节业务集团”、“城市渣土车业务”、“北美业务”及“欧洲业务”，打破了经营孤岛，形成了从战略、运营到协同发展的全方位管理。

到了2022年一季度，中集车辆六大业务或集团开始逐步发力，海外市场表现亮眼。

强冠业务集团方面，国六排放标准于2021年7月1日正式实施，国五排放



标准的商用车停止上牌，中国商用车市场需求进入一个静默期，市场需求的下滑持续至 2022 年初，导致强冠业务集团的业务表现放缓，进入 2022 年 3 月，强冠业务集团表现逐步向好。

灯塔先锋业务方面，疫情反复下，国内物流运输受阻，订单交付滞后，国内半挂车市场需求被抑制。灯塔先锋业务积极把握产品更迭机遇，进一步提升了国内半挂车的市场份额。随着中国政府鼓励挂车共享租赁、甩挂运输等集约高效运输组织模式发展，灯塔先锋业务持续发展半挂车共享租赁业务为响应中国政府推动乡村振兴、完善城市物流配送交通网络的号召。

太字节业务集团方面，中国政府推动乡村振兴、完善城市物流配送交通网络。公司积极优化冷藏厢体和干货厢体的产能布局，捕捉冷链物流及城市配送的发展机遇。

城市渣土车业务方面，中国城市渣土车需求于 2022 年一季度下滑，影响了公司的城市渣土车业务表

现。新能源重卡打开发展的新局面，公司深化与主机厂联合发展战略，投入新能源城市渣土车产品的研发与推广，持续提升产品竞争力。

北美业务方面，北美市场的半挂车需求持续释放，公司北美业务获得亮眼增长，收入同比大幅提升 108.8%。

欧洲业务方面，在全球地缘冲突影响下，公司欧洲业务发展危中有机，销量与收入稳步提升。

捕捉良机寻增长 高端制造领发展

步入 2022 年第二季度，中国政府在疫情反复下切实保障国内物流供应链、物资运输稳定畅通，促进产业链稳定。中集车辆将把握国内物流运输恢复的契机，逐步释放被压抑的订单与生产需求，积极拓展业务，并按计划对“灯塔”工厂进行建设和升级，发挥“灯塔制造网络”的效能，利用新升级的产线及设备提高生产效能，降低产品

生产成本，不断提高产品盈利能力，以获得整体经营有质量的复苏。

资料显示，中集车辆在过去六年，已经投资兴建和升级了超过二十条灯塔产线。接下来中集车辆会积极筹备灯塔工厂的升级版：灯塔制造网络，构建 1#-5# 半挂车在中国的跨地区运营网络，加快产品投放市场的速度，提高 LTP 核心生产设备的利用率，长远有效地将全球半挂车业务有效地联结在一起，为中集车辆业务发展提供保障。

未来，中集车辆将深化“高端制造体系”和“管理新基建”的建设，发展“产品+服务+金融”的创新商业模式，并积极在全球市场进行业务整合，降低全球地缘政治对公司的影响，以推动在跨洋经营版图下六大业务或集团的稳健发展。



中集车辆市场份额进一步提升 长期投资价值凸显

来源：《格隆汇》 2022年04月27日



作为全球半挂车和专用车高端制造的领导者，中集车辆的举动备受关注。4月26日晚间，中集车辆发布2022年一季度业绩报告，实现营业收入5,132.3百万元；实现归母净利润124.5百万元；在全球销售各类半挂车、专用车上装以及轻型厢式车厢体合计33,205辆/台套。

在全球地缘冲突、通胀加剧、原材料与大宗商品价格高涨、各地疫情反复等诸多挑战下，中集车辆业绩短期波动，但是其依托以“灯塔”工厂为导向的高端制造体系、跨洋经营等优势，积极捕捉冷链和新能源的发展机遇，不断提升细分市场份額，也让外界看到强者恒强的实力及穿越周期稳健成长的韧性。

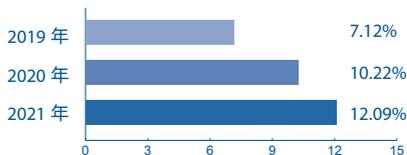
跨洋经营优势显现 全球市场占有率稳步提升

过去半挂车产业集群规模小，地域性分布明显，但如今随着行业标准的明显提升，竞争格局也从极度分散走向集中，龙头企业正凭借规模、技术、产品等优势成为受益者。中集车辆过去数年的发展，恰好证明了这一结论。

尤其是去年以来，国内疫情反复导致物流运输受阻、全球通胀与原材料价格持续上涨，导致制造业企业经营承压。基于此，中集车辆主动出击，通过“高端制造体系”赋能，深化当前全球化背景下的“跨洋经营，当地制造”的经营模式，并最大程度地发挥公司在全球23家生产工厂和10家组装工厂的生产能力、装配能力、全球供应链管理能力和全球配送的物流管理能力，目前已形成具有核心竞争力的跨国运营格局。

同时，中集车辆积极进行战略升级，成立了六大业务或集团，打破经营孤岛，形成了从战略、运营到协同发展的全方位管理，进而提升公司抗风险、抗周期的能力。

过去一年，六大业务或集团均取得不俗的成绩，中集车辆的全球领先地位进一步提升。根据2021年《Global Trailer》公布2021年全球半挂车生产企业按产量排名的数据，中集车辆连续9年蝉联全球第一。国内市场方面，据中国汽车工业协会数据显示，2019-2021年，中集车辆及其下属子公司的半挂车产品在全国市场的占有率依次为7.12%、10.22%、12.09%，在全国同行业产量排名均为第一位，且市



场份额进一步提升。中国汽车工业协会数据显示，中集车辆的混凝土搅拌车销量连续5年全国第一，占有率达29.3%。海外市场方面，北美的冷藏半挂车排名北美市场第三；SDC稳居英国市场第一，市占率达27.5%。

今年一季度，疫情反复使国内物流运输受阻，导致中集车辆产品订单交付滞后，影响了收入表现。例如，强冠业务集团受国五切国六影响业务表现放缓；灯塔先锋业务和太字节业务集团受疫情影响订单交付滞后。但是，受用挂运输、新能源、乡村振兴、冷链物流等政策利好，半挂车、专用车、冷链车等市场迎来了新的发展机遇。中集车辆也将把握国内物流运输恢复以及政策利好的契机，积极拓展业务，获得有质量的增长。

值得一提的是，中集车辆的海外业务一季度表现亮眼。其中北美业务受益于北美市场的半挂车需求持续释放，收入同比大幅提升108.8%；欧洲业务在全球地缘冲突影响下危中有机，销量与收入稳步提升。

多家研究机构看好中集车辆的发展。近期中信证券发布研报称，中集车辆半挂

车销量连续9年全球第一，行业地位稳固，且公司海外市场布局完善，有望受益于海外经济的复苏与相应的刺激计划，在欧美市场的市占率亦有望进一步提升。中金公司研报也认为，全球半挂车、专用车上装行业市场广阔，中集车辆作为已经具备一定优势的龙头企业，综合市占率提升空间较大。

瞄准冷链和新能源赛道 高成长逻辑清晰

在扩大市场份额的同时，中集车辆也将更多资源倾注到了长远竞争力的建设中。从其瞄准冷链和新能源赛道来看，均是在国家重点发展下高速增长领域，中集车辆高成长逻辑仍然清晰。

冷链物流真的“热”起来了，行业重磅政策持续落地。去年12月，国务院办公厅印发《“十四五”冷链物流发展规划》，要求布局建设100个左右国家骨干冷链物流基地；国家发改委印发《国家骨干冷链物流基地建设实施方案》，对“十四五”时期国家骨干冷链物流基地布局建设作出系统安排；今年2月，中华全国供销合作总社发布《“十四五”公共型农产品冷

链物流发展专项规划》，对农产品领域的冷链物流进行布局；4月，交通运输部等五部门联合发布《关于加快推进冷链物流运输高质量发展的实施意见》：提出培育冷链运输骨干企业，打造一批知名冷链运输服务品牌。此外，浙江、山东多地也相继出台政策大力发展冷链物流，并提出积极培育行业龙头企业。

伴随着系列利好政策的出台，冷链物流领域将迎来黄金发展期。据《“十四五”冷链物流发展规划》规划，2020年我国冷链物流市场规模超过3,800亿元，预计到2025年，我国冷链物流市场总规模约为9,154亿元，比2020年提升140.89%。



2020年我国冷链物流市场规模超过
3,800亿元

预计到2025年，我国冷链物流市场总
规模约为**9,154亿元**



面对行业机遇，太字节业务集团推出了“太字节”品牌，积极优化冷藏厢体和干货厢体的产能布局，一方面聚焦于“6+1”重点品类（肉类、水果、蔬菜、水产品、乳品、速冻食品等主要生鲜食品以及疫苗等医药产品）的冷链物流运输；另一方面还推出了主要用于城市物流配送的干货厢体。此外，在技术上，中集车辆研发创新了新一代冷藏厢式K2双模发泡制板技术，拥有完全自主产权，是在冷藏发泡技术及生产装备上的重大突破。由此可见，太字节业务集团未来足以成为公司新的业绩增长点。

除了冷链物流外，新能源市场也是一大亮点。今年政府工作报告提出“继续支持新能源汽车消费”，叠加蓝牌新规等政策的加持，新能源商用车市场需求有望持续释放。中汽协数据显示，2021年新能源商用车销量为18.6万辆，同比累计增长54%。终端上牌数据显示，今年1-3月新能源重卡累计销售4,720辆，同比增长661%。

面对新能源商用车市场的蓬勃需求，中集车辆紧抓机遇抢先布局，深化与主机厂联合发展战略，投入新能源城市渣



2021年新能源商用车销量为

18.6 万辆

今年1-3月新能源重卡累计销售

4,720 辆



土车产品的研发与推广，持续提升产品竞争力。目前中集车辆已开拓了新能源纯电动渣土车业务，成功研发纯电动渣土车上装、纯电动矿用车上装、纯电动砂石料运输车上装、纯电动运煤车上装等，有望带来更多的订单。

未来，中集车辆将通过持续深化打造高端制造体系、管理新基建，发展“产品+服务+金融”的创新商业模式，

以及积极拓展业务，并按计划对“灯塔”工厂进行建设和升级，发挥“灯塔制造网络”的效能，不断提高产品盈利能力，从而获得跨洋经营版图下六大业务或集团的高质量发展。或许正是中集车辆业绩增长可预见性强，强者恒强的投资逻辑不变，才能在当下波动的资本市场上，以低估值的性价比优势被投资者关注。



中集车辆发布2022年中报： 上半年营收112.0亿 海外市场收入 显著增长59.2%



营业收入

112.0 亿元

归属于母公司股东的净利润

3.7 亿元

8月26日，作为全球半挂车和专用车高端制造的领导者，中集车辆(301039.SZ/01839.HK)举办了2022年中期业绩发布会。

中集车辆2022年中报显示，2022年上半年，中集车辆实现营业收入112.0亿元(单位：人民币，下同)，归属于母公司股东的净利润3.7亿元；总资产与归属于上市公司股东的净资产分别达223.8亿元及117.7亿元，较2021年末分别提升2.7%及0.2%；海外市场高歌猛进，收入同比显著增长59.2%，北美市场与欧洲市场营收分别增长115.2%以及6.4%，全球半挂车产品毛

利率同比提升0.5个百分点，跨洋经营优势凸显，全球的领先地位进一步提升。

具体到六大业务或集团，2022年上半年，灯塔先锋业务保持稳健的盈利能力；北美业务积极把握跨洋经营的增长契机，收入与盈利水平双双显著提升；欧洲业务实现战略突破，获得有质量的增长；强冠业务集团突破多个不利因素的影响，主力产品保持领先地位；城市渣土车业务持续研发并推出新能源产品；太字节业务集团高端制造生产基地基本建成，产能逐步释放。



业绩韧性凸显 经营质量提升

2022 年上半年，全球疫情反复，国内外经济形势更为错综复杂，不确定性和紧迫性交织在一起成为新常态。在中国商用车市场整体下行的背景下，中集车辆积极贯彻落实各项战略举措，整合公司优势资源，推动六大业务或集团的布局，并采取一系列开源及成本控制措施，实现毛利率同比提升 1.1 个百分点达 11.2%。

同时，中集车辆海外业务的强劲表现在一定程度上弥补了国内专用车业务的淡静。2022 年上半年，公司经营性现金流状况较 2021 年下半年环比大幅改善，充分彰显了公司的经营韧性。

跨洋经营战略不断验证 海外业务表现强劲

具体来看，受政策和市场双重因素驱动，中国物流与交运行业加速整合，中国半挂车行业面临升级迭代，进一步向规模制造转型。基于公司“灯塔制造网络”战略，灯塔先锋业务加快数字化升级，通过产线优化和地域规划，充分发挥“灯塔”工厂效能，实现业务突破。2022 年上半年，灯塔先锋业务收入达 2327.1 百万元，旗下“挂车帮”公司成功完成 A 轮融资。

北美业务方面，北美物流运输以及半挂车市场摆脱疫情影响，开始全面复苏，北美半挂车市场呈现供不应求的局面。中集车辆凭借跨洋经营优势，积极落实北美业务的战略举措，通过集中采购以及数字化全球供应链管理，把控全球物流配送成本，优化本地生产制造的布局，克服了全球供应链“大塞车”的影响，盈利再创历史新高。2022 年上半年，北美业务表现亮眼，三大主力产品量价齐升，带动营业收入大幅增长 151.6% 至 4628.9 百万元，毛利率提升 4.0 个百分点，盈利水平显著提升。



值得一提的是，三大主力产品之一的北美冷藏半挂车市场需求持续走高。中集车辆积极把握市场增长契机，释放了北美业务的冷藏半挂车产能。利用已经建立的高端制造体系网络，北美业务形成了灵活、可靠、低成本、近距离的产品交付网络，积极满足北美客户的产品交付需求。2022 年上半年，北美冷藏半挂车收入同比大幅提升 189.4%，毛利率同比提升 3.0 个百分点。

欧洲业务方面，在跨洋经营战略的指引下，SDC 积极完善本地化“灯塔”工厂的产线，完成了位于英国 South Hampton 先锋制造工厂以及英国 Mansfield 制造工厂的产线升级与建设，扩大产品模块化设计与标准化的生产，基本完成高端制造体系的构建，大幅提升了生产效率和产能。2022 年上半年，欧洲业务战略计划成效显著，收入提升 14.1% 至 1272.0 百万元，获得有质量的增长。





强冠业务集团方面，受中国基建与房地产投资增速放缓、排放标准切换、市场需求提前释放、行业同质化竞争加剧等叠加因素影响，重卡市场终端需求持续低迷。尽管市场低迷，但强冠业务集团将挑战化为机遇，持续完善“灯塔制造网络”，发挥三大生产基地的协同优势，不断深耕细分市场，围绕产业链延伸、整合上下游的资源优势。2022年上半年，强冠业务集团收入达2142.2百万元，毛利率同比提升0.8个百分点。

城市渣土车业务方面，城市渣土车业务积极进行产品优化与转型，深化与主机厂联合发展，持续发力新能源重卡领域。2022年上半年，城市渣土车业务收入达478.5百万元。

太字节业务集团方面，通过引进北美冷厢技术和欧洲干厢技术，太字节业务集团不断消化吸收、创新提升，建成了具有国际先进水平的冷藏厢体和高自动化的干货厢体灯塔产线，推进“灯塔制造网络”体系的落地。2022年上半年，太字节业务集团收入达130.5百万元。



强冠业务集团收入达
2142.2 百万元

城市渣土车业务收入达
478.5 百万元

太字节业务集团收入达
130.5 百万元

推进新能源产品研发，助力“双碳”战略

随着“双碳”战略及国家新能源政策的推进，新能源商用车的渗透率持续提升。中集车辆积极推进新能源产品研发与创新，推动道路运输装备行业高质量发展，助力国家“双碳”战略目标的实现。

在新能源产品创新方面，中集车辆积极研发新能源轻量化城市渣土车，产品采用超高强度耐磨钢，保障轻量化工艺的实现，并匹配新能源底盘，在



轻量化、耐用、耐腐蚀以及载重能力拥有领先优势；同时，中集车辆推出纯电动矿卡，产品采用先进“ERS”技术，实现“重载下坡”能量回收，能耗节约率超过 85%，搭配线控底盘，实现长续航能力；在混凝土搅拌车方面，中集车辆以市场需求为导向，开发了多款新能源纯电动包括充电与换电型的混凝土搅拌车产品，以小容量的电池，提供搅拌罐的旋转动力，节能减排，降低成本；在城市配送车以及冷藏厢式车方面，中集车辆积极联合主机厂开发新能源冷藏车，实现厢体上装底盘减重 1000KG 以上。

同时，公司开拓新能源和自动驾驶场景下的创新商业模式，围绕快速发展的新能源重卡、区域自动驾驶以及专线编队行驶等的发展趋势打造轻量化、长寿命的半挂车解决方案，使客户对产品的选购由价格转化为价值导向，与客户建立紧密的合作关系，形成以技术、业务和投资为一体的创新探索方向，占据在新能源商用车市场上的发展先机。

深化六大业务或集团的战略布局 推动高质量发展

展望 2022 下半年，中国经济进入“新常态”，由高速增长阶段转向高质量发展阶段。经济结构从“增量扩能为主”，转向“调整存量、做优增量”，经济发展动力从“依靠资源和低成本劳动力”转向“创新驱动”。随着稳增长政策的持续发力、基建项目的加速落地、供应链和物流运输的有序恢复，多重积极因素将支撑中国经济稳步复苏，制造业下游企业的利润将有望改善。

面对新机遇与新挑战，中集车辆管理层将积极贯彻落实各项战略举措，整合公司优势资源，在坚持跨洋经营优化效率的同时，积极布局当地制造，加大在市场所在国和所在地的产品装配、交付、售后服务和金融服务能力，深耕和扩大本土化品牌的影响力，立志长久地植根当地市场。公司也将扩大在全价值链的盈利能力，增加在

全生命周期的获利机会，以保证六大业务或集团的稳健发展。

未来，中集车辆将持续建设高端制造体系，积极深化六大业务或集团的战略布局，通过产销协同，实现国内细分市场份额的进一步提升，使海外半挂车品类在北美市场、欧洲市场以及新兴市场取得竞争优势，在全球的领先地位进一步提升。

同时，中集车辆将按照六大业务或集团的核心举措和资源来夯实主业，通过高质量的产品与服务、强创新力、强需求捕捉率以及品牌影响力、网络化与智能化的生产组织方式以及完整的产业体系，加快推进有利于提高资源配置效率的改革、积极实施标准化战略及完善“发展成果”考核评价体系，探索高质量发展的新路径。



年度大事记

1 中集车辆旗下“挂车帮”完成超1亿元A轮融资

2022年3月，中集车辆旗下半挂车分时租赁和全生命周期管理服务江蘇挂车帮租赁有限公司（以下简称“挂车帮”）完成A轮融资，合计引入人民币超1亿元。本轮融资将用于支持挂车帮现有业务的发展，补充流动资金，加速商业模式推广。

此次A轮融资引入的战略投资者有中央企业乡村产业投资基金股份有限公司、德威资本下属子公司佳汇创德与佳汇创越以及深圳市投控东海中小微创业投资基金等。

本次A轮融资的顺利完成，标志着资本市场对挂车帮在半挂车分时租赁和全生命周期管理服务赛道发展潜力的高度认可。展望未来，挂车帮将在股东支持下，持续围绕用户使用场景，打造差异化的“高端制造+增值服务+金融管理”一站式产品全生命周期解决方案，构建“不持有、享拥有”的挂车租赁全新生态服务体系，推动物流运输行业高质量发展。



3 第四家！中集车辆旗下瑞江罐车获评国家级“绿色工厂”

2021年12月，国家工信部网站发布《2021年度绿色制造名单公示》，中集车辆旗下子公司瑞江罐车成功入选国家级绿色工厂。

截止目前，中集车辆旗下共有4家国家级绿色工厂：西安中集、驻马店华骏车辆、东莞专用车、瑞江罐车；2家省级绿色工厂：甘肃华骏车辆、扬州通华；1家国家级绿色供应链示范企业：瑞江罐车；1家省级绿色供应链管理示范企业：驻马店华骏车辆。

未来，中集车辆将持续践行低碳、绿色制造，全面打造高端制造体系，积极助力交通运输绿色低碳转型，为中国可持续交通发展贡献自己的一份力量。



5 中集车辆与山东汽车达成战略合作

2021年9月15日，中集车辆与山东汽车战略合作签约仪式在山东莱阳正式落地。物流运输厢式化趋势下，双方通过合作将实现优势互补，创新发展，共同取得市场突破。



6 中集车辆连续九年蝉联全球半挂车第一

2021年9月，《Global Trailer》公布了2021年全球半挂车生产企业按产量排名的数据。中集车辆已连续九年蝉联全球半挂车生产企业排名第一。

RANK	GM	COUNTRY	TOTAL PRODUCTION	2020 RESULT	2020 RANK	CHANGE	MOVEMENT
1	CIMC Vehicles Group	China	163,706	149,740	1	7%	< >
2	Schmitz Group	Germany	89,117	86,124	2	4%	↑
3	Great Dane	US	48,451	50,500	4	-4%	↑
4	Krone	Germany	45,000	37,119	6	17.00%	↓
5	Wabash National	US	36,400*	43,100	5	-19%	< >
6	Bruders Formel	US	33,200*	26,000	2	-42%	↓
7	Utility Trailer Manufacturing	US	33,200*	18,900	3	-14%	↓
8	Randon	Brazil	31,434	24,260	7	26%	↓
9	Weyton Group	Ireland	20,200	17,492	8	15%	↓
10	TIRACN Group	Turkey	15,440	10,110	11	34%	↑

2 助力北京冬奥会！中集车辆亮出多款硬核装备

2022年2月，北京冬奥会成功举办。期间，中集车辆凭借在专用车上装、冷链运输等方面的领先优势，为北京冬奥会提供雪蜡车底盘系统、66台配餐冷藏车等多款硬核装备，以科技创新助力冬奥会，同时推动道路运输装备行业高质量发展，赋能中国体育事业、助力“中国制造2025”战略落地。



4 中集车辆ERP1.0项目正式启动

2021年9月27日，中集车辆ERP1.0项目启动，将开启5大基石中报表2022项目的数字化进程，进一步提升预算和资金系统的数字化管理的程度。



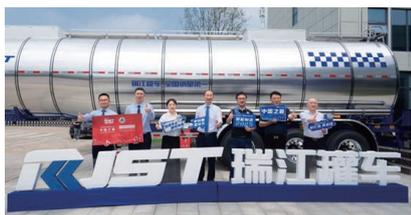
7 3家子公司已获评国家级专精特新“小巨人”

2021年9月，中集车辆旗下2家子公司，中集车辆（江门市）有限公司和驻马店中集华骏铸造有限公司入选国家工业和信息化部发布的第三批专精特新“小巨人”企业名单。此前，中集车辆的另一家子公司甘肃中集华骏车辆有限公司于第二批入选。



8 瑞江罐车“灯塔”工厂竣工投产

2021年8月28日，瑞江罐车“灯塔”工厂竣工投产暨2022款新品批量下线仪式隆重举行。瑞江罐车将以“用户体验”为着力点和落脚点，持续引领中国自主专用车品牌迈向国际化新征程、打造世界一流罐车冠军。



11 中集车辆旗下陕西中集开业

2021年5月28日，中集车辆（陕西）汽车有限公司在陕西宝鸡举行陕汽中集专用车合作项目开业庆典，合作项目成立标志着主机厂和专用车上装生产企业深度捆绑，依托双方优势资源，携手迈向中国专用车发展的新时代。



14 “中集灯塔”品牌正式发布

2021年3月27日，中集灯塔品牌发布会在东莞举行。东莞中集将打造国内高端厢式半挂车制造基地，以“中集灯塔”为品牌，聚焦厢式化产品，为国内客户提供“自重轻、颜值高、性价比高、寿命长、维护易”的厢式化系列半挂车。



9 中集车辆登陆深交所创业板 成为创业板注册制首家A+H上市公司

2021年7月8日，中集车辆正式登陆深交所创业板，实现A+H两地上市，成为“A+H”的全球半挂车和专用车高端制造第一股；同时，中集车辆也是创业板注册制以来首家A+H股的上市公司。



12 中集车辆数字化供应链系统上线

2021年4月，中集车辆数字化供应链EPS系统上线，数字化供应链是在2020年高端制造体系四大基石上新增的基石，进一步丰富了高端制造体系的内涵。



15 中集车辆加拿大新冷藏半挂车组装工厂正式投产

加拿大时间2021年2月25日，中集车辆旗下中集加拿大冷藏挂车有限公司的加拿大冰川项目(Canadian Glacier)新组装工厂第一辆新车下线并正式投产，跨境经营布局进一步优化。



10 凌宇汽车天启项目工程二期正式亮相

2021年5月，凌宇汽车天启项目二期正式投产，投产后的二期在环保、效率、制造速度上都有大幅提升，天启项目二期的自动化改造，在行业中具有开创性和先行性，是凌宇汽车在“中国制造”迈向“中国智造”的进程中树立的新的标杆。



13 中集车辆发布“太字节”品牌

2021年4月16日，中集车辆太字节品牌发布会在江苏镇江举行。镇江TB发布的“太字节”品牌的冷厢厢体与干货厢体产品，主要用于城市生鲜食品配送及城市物流配送。这也是中集车辆捕捉轻型厢式车厢体发展契机，推动城市物流配送转型升级的重要举措。



16 中集车辆北美CRTI POLAR BEAR 冷藏半挂车生产工厂正式投产

2021年1月18日，中集车辆旗下中集美国冷藏半挂车有限公司Polar Bear项目新工厂第一辆新车下线并正式投产。新工厂采用中集车辆“灯塔”工厂生产模式，大幅提高生产效率和原材料利用率，提升产品品质和服务，未来将给北美客户带来更好的用户体验。



2021年度车型

车型1

K2新一代双模发泡高性能冷藏厢式车

推荐品牌：

太字节业务集团

亮点介绍：

中集车辆于2021年4月16日正式发布太字节厢式车品牌，产品主要包括冷藏厢式车厢体与干货厢式车厢体，用于城市生鲜食品配送及城市物流配送，这是中集车辆捕捉国内轻型厢式车厢体发展契机，通过高端制造体系推动城市物流配送转型升级的重要举措。

这款由TB太字节全新打造的K2新一代双模发泡高性能冷藏车，采用业界最先进的开闭一体的发泡制板技术，配合高精度温度控制系统，制板发泡效率较传统注入式发泡提升40%以上。此外针对国内市场全新开发了环保聚氨酯发泡材料，保温性能相较传统聚氨酯板材提升5%-10%。配以食品级热塑板及金属预涂板、高性能玻璃钢蒙皮等配置，为客户提供多方位冷藏车解决方案，继续引领国内高性能冷藏厢式车发展。



车型 2

2022 款不锈钢液罐半挂车

推荐品牌：

瑞江罐车

亮点介绍：

2021 年 8 月 28 日，瑞江罐车灯塔工厂竣工投产暨 2022 款新品批量下线仪式隆重举行，在已进入投产阶段的全新灯塔工厂里，瑞江罐车实现了行业首创的“筒体自动组对”技术，高精度组对使筒体应力有效释放。瑞江罐车也被评定为国家级绿色工厂和国家级绿色供应链示范企业。

这款 2022 款不锈钢液罐半挂车采用第四代无副梁全承载欧式结构、欧洲轴荷分布和中轴线技术，车辆重心更低、行驶更稳定，罐体受力更均匀，可实现 400 公斤以上整车降重以及超过 13% 油耗降低。整车重量打破行业最轻纪录，获得上海大世界基尼斯官方“最轻的不锈钢液罐（容积 47 立方米）半挂车”中国之最认证，是目前中国不锈钢液罐车（容积 47m³）中质量最轻的产品。



车型3

凌宇汽车纯电动搅拌运输车

推荐品牌：

凌宇汽车

亮点介绍：

“天启工程”是凌宇汽车产线升级暨绿色化改造项目，作为全面打造制造体系的关键一环，该项目适应性采纳工业 4.0 的思维，经智能制造及工业互联网深度融合，对原有制造工厂进行智能化升级改造，最终实现“以生产商用车的方式生产专用车”。

凌宇汽车联合一汽解放全面推动“油改电”重点项目，成功联合研发纯电动搅拌运输车，这款车整车各档速比级差分配合理，电池容量大，续航里程长；电机功率大，动力充足；安全节能，经济环保。智能制造，使用激光下料，自动化焊接，自动喷粉，智能总装。



车型4

通华先锋系列冷藏半挂车

推荐品牌：

通华“先锋系列”

亮点介绍：

扬州通华数字化半挂车灯塔工厂是中集车辆在华东地区核心的半挂车生产制造工厂，主力生产“先锋系列”以及“通华”品牌的厢式半挂车、冷藏车等第二代半挂车产品。

这款“通华先锋”三轴冷藏半挂车长 13.6m、宽 2.6 m、高 4m，总质量 40t，含冷机自重 8.3t，容积 84 m³。整车采用 KTL 电泳 + 喷粉，厢体前部及制冷机组前罩采用大弧度低风阻设计，厢体采用世界先进的美国冷藏厢体生产工艺，加上先进的铆接工艺及高性能密封材料，地板与骨架一体式结构，厢内顶部的 I 型风道，厢内固货装置及多温舱选项，以及注入式聚氨酯发泡工艺，国际领先的行驶、制动及支腿系统，和大容量厢体，而具有广泛的用途；特别适合运输托盘化的冷冻肉类食品、海鲜食品，以及其他种类的冷藏食品。



车型 5

VANGUARD 轻量化冷藏半挂车

推荐品牌:

VANGUARD

亮点介绍:

2021 年 1 月，中集车辆旗下冷藏半挂车 Polar Bear 项目新工厂第一辆新车下线并正式投产，新工厂采用中集车辆“灯塔”工厂生产模式，大幅提高生产效率和原材料利用率，提升产品品质和服务，跨洋经营布局进一步优化。

这款北美轻量化冷藏半挂车整车采用厢体承载式结构 (Monocoque)、无纵梁，骨架采用高强度铝型材，外板采用烤漆铝板，内板采用热塑复合板，经过多年的优化升级，标准车型重量轻至 12450lbs。高性能 LBA 发泡材料，为良好的绝热性能提供基础。地板后端增强、内侧顶角封升级。

自重轻、保温性能好、寿命长，各项关键指标均处于行业第一梯队的水平，持续赢得客户的信任和市场的青睐。



车型6

法规版新能源轻量化自卸车

推荐品牌：

驻马店华骏

亮点介绍：

这款法规版新能源轻量化自卸车，整车车厢采用 TUX 止裂耐磨钢，底架、副梁及相关附件材质全部升级为 S 系高强钢，强度更高，韧性更强，更耐冲击，有着液压系统升级、顶盖系统升级、箱体密封系统升级、安全系统更智能等多优势。

值得一提的是，驻马店华骏的“灯塔”工厂始建于 2017 年，2018 年 4 月投产。高端制造体系下，驻马店华骏 2020 年生产效率提升大约 33%，人均产值提升大约 27%，日工作时长缩短 1.5 个小时。绿色合规指标中，VOC（挥发性有机化合物）排放接近于零，废水达到地表四级水标准（可以养金鱼），67% 废水回用，涂装材料利用率超过 97%。驻马店华骏也被评定为国家级绿色工厂和省级绿色供应链管理示范企业。



车型7

中集江门混凝土搅拌运输车

推荐品牌：

中集江门

亮点介绍：

2013年，中集江门与宝钢集团联合研发一款“超级耐磨钢”。经过数年的坚持与努力，中集江门让这块钢板从过去的6mm厚降为3mm厚，整车整备质量更轻，实现了更轻薄但更耐磨、使用寿命更长，相较同规格整车重量可减轻800公斤，钢材生产所带来的碳排放减少1.6吨，同时每百公里油耗可节省约5升。中集江门也被国家工信部评定为国家级专精特新“小巨人”企业。

中集江门生产的混凝土搅拌运输车，与国内各大主机厂强强联合，实现一体化设计和服务；采用超级耐磨钢BW300TP材料，具有自重轻、强度高、油耗低等特性；内部采用双螺旋对数螺旋叶设计，卸料快，残余率更低、更安全；全车可配备智能运输系统，实行全程监控。



车型8

智能环保渣土车

推荐品牌：

中集陕汽

亮点介绍：

中集陕汽作为中集车辆在西部的重要布局，融合了中集车辆全球研发背景、高端制造能力，以及陕重汽的品牌优势、渠道体系，是西北地区领先的专用车生产基地。

这款联合主机厂研发的智能环保渣土车已畅销国内 21 省市，成为上海、深圳、广州、杭州、宁波、西安等城市渣土运输主力车型。整车通过对车辆的举升、颠簸路况、转弯路况、介质砸落等的智能分析，生成了能够充分发挥产品性能的设计方式；密闭篷布系统、搭配后门全密封 + 后门带密封胶条 + 后门液压锁紧形成双重密封结构防止行驶过程“抛、洒、漏”对环境造成的污染；采用超高强度耐磨钢，保障了轻量化的工艺实现；可匹配燃油、新能源底盘，轻量化、节油、耐用、耐腐蚀、载重能力遥遥领先。





车型 9

低鞍座主挂一体厢式智能半挂车

推荐品牌：

中集灯塔

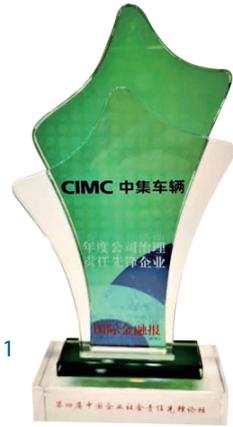
亮点介绍：

东莞中集作为中集车辆旗下首个“灯塔”工厂，于 2019 年 7 月获评国家级绿色工厂。东莞中集将打造国内高端厢式半挂车制造基地，以“中集灯塔”为品牌，聚焦厢式化产品，加大模块化设计投入，为国内客户提供“自重轻、颜值高、性价比高、寿命长、维护易”的厢式半挂车。

这款低鞍座主挂一体厢式智能半挂车，箱高由 2.76m 提升至 3m，容积提升 9%，激光切割，加工精度控制在 0.02mm 以内，机器人焊接，焊道饱满，电泳烤漆，行业唯一，侧裙和底整流空气动力学套件，超低风阻更省油，主动安全 - 全方位“星光守护”，为出行保驾护航，高效运营智能量方，车辆动态实时监控，助力车队“多拉快跑”。



年度奖项



1

—— 国际金融报 ——

中集车辆荣膺“2021 年度公司治理责任先锋企业”奖



—— 智通财经 ——

中集车辆荣获第六届“最佳 IR 团队奖”
“最具价值工业制造公司”



—— 格隆汇 ——

中集车辆荣获 2021 年“年度最具品牌价值奖”



—— 路演中及卓越 IR ——

中集车辆荣获 2021 年“最佳资本市场沟通奖”
“最佳股东关系奖”



每日经济新闻

中集车辆 CEO 兼总裁李贵平荣获 2021 年“最佳 CEO”奖项
“高端制造产业最具成长上市公司”



新财富

中集车辆创业板 IPO 项目荣获第 15 届新财富“最具创造力项目”



景 show 前程

中集车辆荣获 2021 年“景 show 前程”最佳投资者关系视频短片奖



凤凰网

中集车辆荣获 2021 年“最具投资价值品牌”

中集车辆登陆央视 《焦点访谈》栏目： 践行习总书记经济思想， 坚持跨洋经营当地制造

来源：《焦点访谈》 2022年7月26日

《习近平经济思想学习纲要》出版发行一个多月以来，在全国各地引发了热度。7月26日，央视《焦点访谈》就《习近平经济思想学习纲要》做了专题报道。位于深圳的中集车辆，作为首批申请创业板注册制的上市企业代表，登陆了央视《焦点访谈》。



2019年以来，在建设中国特色社会主义先行示范区综合改革试点的过程中，深圳以习近平经济思想为引领，推动综合改革试点落地，其中一项就是实施创业板改革并试点注册制，中集车辆成为首批申请创业板注册制的企业，从提交应用到上市成功，仅仅花了15个月。

中集车辆首席执行官兼总裁李贵平表示，“创业板改革并试点注册制，给中集车辆带来了重大的战略机遇。在过去一年，我们进一步完善了治理架构，凝聚了全球13,000多名员工的心”。

成功上市为企业在全球布局高端制造体系，奠定了坚实的基础。公司目前在境内外已建成代表高端制造标杆的“灯塔”工厂22座。

2021年中集车辆实现产值267亿元，进一步巩固了全球半挂车行业第一，以及国内专用车行业第一的地位。

李贵平指出，在学习《习近平经济思想学习纲要》时，总书记提出发展更高层次开放经济的发展观，我们在坚持跨洋经营优化效率的同时，积极布局当地制造，立志长久地植根当地的市场。



连续多年领先全球， 中集车辆炼成隐形冠军， 掌门人李贵平详解升维战法

来源：《新财富》 2021年08月



深耕半挂车和专用车市场的中集车辆，兼收并蓄和高端制造是发展的关键词。

在总裁李贵平主导之下，其先在国内收购头部企业，又在欧美收购市场高端玩家，消化、整合、改造、提升，然后迅速做大，连续多年坐稳半挂车全球第一宝座。

完成经营布局的中集车辆，又从追求市场份额转向高质量发展，从建设“灯塔”工厂开始，全面升级“高端制造体系”，并在2019年于H股上市之后，2020年开始冲击创业板，旨在通过资本市场助力，在市场需求扩大、集中度提升之际保持竞争优势。

当下，海外多国疫情严峻，集装箱堆积如山，导致亚洲集装箱集体涨价、一箱难求，身为全球最大集装箱生产企业的中集集团(000039/02039.HK)也备受瞩目。

事实上，中集集团引人关注的不止于此，其旗下中集车辆(01839.HK)即将回归A股，也颇受市场关切。尤其值得一提的是，2019年开始，中集集团的第一大收入来源已由起家的集装箱业务，让位于道路运输车辆，后者主要由中集车辆贡献。

其不仅自2013年起连续蝉联全球半挂车销量第一，在2020年新冠疫情叠加

贸易冲突，国内制造业普遍受到冲击之下，中集车辆却逆势增长，收入创下历史新高。

眼下，中集车辆创业板IPO已经拿到注册批文，有望成为半挂车“A+H”第一股，其首席执行官兼总裁李贵平，也将迎来自己职业生涯的又一光辉时刻。

出生于1965年的李贵平，1987年加入中集集团，在机场设备、集装箱、专用车等不同细分领域的切换中，度过30多年的职业生涯。2002年，中集车辆开始正式进入半挂车领域，此后李贵平加入中集车辆，并于2010年3月出任总经理，2018年1月担任董事、首席执行官兼总裁。他将自己在中集车辆18年的经历，看作又一次创业。

创办十年成就行业隐形冠军，半挂车销量连续多年全球第一

中集车辆前身深圳天达重型机械有限公司，1996年6月注册成立，注册资本100万美元，中集香港为第一大股东，持股比例为45.9%。

2002年，中集车辆开始发展半挂车及专用车上装制造业务，2019年7月登陆港交所主板。目前，其是全球范围内唯一在中国、北美和欧洲三大主要市场都有产品投放的半挂车制造商，旗下拥有美国Vanguard、英国SDC和比利时LAG等知名的半挂车品牌。

根据公司招股书，汽车制造业根据车辆的不同用途和车型，可分为乘用车制造业和商用车制造业。商用车制造业又可以进一步分为专用车制造业、半挂车制造业等细分领域。

半挂车本身无动力，依靠主车牵引，可以运输体积大且不易拆分的大型工程机械、货物、集装箱等。

与“单体式”汽车相比，用半挂车进行货物长途运输，运输效率可提高30-50%，成本降低30-40%，油耗下降20-30%。因此随着物流市场的发展，半挂车也成为公路长途运输的主流，获得迅速发展，并成就了中集车辆世界级的半挂车业务。

2002年试水半挂车业务之后，中集车辆便通过不断投资扩产+收购，迅速扩

大产能、拓展产品线并建立复合品牌，在十年间成就半挂车业务全球冠军：

2003年5月，其出资3,360万元收购山东临工和美国太平洋所持有的济南考格尔特种汽车42%和6%股权，间接成为考格尔第一大股东。2002年，考格尔销售各种专用车1,576辆，是行业内重点企业。

2003年6月前，收购扬州通华和扬州兴华机械51.5%股权；同时对其分别增资4,359万元和641万元，成为绝对控股股东。

2004年4月，对驻马店市华骏车辆有限公司增资1亿元，持有其51%股权。华骏车辆半挂车产销量2002年和2003年连续两年居全国同行业第一位，国内市场占有率达10%。

通过连续收购扬州通华和华骏车辆，中集车辆一举成为国内最大的专用车生产商。2007年，其又陆续收购洛阳凌云、芜湖瑞江、中集东岳，进一步丰富罐车、搅拌车、自卸车及特种车等产品品类。

结果就是，中集集团年报显示，“道路运输车辆”业务收入从2003年的0.55亿元大幅提升至2007年的92.5亿元。

国内业务飞速扩张的同时，中集车辆还将目光放到海外。

2003年5月，中集车辆以450万美元收购濒临破产的美国HPA Monon。HPA Monon曾是美国排名第五大半挂车制造商。中集将其重组为Vanguard，并打造为北美干货货车领域的领先者。

2015年，中集车辆收购比利时LAG，并在波兰建立生产基地，向欧洲市场渗透。

2016年6月，中集以9,170万英镑（约合人民币8亿多元）价格全资收购英国Retlan集团。Retlan集团产品以各类型半挂车为主，旗下有SDC和MDF两家子公司，占据英国大约八成市场份额。借助这次收购，中集顺利进入英国半挂车市场。

中集车辆还在南非、越南、马来西亚等新兴市场成立附属公司。2019年，中集车辆于港股上市时的募资，也主要投资海外。目前，其在全球拥有22家生产厂，其中海外有10家组装厂，形成“跨洋经营”格局。

一系列努力之下，中集车辆的市场份额逐步提升，自2013年起，已连续多年保持半挂车销量全球第一。

数据显示，2016至2020年，全球半挂车销量从113.8万辆微增至119万辆，中集车辆份额则从8.8%提升到11%；其收入更从146亿元增长到262.5亿元，劲增80%；净利润从7.3亿元增至11.32亿元，增长55%。



跨洋经营，当地制造

半挂车制造过程中，原材料尤其是钢材，在成本中占比较高。2020年，原材料成本占中集车辆销售成本的87.9%。规模优势，是这一行业最核心的竞争力之一。

由于多年在全球市场份额第一，中集车辆逐步构建起全球供应链优势，一方面能够通过大规模生产和采购，广泛设置维修售后网点，降低成本，提高生产效率和边际利润；另一方面，可以和全球先进供应商合作，获得关键零部件和原材料，开发更为先进的零部件产品。

为最大限度降低原材料采购成本，中集车辆还充分利用中集集团的协同议价能力，与供应商进行谈判，对改善企业盈利效果十分显著，一个明显的例子就是在 Vanguard 的扭亏为盈上。

Vanguard 是中集车辆在美国布局的重要棋子，挂车产量从 2004 年 2,910 台增长到 2006 年的超过 8,000 台，但并未脱离亏损状态。2008 年美国金融危机爆发，Vanguard 再次受到冲击，走到了命运的十字路口。

2009 年，李贵平临危受命，作为“救火队员”出任中集车辆美国董事长，从运营、供应链、管理等多方面诊断，最终提出拯救 Vanguard 的“中途岛计划”。

“中途岛计划”最重要的环节是降低采购成本。李贵平邀请长期向 Vanguard 提供核心零部件的供应商 CEO 与 Vanguard 采购团队谈判。双方在原价 2,500 美元/套的基础上多轮谈判，在谈判中，李贵平策略性地抛出“撒手锏”，提出中集全球供应链采购面向该供应商。对方最终答应降价 300 美元，让利 14%。

“中途岛计划”实施的第一年，在中集全球采购体系协助下，Vanguard 产品销售价与采购成本间差额，由每台车 3,000 美元扩大到 4,000 美元，即毛利提高 1,000 美元。到 2011 年年底，Vanguard 成功扭亏为盈。

为乘胜追击，李贵平提出“太平洋计划”，用从欧洲市场获得的新技术武装 Vanguard，全面提升其技术、服务体系和运营理念。

技术与经验共享，不只发生在 Vanguard。中集车辆与旗下海外子公司共享知识产权，欧美市场高端化的安全技术标准、设计与制造经验，也会反哺国内，比如 SDC 先进的侧帘车设计与制造技术，为中集车辆在国内中高端市场的竞争中创造先机。

中集车辆多年前收购的考格尔 (Kogel)，即后来的山东中集，有个源自德国的特殊工艺——湿式制板技术，可以制造出非常强硬的钢板，承受足够重量。

而中集车辆旗下的山东中集冷藏车，多年稳居中国冷藏车市场占有率第一。山东中集冷藏车在考格尔技术的基础上重新设计，将冷藏车上挂的猪肉从 3 排提高到 4 排，运能提高 1/3，结果产品 2020 年爆红，“订单拿到手软”。李贵平颇为自豪。

李贵平总结，实现全球化战略，技术提升和海外市场拓展确实必要，但真正关键环节则是在管理和运营上能使全球运营与当地特点很好地融合起来。为此，李贵平创造性地提出了“跨洋经营，当地制造”的经营模式。

跨洋经营，是指其境内外子公司共享设计、技术、供应链、客户资源，并通过核心部件的集中制造、内部采购，降低成本；当地制造，是指 Vanguard、LAG、SDC 等子公司，充分利用本地生产能力、商业渠道开展自主经营，在当地完成制造和销售。

面对极端环境时，“跨洋经营，当地制造”也能够灵活应对、更有韧性。

2020 年 1 月开始，新冠肺炎疫情在全球蔓延，叠加国际关系不确定性等多种不利因素，国内制造业普遍受到冲击，在国内和海外市场同时布局的中集车辆也不例外。

面对突发疫情，中集车辆管理团队积极组织复工，国内员工建立“黑夜明灯群”，随后，欧洲和美国员工陆续建立“欧洲黑夜明灯群”、“美国黑夜明灯群”。至去年 3 月，中集车辆复工率已经达到 80%。由于上半年海外市场受疫情影响不大，其在 4 个月内，完成了上半年的生产计划。

从去年三季度开始，欧美疫情尤为严重，但得益于中国市场的大幅增长，同时中集车辆北美和欧洲工厂吸收国内疫情期间复工的经验，比同行复工更早，恢复更快。最终，中集车辆 2020 年实现营业收入达 262.5 亿元，同比增长 13%，创下历史最好纪录。

2020 年，中集车辆在全球实现各类半挂车销量超过 13.1 万辆，比 2019 年增加 11.6%；收入为 135.8 亿元；毛利率为 12.9%，增加 0.3 个百分点。其中，中国市场半挂车收入 64.5 亿元，增长 46%，抵消北美、欧洲和其他市场收入显著下滑的影响。

受益于挂车新国标的实施与产品结构升级，中集车辆的中国半挂车业务毛利率达 13.6%，同比提高 1.9 个百分点，而单价更高的厢式半挂车销量同比增加 155%，也大幅高于整个板块收入增速。

同时，中集车辆专用车上装 2020 年销售 56,449 台/套，比 2019 年增加 22%，实现销售收入 101.6 亿元，同比增长 38%，首次成为“百亿级”业务。

半挂车和专用车上装两个超百亿收入业务板块，稳固了公司基本盘，保证全年业绩飘红。

从“灯塔”工厂到“高端制造体系”，实现有质量的增长

2013年，在中集车辆半挂车销量位居全球第一之后，李贵平开始思考，如何在市场份额领先的基础上，实现有质量的增长。

其结果是，近年中集车辆的三个变化：以增效作为降成本的核心手段；以数字转型作为提升盈利转化的手段；以营销变革作为提升毛利的核心手段。

其中，“灯塔”工厂更是增效与数字转型的重点之举。

“灯塔”工厂就是通过工厂的模块化、数字化、智能化建设，解决生产装备落后、技术迟滞、用工成本增加以及节能减排等难题。2015年，中集车辆在东莞启动行业首个“灯塔”工厂建设。

李贵平认为，“如果第一个做成，也有启蒙意义，用灯塔照亮未来。”因此将这种智能化、数字化工厂命名为“灯塔”工厂。

从生产模式上看，传统半挂车厂商生产规模较小，采取的模式是在需求地设立具备全流程生产条件的工厂；中集车辆采用“灯塔”工厂生产、卫星工厂组装的模式，在“灯塔”工厂完成冲压、焊接、涂装的生产流程并制成模块化的汽车组件，随后在需求地的卫星工厂进行组装。此模式下，卫星工厂则仅需安装组装设备，节省了土地、设备与人工成本；“灯塔”工厂通过自动化大幅提升生产效率，规模效应显著。

到目前为止，中集车辆在全球已经建成21家“灯塔”工厂，产品涉及7大类。跨洋经营模式下，其海外子公司也可以向中国的“灯塔”工厂采购核

心零部件，以节约成本。中信证券研报认为，中集车辆采用“灯塔”工厂生产，与传统模式相比，单车成本下降约1,000元，人员需求减少29%，人均产值增长32%。

“灯塔”作用彰显，2020年3月，李贵平又提出打造“高端制造体系”，计划3年内实现收入和盈利增量明显提升；5年内，全面贯通这一体系。

为此，中集车辆确立了升级产品模块、完善“灯塔”工厂、启动营销变革、推动组织发展这四大基石以及21个具体抓手，并加大研发投入。截至2020年末，中集车辆全球研发人员超过700名，注册专利超过1,000项。

位于河南驻马店的中集华骏，是其升级高端制造体系的一大样本。中集华骏的“灯塔”工厂始建于2017年，2018年4月投产，其中配置了带自动上下料的激光切割机组和数字化成形设备、带AGV/RGV的焊接机器人集群等灯塔化生产设施。

其骨架车侧面所有大梁立筋，可通过一套连续冲模完成，生产效率提升十倍以上；所有立筋在大梁上的位置，也由系统精确计算。

高端制造体系下，中集华骏2020年生产效率提升大约33%，人均产值提升大约27%，日工作时长缩短1.5个小时。绿色合规指标中，VOC（挥发性有机化合物）排放接近于零，废水达到地表四级水标准（可以养金鱼），67%废水回用，涂装材料利用率超过97%。

与此同时，中集车辆也在营销端发力。

半挂车行业集中度不高，市场竞争激烈，需要借助经销商推广销售。近年，中集车辆的经销收入占比持续提升，从2018年的25%增至34%。截至2020年末，中集车辆在中国有477名

经销商，由国内各品牌工厂独立进行品牌维护和客户开发，国内市场前20大主要经销商的销售额占其总经销收入的30.91%。

相比之下，专用车上装市场的主要客户则为B端的重卡生产商，规模较大且集中度高。中集车辆积极与其头部企业展开合作，从而与重点客户的深度绑定。比如，其与陕重汽合资成立了中集陕汽专用车，开展深度配套，陕重汽持股25%。陕重汽是国内重卡龙头之一，多年来都是中集车辆第一大客户，2020年为中集车辆贡献的销售金额为14.25亿元，占比5.43%。

此外中集车辆还与上汽红岩联合推出了新品牌红岩瑞江，中集凌宇则与一汽解放开展深度合作，于洛阳设立联合开发基地。

在境外，中集车辆的客户主要为大型物流公司、半挂车租赁公司等，包括欧美一流运输企业和租赁公司JB Hunt、Schneider、Milestone、TIP、DHL等，客户集中度高，对经销商渠道的依赖较低。北美市场，其主要通过直销销售冷藏半挂车，并通过直销及经销商销售集装箱骨架车及厢式半挂车。截至2020年末，北美有21家经销商。欧洲和其他市场主要通过直销销售产品，共有4家经销商。

传统营销路径之外，中集车辆近年也开始探索新零售模式，通过线上直播、24小时线上客服等形式与消费者互动。半挂车及专用车每年都有一定基础维保需求，其也计划上马新营销建设项目，通过挂车管家配件业务，连接车辆使用者与维修者，建立流量入口。

在李贵平看来，中集车辆还应拓展“产品+服务+金融”的商业模式。2017年11月，中集车辆成立江苏挂车帮租赁有限公司，为电商、干线、物流类运输企业，配租各类半挂车及载货箱

体，并提供上牌、保险、售后等全产业链服务。从产品向服务和金融延伸，中集还需要更多实践验证。

三大增量市场

内生增长之外，中集车辆也受益于外部需求的成长。

中集车辆的三大业务，主要与国民经济发展的三大领域密切相关。其中半挂车与物流市场强相关，专用车上装与基建市场强相关，冷藏厢式车厢体则与冷链市场强相关。

在半挂车领域，中国物流运输市场一直处于稳定增长态势，即便面对疫情，2020年全社会物流总额仍达300.1万亿元，增长3.5%，近三年复合增长率5.9%。

物流市场的快速发展，以及终端消费者对产品质量要求日益提高，直接刺激了相关物流企业对第二代高质量半挂车的需求提升。

在专用车上装领域，专用车承担重要工程物料运输工作，也被广泛应用于基建中。专用车需求增量与基建投资增量正向相关。2015至2019年，全国基建投资从72.6万亿增长至128.1万亿元，复合增长率15.2%。尤其是海外疫情恢复尚不明朗，拉动内需必要性提升，“新基建”成了经济增长的重要抓手，中集车辆也有望受益。

同时，受益于环境保护和超载治理，“蓝天保卫战”等，中国环保型城市渣土车上装和轻量化耐用型水泥搅拌车，进入发展窗口期，中集车辆作为头部企业，有望扩大红利。根据中汽协数据，其水泥搅拌车销量已连续4年取得中国市场第一。

冷藏厢式车厢体领域也值得期待。以猪肉运输为例，2018年下半年爆发的非洲猪瘟，已导致国内冷鲜猪

肉货运量和平均每单距离大幅攀升。东兴证券研报显示，2019年8月的冷鲜肉运输量接近2018年同期的10倍，每单平均运输距离在2019年8月达到1,447公里，同比增长近50%。与活猪运输相比，冷鲜肉运输不仅降低货物感染风险，还降低了污染周边环境的可能性。随着“运猪”转为“运肉”，冷藏半挂车和冷藏厢式车的需求也大幅上升。

猪肉运输量价齐升只是冷藏车发展的一个缩影，2020年以来，新冠肺炎疫情的蔓延，更是刺激了全球医疗与生物制品冷链需求，更多人通过电商采购生鲜食品，生鲜物流进入增长周期，也将提升国内冷藏车的需求。中集车辆2020年在国内销售冷藏厢式车厢体共6,049台，同比增加36%；收入大幅增长的同时，毛利率达到23%，同比提升7.9个百分点。

中物联冷链委数据显示，2019年全国冷藏车保有量为21.47万辆，较2015年增加130%。而2018年美国冷藏车千人保有量约1.76辆；日本约2辆，中国仅约0.15辆。中信证券研报认为，假设我国人均冷藏车保有量能够在中长期达到美国60%，则保有量上有7倍成长空间；假设冷藏车更新周期与当前重卡的8年相同，冷藏车远期销量约为18.8万辆，对应4倍成长空间。

李贵平认为，可预计的未来，中国仍将是全球经济的主要引擎，成长中的国内市场是中集车辆业绩的基本盘。

冲刺创业板，加码国内市场

市场变化之外，行业变局也影响中集车辆的发展。

中国半挂车及专用车市场曾以小、散、乱的低门槛竞争为主。过去3年，这一行业集中度及门槛不断提升，在政策、市场等多重因素影响下，已经有

一批企业被淘汰出局。李贵平判断，国内原有600多家主要专用车参与者，最终将只剩下20-30家。

超载治理力度加大，执法趋于严格，或将加快小厂商退出市场的速度，提升市场集中度。登陆国内资本市场，将在优胜劣汰的竞争格局下给中集车辆带来更大助力。

2020年5月，在港股分拆上市一年的中集车辆，正式开启回A股上市进程，并于当年12月25日获得深交所创业板上市委员会审核通过。2021年5月19日，证监会同意中集车辆等6家企业于创业板IPO注册。

中集车辆回归A股，无疑有利估值改善。截至2021年5月18日，中集车辆市盈率(TTM)不到8倍。而申万一级行业“机械设备股”400余家上市公司，平均市盈率为54倍，中位数37倍；若参照“运输物流概念股”，则平均市盈率为26倍，中位数也有22倍。至于创业板所有公司，平均市盈率为57倍，中位数为42倍。

不过，李贵平还有更多筹谋。

他认为，新冠疫情将全球经济重新洗牌，重新定义；贸易战时有爆发，全球运营资产的安全性和可持续性、发展性，都会发生变化。这一背景下，依托内循环，会获得有质量的增长机会，降低业务不确定性；利用外循环，虽然业务不确定性增加，但也有挑战性的增长机会。因此，中集车辆港股上市时的融资主要用于国际市场拓展，创业板上市融资主要用于国内。

此次中集车辆拟募投资项目总投资额超过26亿元，主要用于“高端制造体系”打造，其中包括数字化转型及研发项目、升级与新建灯塔工厂项目、新营销建设项目、偿还银行贷款及补充流动资金。



最近几年，中集车辆收入保持稳健增长，毛利率、净利率和净资产收益率有一定起伏。但李贵平很有信心，3年内，将整体毛利率提高到20%左右，将三大核心业务领先的地位，转为更为强大的盈利能力。

在他看来，中集车辆应立足于长周期，依靠自身构建的高端制造体系、“管理新基建”，持续增厚利基，改善毛利。

创业要及时升维

李贵平2010年出任中集车辆总经理，带领公司逐步壮大。在他看来，创业要从大领域中找到细分赛道及其核心痛点。

比如，商用车主要考虑动力问题；现在大热的新能源汽车，主要解决的其实是电池问题；专用车主要解决载货空间和特定方案。即便都是专用车，液式灌车和水泥搅拌车，从产业链到制造流程，差别也非常大，需要解决其中的核心问题。

另外，创业先要有“体系”思维，其次要有团队。他认为，同是上海交大校友的沈南鹏就是一个“有体系”的人，创立携程(TCOM.O/09961.HK)时找来范敏、季琦和梁建章，四人各自擅长旅游、IT、营运、资本运作，遂成就一段携程“四君子”佳话。“不谋全局者，不足以谋一域；不谋万世者，不足以谋一时”。

再者，企业到了一定规模，掌舵人就要“升维思考”。特斯拉(TSLA.O)创始人马斯克之所以被称作“外星人”，是因为他惯用升维思考，常能用降维打击对手。

“没有升维思考，何来降维打击？”李贵平主政下的中集车辆力推“灯塔”工厂，并打造高端版制造体系，也是一种升维思考。

除了中集车辆掌门人这一身份外，李贵平还是上海交大安泰经济与管理学院深圳校友会第一届轮值理事长，以

及江苏大学、深圳大学的兼职或客座教授。李贵平1982年成为上海交大管理学院工业管理工程专业的一名新生。时年17岁的他，也是该学院第一届本科生，得以成为永远的“大师兄”。

对于青年学子，李贵平推荐他们阅读《曾文正公嘉言钞》。他认为，做人要“明”，高明和精明，高明是有大局观，精明是有精密度，从大处着眼，从小处着手。曾国藩另有语云“凡善弈者，每于棋危劫急之时，一面自救，一面破敌，往往因病成妍，转败为功。善用兵者亦然”。即便身处困境，李贵平也希望“用局部的成功，换来局面的提升”。

带领公司升维，为志在全球市场开拓的中国制造企业提供借鉴，为自己的职业生涯画上完美句号，是李贵平的心愿。

中集车辆李晓甫： 企业发展变革需顺应全球化新格局

来源：《凤凰网》 2021年12月



编者按

国家“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，要推动制造业产品“增品种、提品质、创品牌”，开展中国品牌创建行动，提升自主品牌影响力和竞争力，培育一批高端品牌。粤港澳大湾区作为我国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，涌现出一大批优秀的创新品牌，在技术创新、应用创新、服务创新、消费体验创新方面，逐渐从追赶走向引领新一轮的世界工业和消费潮流。

为将品牌与创新进一步注入大湾区的融合发展，凤凰网广东、粤港澳大湾区研究院、深圳知名品牌评价委员会联合推出“湾区品牌力量”专题，从品牌故事、品牌出海、品牌变革等角

度，对话湾区100位知名品牌企业，讲述湾区品牌故事，诠释湾区企业家精神，打造中国优质品牌群像，提升湾区品牌国际影响力。近日，凤凰网广东采访到中集车辆副总裁兼首席技术官、太字节厢体业务战略事业部CEO李晓甫博士。

沧海桑田，鲲鹏激浪，改革开放40余年，深圳向全世界绽放着创新光芒。这里是梦想者的天堂，也是中国企业与全球市场对话的前沿阵地。

中集车辆（集团）股份有限公司（以下简称“中集车辆”）在这片热土上诞生，连续九年成为半挂车领域的全球隐形冠军，成为中国企业最亮眼的标杆之一。2021年7月8日，中集车辆正式登陆深交所创业板，这意味着

它成为首家“A+H”两地上市的半挂车与专用车高端制造企业。

当下，全球化趋势变化不定，物流行业正面临升级迭代，给企业提出了一个又一个新的命题。中集车辆近20年的发展经验显示，顺应全球化新格局，顺应行业发展趋势，提前布局，提升企业综合实力，方能持续为客户提供好的解决方案。

“全球隐形冠军”中集车辆的成功之道

前海颐都大厦20楼的“首席访谈”拍摄大厅里，阳光透过落地窗直射室内，温暖明媚。中集车辆副总裁兼首席技术官、

太字节厢体业务战略事业部 CEO 李晓甫博士（以下简称“李晓甫”）与凤凰网广东对话，谈起中集车辆的近 20 年的发展，与星辰大海。

通向“全球隐形冠军”之路的背后，是天时地利人和。

在李晓甫看来，中集车辆诞生于深圳这片热土，秉承着这座城市骨血中的创业创新精神，这是文化和人的力量。更重要的是，中集车辆近 20 年的发展，与我国加入 WTO 后全面进入全球化运营有着密切关系。

从企业发展的战略路径上看，中集车辆可谓步步清晰，厚积薄发。自 2002 年大概到 2010 年，中集车辆蓄力建设企业实力，通过多次整合并购，实现国内国际业务的快速发展。从 2014 年起，中集车辆开始打造“灯塔”工厂，走向有质量的发展阶段。

可以说，“灯塔”工厂为中集车辆后续发展奠定了坚实的技术和物质基础。今年上半年，中集车辆在中国的半挂车业务大增 66.3%， “灯塔”工厂的规模竞争优势不断显现。正如它的名字一样，“灯塔”工厂给中集车辆指引着前行的方向。第三个阶段，是全面建设高端制造体系的阶段。“我们每一个阶段战略的认识是比较清晰的，先做大，再做强，再寻求高质量发展。” 李晓甫坚定地说道。

战略路径清晰之下，雄厚的硬实力是中集车辆的立身之本。作为一家制造业的企业，中集车辆有分布到全球各地的制造工厂、专业的技术团队、良好的销售团队，这些硬件基础和软件基础，促使这艘制造业航母能够自由航行，驶向全球市场。

值得一提的是，中集车辆在人才战略上也不断创新。一方面外部引入优秀人才，早期团队核心骨干有来自日本丰田总部的资深产品设计师、从澳洲等地留学回来的高素质人才，还有孔雀人才计划的人才。一方面推出中集车辆的“技术培训生 2025 计划”，

招募了国内一流高校的应届毕业生，充实到中集车辆的团队，现已经实行四五年时间，效果显著。

除此之外，中集车辆从去年起，开始开办面向高端制造体系建设的特训营，通过专题的培训加实战，锻炼和提升工程师的综合能力。“效果显著，有很多技术团队的同事现在慢慢成长起来后也开始转向经营，取得了一些很好的实践成果。”

“中集车辆从事的是道路运输车辆装备的制造销售，我们始终把‘给我们的客户提供好的装备、好的运输的解决方案’作为我们的责任和使命。” 20 年发展，中集车辆人仍旧不忘初心。

先行者的觉知：

顺应新格局，引领行业发展

科技发展迅速，物联网、自动化、AI 等新兴技术与物流行业相融合，更好地推动行业标准化、智能化和数字化。同时，经济全球化的发展背景下，国际物流市场变化莫测。

中集车辆作为行业领头羊，一直保持着敏锐与开放。李晓甫告诉凤凰网广东，在物流行业全面升级的趋势下，中集车辆已率先布局，主动顺应新格局。

一方面，中集车辆配合着国家部委去推动中国道路运输装备的标准化、合规化。另一方面，跟各个整车厂加深合作，包含头挂一体化匹配，这样可以在整车的风阻、降噪等车辆稳定性、载货空间容积的优化以及车与挂之间的信息交换等方面得到进一步的发展。

值得一提的是，面对轻卡市场合规化及轻量化需求，中集车辆于 2021 年前瞻性推出“太字节”品牌，专注于冷藏厢体和干货厢体业务。

“在组建太字节战略事业部之前，我们山东中集这家公司连续多年是中国的冷藏配送车的销量第一，20 多年的

积累，一直是深耕细作。所以，我们建立这个新的品牌（太字节）是一个更好的服务城市配送的聚力，把我们原有能力放大。” 李晓甫说道。他表示，疫情常态化背景下，城市配送不可或缺，与每个人都紧密相关。市场所需，亦是自身优势所在。随着中国物流运输厢式化发展浪潮来临，“太字节”有望成为中集车辆新的业务增长点。

而面对全球化发展的局势，中集车辆提出了“跨洋经营，当地制造”经营模式。

“相对于过去的全球化，现在的全球化实际上出现了一些逆全球化，或者碎片式的全球化。” 李晓甫敏锐地说道。

“跨洋经营，当地制造”，本质上还是在顺应全球贸易的新格局。过去，中集车辆就坚持全球运营，并在美国、英国、南非等地建立了自己的制造工厂，实现全球业务的快速发展。如今面对新的全球化趋势，中集车辆未来将通过“高端制造体系”赋能，深化“跨洋经营，当地制造”的经营模式，并最大程度地发挥公司在全球 23 家生产工厂和 10 家组装工厂的生产能力、装配能力、全球供应链管理能力和全球配送的物流管理能力，形成具有核心竞争力的跨国运营格局。

中集车辆通过近 20 年的积累，建立了高端制造体系，有“灯塔”工厂体系的制造能力，可以更好地赋能全球各地团队，加强当地制造的投入。“现在的布局也是希望能够让我们的客户能持续得到好的产品和服务。” 同时，李晓甫强调，并不会因为全球贸易的整体环境碎片化，而导致公司经营的整体环境碎片化，公司经营依然是一个完整的体系。

中集车辆通过技术进步、研发创新等方式，不断调整优化经营模式，积极高效应对全球化挑战，开辟一条全球化背景下适合中集车辆的可持续高质量发展之路。

中集车辆： 用“灯塔”工厂照亮高端制造之路

来源：《中国证券报》 2020年8月12日

编者按

深圳经济特区成立以来，涌现出大批优秀企业，既有华为、中国平安、腾讯等“前浪”辉煌，也有更多“后浪”奔涌。本报今起推出“深圳经济特区40周年·‘后浪’奔涌”系列报道，从企业视角反映深圳经济特区40年来取得的伟大成就。

十八年前，在深圳蛇口一个四面漏风的维修车间里，中集车辆开始了创业。凭着一股“闯劲”，中集车辆一步步完成了从无到有、从弱到强的嬗变：每年超过10万辆半挂车销往全球各

地，十九座“灯塔”工厂在各地拔地而起……如今，中集车辆已成为国内发展最快的专用车头部企业，并朝着首家A+H股上市半挂车制造企业目标奋进。

“深圳赋予了中集车辆敢想敢闯的特区精神，未来我们将用‘灯塔’工厂照亮智能制造的未来之路。”中集车辆总裁兼首席执行官李贵平接受中国证券报记者专访时表示，经过十多年的创业，公司已把传统半挂车制造车间升级为“灯塔”工厂。未来，公司将会持续完善与建立“灯塔”工厂，打造代表中国工业4.0的高端制造体系。



“灯塔”工厂赋能高端制造 积极拥抱资本市场

在深圳经济特区 40 年的发展历程中，高端制造业的崛起是不容忽视的注脚。中集车辆，正是深圳制造业发展浪潮中一股奔涌向前的“后浪”。作为一家高端智能化制造企业，中集车辆在 40 多个国家和地区生产和销售七大类半挂车、专用车上装，以及冷藏厢式车厢体。

激光切割下料，机器人焊接，KTL 喷粉涂装……在中集车辆的“灯塔”工厂内，智能化生产线精密衔接每一道工序，用模块化方式生产整车部件，这些零部件会根据市场需求，运送到全球各地灵活组装。

“用制造轿车的方式来生产挂车”“对标全球最严苛的欧洲生产标准”，中集车辆的“灯塔”工厂里，藏着全球销量最大半挂车企转型升级的密码。

“过去我们的核心零部件大多在欧洲外包生产，‘灯塔’工厂是我们探索高端制造的产物。”李贵平介绍，“灯塔”工厂始于 2014 年，目的是摆脱对国外高端零部件外包生产的依赖，将传统工厂升级为智能化、自动化与数字化制造工厂。截至 2019 年，公司已在全球建成 12 家半挂车“灯塔”工厂、5 家中国专用车上装“灯塔”工厂、2 家中国冷藏厢式车厢体“灯塔”工厂。

“‘灯塔’工厂可以节省 40% 的人工，生产效率和物流效率大幅提升。”李贵平介绍，在中国半挂车 2.0 时代，“灯塔”工厂为公司注入继续领跑的动能。目前，依托“灯塔”工厂，公司建成了初具规模的“高端制造体系”，实现从传统劳动密集型企业向现代环境友好型企业转型升级，让公司产品在全球同类竞品中拥有更高品质和价格优势。未来，公司将持续在海内外投产，进一步建立完善“灯塔”工厂。

与深圳这座年轻城市的发展律动相呼应，中集车辆过去的 18 年一直在“加速跑”。

——2002 年，中集车辆在深圳蛇口成立。第二年，中集车辆在国内收购兼并扬州通华、驻马店华骏，在海外并购重组美国 Vanguard，加快全球布局。

——2007 年，中集车辆的生产能力和规模跃居全球第一。2015 年，美国权威行业咨询机构 ACT Research 数据显示，中集车辆的半挂车产品全球市场占有率名列第一，在竞争最为激烈、品质要求最高的欧美市场分别进入前三名和前五名。

——2019 年 7 月，中集车辆成功在深交所主板上市，成为港股市场半挂车制造商第一股。2020 年 3 月，中集车辆公布的 2019 年业绩报告显示，公司实现收益 232.2 亿元，净利润同比增长 7.7% 至 13.3 亿元。从产品销量来看，2019 年中集车辆在全球销售各类半挂车 11.77 万辆，全球销量排名第一。

中国证券报记者了解到，中集车辆已启动深交所创业板上市计划，若成功，中集车辆将成为首家在 A+H 股上市的半挂车制造企业。

李贵平表示，如果在 A 股成功上市，公司能够进一步优化和完善公司治理结构，吸引更多优质投资者。同时，作为重要战略布局，A 股上市可以为公司产品模块升级、完善“灯塔”工厂等战略核心举措提供资本优势。

看好特区发展“后劲”

深圳的创新与产业升级孵化了中集车辆的高端制造体系。近年来，深圳大力实施产业结构提质升级，高端装备

制造等战略新兴产业方兴未艾。这些都给了中集车辆做大做强的信心。

“中集车辆的创业经历，让我们意识到，唯有创新求变才是发展的必由之路。”李贵平表示，中集车辆的快速发展崛起，得益于深圳良好的营商环境、丰富的人才资源，以及市场调控政策。站在特区四十周年的历史节点上，深圳未来的发展“后劲”令人期待。同时，深圳未来应该进一步营造有利于创新的生态圈，充分激发社会的创新力，强化人才引进和育成的吸附力。

“我们希望有更多满腔热情、有理想有抱负的人聚集在深圳，孵化出与时代同频共振、与深圳相匹配的优秀企业。”对于深圳高端制造业的未来，李贵平建议，深圳需要全面提升资源配置效率，释放改革红利，加快建立以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的创新体系，塑造前瞻性的先发优势，带动产业从自给自足转为开放合作，形成一个完整、有效的价值链。

专精特新到底有多专？ 中集“小巨人”和“神奇钢板”的故事 给你答案

来源：《南方日报》 2022年2月17日

记者近日从总部位于深圳的中集集团获悉，该集团累计已有6家子公司入选专精特新“小巨人”，专注、持续创新、质量取胜、打造核心竞争力、贴近顾客是中集培育出多个“小巨人”的“法宝”。

记者在中集车辆（江门市）有限公司（简称“中集江门”）采访了解到一块“神奇钢板”和“小巨人”炼成的故事。这块“神奇钢板”不仅让企业走出迷茫和困境，且与其他接力者共同助力中集车辆成就搅拌车中国第一的行业地位。

小企业成就大事业 “神奇钢板”改变行业

在中集江门位于广东省江门市新会大鳌的生产基地，数百辆专用车整齐地摆在厂区空地，随时准备出口到全球多个国家。

中集江门是一个从事半挂车、专用车生产17年的专精特新“小巨人”，与前十年前相比，其近年生产的大量车辆采用的核心材料有所不同。通过使用被誉为“神奇钢板”的超级耐磨钢，不仅企业自身收入、利润提高，也帮助使用车辆的客户大大节约了成本。

以一台水泥搅拌车为例，使用超级耐磨钢能让车子减重800千克，这意味着每台车的生产过程中可减少1.6吨碳排放，车主不仅能一次可以多拉800千克货物，每台车一年还能节省近3,000升油耗，减少二氧化碳排放6吨，节约成本近2万元。

据中集江门总经理丁正祥介绍，近年来，公司一直致力于向市场推广使用超级耐磨钢的搅拌车，让客户切实节省成本，并且节能减排，受到越来越多客户的认可。

值得注意的是，有中集江门携手宝钢集团研发的“神奇钢板”不仅在中集江门的产品中，还在行业内广泛应用，为我国节省大量的钢材消耗，对低碳环保事业作出贡献。

三年投入一年利润研发 “神奇钢板”

“神奇钢板”是如何诞生的？

丁正祥告诉记者，2012年，全国专用车市场需求减半，行业里的企业普遍困难，需要突破，企业在环境逼迫下决心通过产品创新，创造给客户带来更多价值的产品，在有限的需求下生存和发展下去。

丁正祥早在1992年就加入了中集，曾参与中集第一辆挂车的制造，在制造业方面有多年的经验。考虑到国内的专业车超载一直很严重，中集江门团队坚信，如果研发出耐磨、轻量的产品量产，一定能解决用户的痛点。

这个理论看似简单，对企业来说并不难想到，但真正的研发过程异常艰辛，真正要得到用户认可，往往也需要很长时间。当他们尝试用更轻的钢材去做车，没想到却被客户投诉“偷工减料”。

对于中小企业而言，研发人才有限，如何挑战有难度的研发？丁正祥回忆说，2013年携手宝钢集团研发超级耐磨钢，同时借助了中集集团的研发资源，但一开始出来的成品总是不满足需求，往往只能从中挑出来几块相对合格的钢板，其他都废掉，只能继续试验。到2015年，三年里共做了15批试验，虽然成了，但由于出来的钢板规格问题，利用率也就60%左右，还需要不断改进。

“经历很多失败、痛苦，甚至经常到了要放弃的边缘。”丁正祥说，除了研发过程的挫折，研发花费的资金投入也很大，2013年至2015年投入了2,000多万元，这相当于当年几乎一年的利润。除了钢板成本高，高强钢这种新材料带来的焊接难度很大，给团队带来很多压力，一些人想到放弃。

面对困难，一个几百人的团队何去何从？最终，中集江门选择了坚持，曾经投诉的客户也慢慢验证了超级耐磨钢产品的好处。2015年开始，接受超级耐磨钢产品的客户越来越多，原先不敢提价的产品也开始可以提价了。

丁正祥说，与此前的产品相比，使用超级耐磨钢的搅拌车比同款车型轻800千克左右，而且寿命比使用普通钢材的车辆长3至4年，经过时间的检验后，量价齐升。

创新不停步，十年磨一剑

专注的创新，给企业带来了价值，也给团队带来了荣誉感。

丁正祥说：“原来我们在行业内是个跟随者，但超级耐磨钢材料出来后，填补了国内空白，我们成了行业的领先者，很多企业来学习，在行业的话语权提升了。这个材料对整个行业甚至我国的‘双碳’目标实现、治超治限都有贡献，所以受到不少认可。”

研发出超级耐磨钢，产品也被客户接受后，中集江门的创新没有停止，近年每年都投入数千万元在研发上，超级耐磨钢的钢板厚度越来越薄，从6毫米降到3毫米，钢板利用率一步步到95%，从一开始只应用到筒体，后来运用到叶片，不断迭代升级。

如今，中集江门已有近百人的研发团队，拥有近四十项授权专利，其中多项为发明专利。丁正祥和团队也感受到了创新带来的长远累积效应。由于公司对超级耐磨钢的多年研发，后来在做自卸车产品，需要从耐磨性去研发耐腐蚀性时，就更加知道发力的方向。中集江门也积累了与宝钢集团等很多行业研究资源的合作关系，开展的研发合作更加顺畅。

丁正祥认识到，创新是一个长期的过程。

他说：“首先，创新如果是从客户的需求出发，你就会坚信创新的方向是对的；其次，创新过程中要坚持；再次，创新需要容错，包括对自己的团队、对合作伙伴都不能苛刻；最后，创新要一步一步来，不能急于求成。”



世界新秩序

来源：《Global Trailer》 2021年9月

Global Trailer 2021 年全球半挂车 OEM 排行榜显示，根据 2020 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日期间的产量，对世界各地前 40 名半挂车制造商进行了排名。受新冠肺炎疫情影响，外部环境充满挑战和变化，这些领先的半挂车设备制造商的运营方式也发生了一些重大变化……

然而，位于中国的中集车辆凭借其全球总产量再次称霸全球，其产量是第二名产量的三倍多。统计数据显示，中集车辆在 2020 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日期间共销售了 160,342 辆半挂车。按照 OEM “以销定产”（即，销售数量与生产数量非常接近）的工作原理，中集车辆招股说明书显示其产销比例为 98.3%，而 2017-2020 年的平均产销比率为 99.55%，因此，中集车辆的实际生产数量介于 161,066 和 163,115 之间。2020 年，中集车辆在全球共销售了 131,327 辆半挂车（2019 年：117,707 辆），在中国共销售了 56,449 台套（2019 年：46,267 套）专用车上装和 6,049 台套（2019 年：4,459 套）冷藏厢式车厢体。

中集车辆表示，“由于全球经济受到新冠疫情的影响，中国政府提出了以国内循环为主、国内国外双循环相互促进的新发展模式，为中国物流运输市场和高端制造业提供了广阔的发展空间。中集车辆在中国市场的各个业务板块实现了强劲增长，这对整体收入表现做出了有力贡献，总收入为 262.472 亿元人民币，同比增长 13.0%，创下历史新高。”

德国企业凯旋而归

由于未能及时收到数据，位于德国的 Schmitz Cargobull 缺席了 2020 年的排名。其 2021 年的数据显示，尽管新冠肺炎疫情影响之下，德国本地半挂车制造业的发展势头仍在继续，比去年同期增长了 6.0%。Schmitz Cargobull 在英国一个的新工厂投产后，不仅扩大了生产能力，还向市场推出了一系列新的半挂车产品。例如 EcoGeneration，通过巧妙的工程设计、空气动力学，实现了更高的燃油效率和更高的生产率。值得一提的是，这些产品开发符合道路运输更长远的发展愿景，可以为欧洲及其他地区的车队提供可持续的绿色解决方案。

美国企业乘虚而入

从数字上看，新冠肺炎疫情很明显严重影响了几个北美半挂车生产制造企业。然而，对 Great Dane 来说，这一中断足以阻碍其产出。在半挂车生产制造企业的案例研究中，Boyle Transportation 是首批将新冠肺炎疫苗从全球供应制造厂运输到美国各地分销点的公路货运公司之一。这支车队的联合主席安德鲁·博伊尔 (Andrew Boyle) 坚信，技术和设备方面的最佳实践使这些新冠疫苗的交付成为可能。Boyle Transportation 和 Great Dane 之间的合作关系已经持续了 30 年，这表明 OEM 车队关系在更广泛的供应链中至关重要，尤其是在温度敏感药物的交付方面。博伊尔认为，“这样的关系使他们能够通过不断改进满足或超过客户期望的规格来推进车队运输效率，我们依赖半挂车生产制造商，他们了解我们的业务，并使用优质规格的设备来最大限度地减少停机时间，毕竟当我们运输关键货物时，故障是不能接受的。事实上，我们从未发生过半挂车的运输故障，这证明了 Great Dane 向我们销售的产品是高质量的。”

KRONES排名上升

过去 12 个月，随着设施的改进和新产品的推出，德国半挂车生产企业特别忙碌。Krones 在 Herzlake 建立了两条新的装配线，将产能提高到每周超过 180 辆（厢式半挂车）。这项投资支持了 Krone 干式产线的产品组合，使四种不同类型的基本型号能够适应各种终端应用。作为对其多样化产品系列的补充，Krone 还不断开发其双层车，该双层车目前拥有最大的有效载荷、易于调整高度、操作方便、多功能性以及更长的使用寿命，重量小于 6,500 千克，超轻版甚至小于 5,900 千克。另外，由于采用了新的车顶设计，液压升降车顶可以毫不费力地打开和关闭 500mm；安全窗帘负载固定防水油布，在高频批量运输过程中可快速安全地装卸货物；凭借其复杂的模块化系统，巨型班轮可以满足许多单项要求——从背负能力到液压后部加宽；KTL 粉末处理底盘和预镀锌部件的组合确保了较高的防腐性能。

WABASH NATIONAL的新愿景

与美国同行一样，Wabash National 在为战略增长做准备的同时，重视采用以客户为中心的方法，将单一的生产制造转变为一站式运输和物流解决方案提供商，以应对新冠肺炎疫情带来的挑战，并采取了新的“最后一英里”战略。这个支点是以一种称为“一个 Wabash”的重组形式出现。Wabash National 首席执行官 Brent Yeagy 在 2021 年 4 月致股东的一封信中表示：“我们基于价值流和以客户为中心的新组织结构，在提升与客户的沟通效率上，取得了重大的成功，并使我们能够以新颖的、有趣的方式进行思考。我们的宗旨、愿景和使命为整个组织提供了共同的方向，而基于价值观的文化发展也由我们的 Wabash 管理体系塑造，这有助于我们以新的战略目标

行事。该战略旨在扩大规模以满足强大的客户需求，该公司 2021 年第二季度的净销售额为 4.494 亿美元，与上一季度相比增长了 32.5%，这似乎起到了作用”。Yeagy 说：“虽然制造业环境在第二季度继续面临广泛的挑战，但 Wabash National 正在成功应对劳动力短缺和材料成本增加所带来的问题，再加上行业和整个经济中异常强劲的需求，我们强劲的财务业绩证明了我们的员工致力于为客户服务，并在全年内努力控制成本。”

低调前进，HYUNDAI TRANSLEAD

报告期内，有关 Hyundai Translead 半挂车产量的公开信息，估计接近去年的一半，美国市场的波动性显而易见，因为其他生产制造商也受到了 60% 以上的负面影响。2021 年初，总部位于美国 Hyundai Translead 推出了新的干式和冷藏半挂车系列，此外还推出了一款轻质聚合物芯复合板，旨在降低车队运营商的总体拥有成本 (TOC)。据报道，新的先进纤维芯复合材料面板是在过去三年中与 LG Hausys 合作开发的，LG Hausys 是一家专注于高性能材料（包括家电和汽车部件）的制造商。同时，Hyundai Translead 也注意到了生产更轻量的拖尾设备的发展趋势。

UTILITY公司拥抱可持续发展

这家勤劳的多用途半挂车生产制造公司一直积极致力于可持续发展，甚至被授予顶级绿色供应商的称号。Utility 公司委托第三方环保咨询公司兰博集团 (Ramboll Group) 帮助确定和量化其在美国各地制造工厂成功的可持续发展项目。Ramboll 集团得出结论，Utility 公司每年仅通过减少水、能源、材料使用和减少总体废物产生就节省了 140 多万美元。该公司为可持续发展做出贡献的众多方式之一是开发了

空气动力侧裙 (USS-120A-4) 和空气动力尾部 (UAT)。Utility 公司的空气动力侧裙是所有公用事业拖车的标准配置，空气动力尾部是工厂安装的选件。这两个空气动力学装置在多用途拖车上配对时，可显著降低排放量。该公司还通过非 HFC（非氢氟碳化物）泡沫“至日”对冷食品和饮料行业产生了积极影响。Utility 公司正在将其改为“至日”，据悉，一旦可用，它将成为其所有冷藏产品中的标准泡沫隔热材料。非 HFC 泡沫的一个关键好处是，它不包含强烈的温室气体，这有助于减少对气候变化的影响。非 HFC 泡沫的新基本规范符合北美实施非 HFC 泡沫地区的要求。

RANDON公司在南美洲设分支机构

得益于农业综合企业和消费品销售（尤其是通过电子商务）相关行业的强劲需求，南美洲 Randon 公司 2021 年第一季度通过几次收购实现约 2.979 亿欧元合并净收入的主要驱动因素。迄今为止，这是该公司 72 年历史上业绩最好的一个季度——堪称总部位于巴西的半挂车生产制造企业的一个里程碑。Randon 公司首席执行官 Daniel Randon 表示：“公司近几个月来表现令人满意，这与不断投资新技术有关，直接有助于提高效率和生产率”。战略扩张是 Randon 宏伟计划的下一阶段，一个特别令人感兴趣的市場就是东非，在那里已经达成了一项新协议，将平板半挂车和自卸车从巴西运往肯尼亚，由 Randon 代理商进行商业化销售。Randon 预计，未来几年，市场份额将持续增长，在坦桑尼亚和乌干达等邻国继续扩张。Randon 公司总经理 Sandro Trentin 认为，“在肯尼亚的业务对公司很重要，我们得到了客户的认可。东非作为一个整体正在迅速扩张，我们寻求通过巩固的战略伙伴关系在该地区保持领先地位”。

波兰销量激增

总部位于波兰的半挂车生产制造企业 Wielton，观察到波兰本地的半挂车 2021 年 4 月的销售增长，呈现需求上升、激增的趋势。在新冠肺炎疫情期间，半挂车制造商的销售复苏已步入正轨，该公司以雄心勃勃的计划和明确的目标进入了 2021 年。2021 年接下来几个月的业绩表明，与整个半挂车市场一样，该公司正在不断巩固其地位，利用停工时间对威卢昂工厂进行现代化改造的决定也被证明是正确的。据了解，这些举措为 Wielton 公司的国内市场 and 外国工厂生产产品及其组件提高了生产效率和盈利能力。“波兰半挂车市场迅速复苏，销售破纪录已经连续一个月了。” Wielton 公司董事会副总裁兼总经理 Piotr Kuś 表示，“目前，我们的目标是集中实施计划，以增加销量、有效完成订单并重建波兰的份额。假设我们的目标是在 2021 年实现 44% 的增长，若以稳定和可持续的方式实现这一计划，通过分析波兰汽车工业的数据可以评估，由于有效利用了国内市场的需求，我们每个月都离实现雄心勃勃的目标越来越近。”到 2021 年 7 月，Wielton 公司扩大了其集装箱骨架车系列，并推出了两款新车型，以实现可持续发展。

TIRSAN 公司制造了一些噪音

TIRSAN 公司半挂车产量同比猛增 34%，有望成为前十名的有力竞争者。这项业务由 Kässbohrer、Talsen Trailer 和 Tirsan Treyler 三家不同的公司经营，以推动其客户向前发展。1893 年，卡尔卡斯伯勒在乌尔姆建立了他的工作室，他重新定义了铁路工程可以实现的目标。如今，凭借 120 年来忠实于他的理念，Kässbohrer 产品已在 55 多个国家使用。“在流感大流行初期，首先，我们对 598 个服务点的售后服务网络

进行了数字化升级，” Kässbohrer 董事会成员蒂尔肯 (iffet Türken) 表示，

“2020 年 4 月，我们升级了公司的售后网络页面，包括所有售后网络的实时开放时间和状态，以便为客户的售后服务提供便利。我们已将非行业习惯用于我们的行业，通过网络研讨会增加了在线交流和电子学习，激发了 Kässbohrer K-Talks 的灵感。为了在非工作时间与客户保持沟通，Kässbohrer 于 9 月组织了一个由专家组成员主持的 K-Talks 网络研讨会系列。在这些会议期间，展示了我们最广泛的产品系列案例，并为北欧国家的建筑系列和自卸车系列提供了新的车辆；除了数字化外，Kässbohrer 继续加大研发投入，并于 2020 年自豪地向该行业推出了 22 款新车，其中包括普通货运车辆一个完整的多式联运产品系列，展示了负载系数和负载能力，以及优化了通过特殊城市减轻重量的解决方案；油罐车展示了从食品运输到化工和石油产品等不同行业的发展；低平板系列展示了通过添加 Kässbohrer 首次悬挂系统，从而优化了装载和操纵性。由于 Kässbohrer 为其在欧盟地区的客户设计、测试和制造，TIRSAN 公司还专注于斯堪的纳维亚和俄罗斯市场，其尺寸和容量超过欧盟标准。这些市场的运载火箭建立在多年的客户满意度专业知识基础上，预计将提供坚固性、安全性和效率。与此同时，为了更好地支持客户，Kässbohrer 于 2020 年在法国、西班牙和波兰开设了总部，并分别在芬兰、瑞典、丹麦、荷兰、波兰、德国、法国、意大利、西班牙和俄罗斯设有九个以上的销售办事处，公司管理层团队人员继续增长。此外，Kässbohrer 还扩大了其售后网络。2020 年期间，Kässbohrer 在其广泛的售后服务网络中指定了 58 个新的售后服务点，于 598 个地点提供增值服务。今年，TIRSAN 公司为 NUFAM 2021 带来了翻斗车和低装载机的创新产品。

最后倒计时

位于巴西的 Librelato 排名第 12 位，报告期内，其生产能力略有提高，达到 11,800 辆拖车。与去年相比，Lecitrailer 的年产量同比增长 20%，并在 OEM 排名中不断攀升，提升了两个位置。西班牙市场的胜利，多亏了阿拉伯联合酋长国市场派专家出席会议与商务洽谈。随着经济和全球供应链从新冠疫情中恢复，公司有望扭转局面。正是这些在迪拜和其他地方雄心勃勃的建设项目推动了对其标志性产品的市场需求。经过加拿大最大挂车制造商 Manac 的 Charles Dutil 证实，由于部件和劳动力的紧缺，生产量受到了限制。尽管如此，还是朝着正确的方向前进了一大步。俄罗斯的 Tonar 显示，与去年同期相比，该公司取得了重大成就，产量提高了 43%——总产量为 5,436 辆拖车，排名从 24 位跳到 19 位。排名第 20 位的南非 Afrit 在面对新冠肺炎疫情时表现出色，产量增长了 10%。此外，如果一切按计划进行氢动力创新，法国的 CHEREAU 这家冷藏半挂车公司将稳步卷土重来，受到极大关注。2021 年，我们看到了其他一些新入围者，包括奥地利的 Schwarzmüller Group 和 Bergeroctrail、比利时的 STAS 和俄罗斯的 Grunwald。

RANK	OEM	COUNTRY	TOTAL PRODUCTION	2020 RESULT	2020 RANK	CHANGE	MOVEMENT
1	CIMC Vehicles Group	China	161,066	149,760	1	7%	< >
2	Schmitz Cargobull	Germany	49,137	46,124	-	6%	New
3	Great Dane	US	48,651	50,500	4	-4%	^
4	Krone	Germany	45,000	37,119	6	17.50%	^
5	Wabash National	US	36,400*	45,100	5	-19%	< >
6	Hyundai Translead	US	34,700*	66,090	2	-47%	v
7	Utility Trailer Manufacturing	US	33,800*	51,900	3	-34%	v
8	Randon	Brazil	31,534	23,260	7	26%	v
9	Wielton Group	Poland	20,200	17,492	8	13%	v
10	TIRSAN Group	Turkey	15,340	10,150	11	34%	^
11	Kögel	Germany	12,797	10,647	10	17%	v
12	Librelato	Brazil	11,800	8,490	12	28%	< >
13	Stoughton	US	11,000*	16,700	9	-34%	v
14	Schwarzmüller Group	Austria	9,600	-	-	-	New
15	Lecitrailer	Spain	8,080	6,453	17	20%	^
16	Manac	Canada	7,800	7,200	14	7%	v
17	GORICA	UAE	6,100	6,500	16	-6%	v
18	EnTrans International	US	6,050	7,700	13	-21%	v
19	Tonar	Russia	5,436	3,087	24	43%	^
20	Afrit	South Africa	5,049	4,533	21	10%	^
21	The Reefer Group	France	4,938	4,861	20	2%	v
22	Pitts Enterprises	US	4,400*	4,865	19	-10%	V
23	MAC Trailers	US	4,100*	6,200	18	-34%	v
24	Timpte	US	3,250*	2,900	25	11%	^
25	Fruehauf de Mexico	US	2,599	2,700	26	4%	^
26	STAS	Belgium	2,500	-	-	-	New
27	Premier Trailer Manufacturing	US	2,425*	1,400	34	42%	^
28	Fontaine	US	2,420*	6,900	15	-65%	v
29	XPO Logistics	US	2,020*	1,770	32	12%	^
30	East Manufacturing Co	US	2,010*	3,240	23	-38%	v
31	Strick Corporation	US	2,000*	2,300	29	-13%	^
32	Kentucky Trailer	US	1,965*	2,600	27	-24%	v
33	Felling Trailers	US	1,960*	1,790	31	-9%	v
34	Grunwald	Russia	1,856	-	-	-	New
35	Trail King Industries	US	1,750*	2,400	28	-27%	v
36	Reitnouer	US	1,500*	3,900	22	-62%	v
37	Talbert Manufacturing	US	1,269*	1,270	35	~1%	v
38	BERGERcotrail	Austria	1,200	-	-	-	New
39	GRW	South Africa	1,096	1,868	30	-41%	v
40	Doepker Industries	US	1,000*	1,500	33	-33%	v

优质龙头回归A股 中集车辆创业板上市具有里程碑意义

来源：《21世纪经济报道》 2021年1月29日

2020年4月，创业板注册制改革正式落地，为新兴产业发展和资本服务之间搭建了新的桥梁。面对国内市场的新机遇，中集集团(000039.SZ/02039.HK)旗下的中集车辆(01839.HK)很快也开启了回归A股创业板的上市之路，2020年7月正式获得深交所受理，并于2020年12月成功过会。

早在2019年7月11日，中集车辆在香港联合交易所正式挂牌上市。到了2020年，在国内资本市场的创新改革的背景之下，中集车辆迎来了创业板上市的发展契机。2020年5月6日，中集集团公告，其控股子公司中集车辆计划在创业板上市。

更值得注意的是，中集车辆将可能成为首家由A+H公司控制的A+H公司，具有重要的里程碑意义。这在一方面体现了注册制落地以来国内市场的创新机制，对境外优质上市公司的吸引力大幅提升；另一方面，中集车辆将给其他A+H公司控制的海外上市公司带来示范效应，引领其他A+H控股的境外上市公司回归的潮流。

优质龙头股回归A股 中集车辆创业板上市具有里程碑意义

作为资本市场建设承上启下的重要一步，创业板改革并试点注册制对于促进转型创新、经济整体良性循环和经济高质量发展具有重要意义。

目前，创业板已聚集了宁德时代、迈瑞医疗等一批具有示范意义的行业龙头公司，中集车辆作为高端制造领域的新标杆回归创业板，背后具有里程碑意义。

首先是高端制造企业的回流。中集车辆是全球半挂车和专用车高端制造龙头，作为中集集团控股的车辆板块，中集车辆成长于中国改革开放的前沿阵地深圳，也是中国半挂车和专用车高端制造在全球的代表，在A股上市是夙愿。

2019年中集车辆先一步在港股上市，创业板注册制开启后，中集车辆第一批提交了上市申请。伴随着2020年12月25日过会，创业板将迎来又一家全球行业龙头。

其次，中集车辆回归创业板，或将引领A+H公司控制的A+H公司回A的潮流。

“过去由于分拆上市政策的原因，很多公司不得已选择在港股、美股上市。但是其实境外资本市场的流动性一般，外资对很多国内公司的业务理解也始终有一些隔阂，导致很多优质公司价值长期被低估。”业内人士分析，“伴

随着创业板改革，以及中国资本市场对外开放持续深入，创业板融资能力持续提升，优质上市公司回A进程在加快。”

资料显示，中集集团的上市之路具有创新与里程碑的意义，1994年，中集集团登陆深圳证券交易所，2012年，中集集团的B股于深交所除牌，转至香港以H股上市，开创了B转H的先河，也是极少数的成功案例。

在后续的分拆上市中，由于当时A股市场上市公司分拆子公司到A股尚需等政策突破，所以中集的业务板块均选择H股上市，例如中集安瑞科(03899.HK)等。

2019年7月，中集车辆选择了分拆后在H股上市后，A股市场的政策频出。2019年12月证监会发布《上市公司分拆所属子公司境内上市试点若干规定》，2020年创业板开始实行注册制，为更多优秀的企业在A股上市打开了大门，而中集车辆选择在创业板二次上市。

这也得益于深交所统筹推进试点注册制与基础制度建设的过程中，设立多元包容的发行上市条件，综合考虑预计市值、收入、净利润、研发投入、现金流等因素设置多套上市标准，允许特殊股权结构企业、红筹企业上市。发行上市条件的优化畅通了企业直接融资渠道，使得板块包容性大幅提升，将极大激发创新、成长型企业的经营热情。

此外，十一年来，创业板一直为国内资本市场培养出不少的优秀企业，创

业板市场也逐渐成为了一个孵化科技型以及成长型企业的基地。在业内人士看来，作为一个成长性更强，且聚集了大量新兴产业上市公司的市场板块，创业板市场本身应该享受到一定的估值溢价效应，随着注册制落地，创业板将进一步提升资本市场服务实体经济的能力，有望诞生更多全球化的伟大公司。

对于中集车辆而言，在 A 股上市可以进一步优化和完善其治理结构，提升综合管治水平，充分开拓及利用 A 股资本市场的融资渠道，吸引更多的国内优质投资者，提升股票流动性及融资能力，促进业务转型及发展，为股东和投资者创造更大的价值，持续提升公司的核心竞争力。

“灯塔”工厂引领全球行业发展 中集车辆高端制造构筑技术护城河

中集集团聚焦于为全球物流与能源行业提供优质的装备及解决方案，40 年来业务已跨越到集装箱、道路运输车辆、能源化工储运装备、海工装备、空港装备、食品加工装备、重卡装备、物流服务、产业园区等多个领域。

2019 年，中集集团营收约 858.15 亿元，离千亿级跨国产业集团仅一步之遥。而中集车辆是中集集团旗下具有核心竞争力、成功实现全球化运营的优质业务之一，从营收规模来看，目前是中集集团旗下第二大业务板块。

众所周知，中集车辆是国内一家在中国、北美和欧洲三大主要市场都有产品投放，且市场排名领先，产品竞争力强大的专用车与半挂车高端制造企业：截至 2019 年，中集车辆已连续 7 年保持半挂车销量全球第一。

从 2020 年前三季度业绩看，这一地位将继续巩固：2020 年前三季度，中集车辆实现收入 188 亿元，同比增长 7.3%。

同时，中集车辆预计 2020 年全年营业收入将达到 240 亿 - 265 亿元，有望创历史新高，全球半挂车和专用车高端制造龙头地位持续稳固。

根据中研普华研究院的报告，我国半挂车、专用车市场仍处于发展中阶段，不成熟、非专业化的需求市场导致中国半挂车市场供给端相对分散。按我国半挂车企业端销售统计，2019 年，我国半挂车行业市场规模超过 800 亿元，其中中集车辆半挂车营收约 135.5 亿元，市占率可见一斑。

除了是全球销量排名第一的半挂车生产企业，中集车辆同时也是中国领先的专用车上装和冷藏厢式车厢体生产企业，并引领传统专用车辆制造产业向高端制造升级发展。

从 2014 年起，中集车辆就开始探索建设“高端制造体系”，目前在境内外已建成 12 家半挂车生产“灯塔”工厂、6 家专用车上装生产“灯塔”工厂、2 家冷藏厢式车厢体生产“灯塔”工厂，并搭建了多个系列半挂车产品的“产品模块”。

据悉，“灯塔工厂”在原材料利用率提高，用工人数量缩减，效率提升，以及绿色化生产方面都有不俗的表现。

中信证券研究报告显示，“灯塔工厂”模式与传统生产模式相比，单车成本下降约 1,000 元，人员需求减少 29%，人均产值增长 32%。

回顾中集车辆的发迹，中集集团董事长兼 CEO 麦伯良曾谈到：“中集车辆业务源于 1998 年我在澳大利亚考察的时候，看到了半挂车，中国那时没有半挂车，中集成为了第一家，刚好抓住了中国公路车辆升级的大发展阶段。所以我们把握了机会，在恰当的时期启动了做车业务，整合全球资源，很快做了世界销量第一，并且中国很多车的标准都是中集作为主角参与制定的。”

据中集车辆招股书，目前公司年研发投入超过 3 亿元，并呈不断增长的态势，核心技术产品收入占总营收超过 90%。多达 700 人的研发队伍，超过 1,000 项注册专利，参与或主导 22 项国家或行业标准制定……共同构筑了中集车辆在全球范围内的强大技术护城河，使中集车辆成为中国高端制造在全球的杰出代表。

多达 700 人的研发队伍，超过 1,000 项注册专利，参与或主导 22 项国家或行业标准制定



北美物流装备市场爆发在即 半挂车高端制造业迎来确定性机遇

来源：《智通财经》 2021年8月11日

近日，美国知名金融机构 Raymond James 上调了当地半挂车企业 Wabash National (NYSE:WNC) 的目标股价，从 18 美元上调至 22 美元，并给与“强烈买入”的评级。根据知名市场研究机构 MarketBeat 的数据，近期各大外资机构纷纷上调 Wabash 和其他物流装备制造企业的评级，这与北美物流运输市场大环境向好的趋势密不可分。

美国货运研究公司 (FTR) 在 2021 年二季度展望研讨会上也表示，预计未来五年北美半挂车和卡车市场都将“极佳”，半挂车制造量预计在 2023 年达到峰值 33 万辆。根据 Technavio 的数据预测，从 2021 年至 2026 年，汽车拖车市场将增加 49.9 亿美元，年复合增长率达 3.47%。这些数据都充分证明目前北美物流运输以及半挂车市场正在摆脱疫情的影响，开始全面复苏，北美半挂车市场正处于供不应求的阶段。对于半挂车制造和物流运输装备制造企业来讲，将迎来近年来最好增长契机。

卡车司机缺口正在减少， 新增卡车供应成为解决目前北美物流问题的关键

受疫情影响，北美港口和物流运输此前一度停摆，航路拥堵，集装箱堆积如山。卡车司机和物流运输装备的缺口被暴露在公众眼前。

10 月 25 日，美国卡车运输协会 ATA 曾警告说，美国正面临 8 万名卡车司机的短缺。在全球供应链危机中，由于没有足够的卡车司机将货物运出拥挤的港口，这种情况尤其令人担忧。

为了解决卡车司机短缺问题，各运输公司持续提高司机待遇。干式货车运输公司 Cargo Transporters 宣布 2021 年第三次也是最大的一次加薪。其全包薪酬方案从每英里 58 美分增加到每英里 60 美分。

提升卡车司机薪酬的措施得到一定的成效。根据美国劳工部 10 月份公布的就业数据，目前美国卡车司机的数量已经恢复至 151.55 万人，已经非常接近疫情爆发前水平。仅 9 月至 10 月期间就新增卡车司机 7,900 人，已经连续 5 个月出现增长。

港口拥堵状况随着美国卡车司机数量的恢复正在逐步改善，不过对于更多物流运输装备需求的缺口正在扩大。CONVOY 的经济研究主管 Aaron Terrazas 也指出：“随着卡车司机人数的快速上涨，设备短缺将是影响行业恢复的重要因素。”物流装备制造供应将成为解决目前北美物流问题的关键。

根据 ATD 统计，美国重卡在 2021 年上半年销量突破 23.2 万辆，同比实现了 28.5% 的提升，取得了不错的反弹。不过 ATD 也警告，未来制约半挂车和卡车销量增长，满足美国国内激增的货运需求和港口拥堵状况的关键将是供应链问题。物流运输装备的短缺还将持续一段时间。这也是各大机构分析师纷纷看好半挂车制造行业的原因。

海运需求热度不减，全球 化布局企业抢抓物流运输 反弹机遇

当前，全球大宗商品和货物的需求暴增，全球港口持续拥堵，供应链持续吃紧，并且这一态势并没有缓和的迹象。高盛也在其 11 月 1 日发布的预测中表示，全球运输成本的高昂态势至少会延续至 2022 年中期，大量的集装箱被搁浅在码头。

马士基在其 11 月份的市场资讯中透露：“亚洲至北美航线 12 月总体运输需求仍保持强劲。北美港口拥堵情况有所恶化，洛杉矶港、长滩港和西雅图港的船舶等待时间，增加到 21 天”。此外，11 月 1 日，往来亚洲和美国航线的五大船运公司集体调高 GRI（综合费率上涨附加费），这是 2021 年以来该航线运费第 21 次调整：40 英尺标准集装箱的平均运费调整幅度在 1,000 美元以上，总运价超过 1 万美元/箱。

种种迹象表明，美国港口拥堵现状并未因为政府介入要求堵塞严重的港口启动 7x24 小时工作制而有所改善。美国几大核心港口都出现了集装箱堆积问题。大量的集装箱因为缺乏集装箱骨架车和半挂车，被滞留在原地。

因此，不难看出在全球供应链尚未完全恢复的状况下，具有本地化制造优势的全球化布局企业能够掌握更多的主动权。这对于在全球拥有业务布局并实行当地生产制造的企业来讲，无疑是最佳机会，全球半挂车与专用车高端制造领导者中集车辆就是一个。

根据公司公开披露，中集车辆积极构建的北美司令部已经初显成效，2021 年在美国印第安那州的冷藏半挂车生产制造工厂和加拿大安大略省的冷藏半挂车组装厂已经按计划陆续投产。运营多年的本地化品牌“Vanguard”和“CIE”已经在北美地区建立起了较高的品牌知名度。

此外，中集车辆也具备全球资源整合优势。中集车辆通过集中采购的规模优势，保障了原材料供给，全球供应链管理模式的降低物流成本，在北美半挂车需求复苏前就做好了储备。

疫情重塑北美消费者消费习惯，进一步释放物流运输行业需求

消费端方面，疫情重塑了北美消费者的消费习惯，电商物流需求增长显著，疫情期间美国 79% 的货物运输是通过卡车运输的。人们希望在线订购的商品能够在 1 周内交付到家中。消费者对于提升物流运输效率，缩短快递运输时间有了新的期待。因此，市场对于物流基础设施提升有了新的要求，用于物流运输的半挂车需求也将释放。

与传统的实体供应链相比，电子商务供应链所需要的物流资产是前者的三倍。为了适应物流行业的转型，北美各大主力电商公司纷纷加码运力建设，升级物流基站，储备运输车辆。厢式半挂车和冷藏半挂车成为“香饽饽”。

根据物流顾问公司 MWPVL International 的数据，亚马逊在美国新开设了 450 个配送站来处理和配送商品，目前其在美国的配送站已达到 930 多个。与此同时，美国各主要车队正在积极采购厢式半挂车和冷藏半挂车储备运力，以保障国内消费品的运输。不难看出，随着北美消费者消费习惯的转变，物流运输行业的需求将进一步被释放。

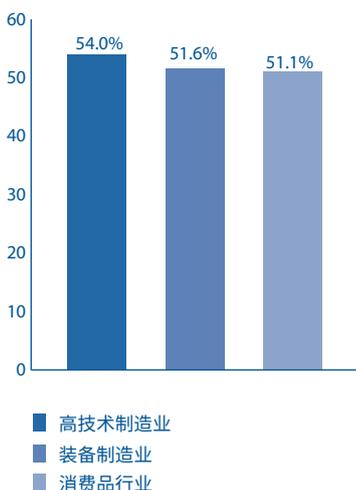
凭借资源整合和本地制造优势，中集车辆快速抓住了本轮行业复苏的契机。财报数据显示，截至 2021 年三季度，中集车辆全球半挂车业务的收入提升至 116 亿元，同比增长 22.8%。北美是中集车辆主要的海外业务市场，受益于北美市场本地化产线的优化以及迅速激增的市场需求，北美冷藏半挂车销量同比大幅增长 178.5%。

11 月 5 日，美国 1.2 万亿美元的基建计划获得美国众议院的批准，这是自美国二战以来最大规模的基建计划。该基建计划成功落地后，无疑将对美国经济产生直接刺激，给美国半挂车和物流运输装备市场复苏再打一剂强心针。

如今，海外半挂车市场需求释放已经是确定趋势，在全球供应链被疫情影响的当下，行业加速整合，在当地制造具备优势的头部企业有望获得更多的发展机遇。

2021年制造业占GDP比重逆势回升 寻找2022年高端制造“市场黑马” 投资机遇

来源：《新财富》 2022年2月7日



2022年开年，光伏、新能源等昔日如日中天的行业就遭遇当头一棒，市场风格快速向传统低估值行业漂移。在美联储加息的“紧箍咒”日益收紧的关头，市场投资逐渐稳健，制造业尤其是高端制造业备受市场关注。

1月20日，国新办就2021年工业和信息化发展情况举行发布会，工业和信息化部总工程师田玉龙在会上表示，2021年工业经济总体保持恢复发展，制造业数字化转型步伐加快，工业绿色低碳发展取得积极进展，产业转型升级迈上快车道。其中，装备制造业对整体工业增长的贡献率超过四成，带动作用明显增强。

值得注意的是，2021年制造业增加值占国内生产总值(GDP)比重达到27.4%，同比提高1.1个百分点。业内人士表示，这是近十年来制造业比重连续下降后的首次回升，显示了制造业对维持经济稳定的韧性，还需进一步加强对关键技术研发的支持与投入，发挥先进制造业的带动作用。

2022年，对于中国制造业而言，是转型升级关键之年。有分析指出，投资者应积极把握中国制造转型升级机遇，关注未来确定性强、空间大、赛道好的新兴先进制造产业方向，挑选技术创新驱动和具有自主核心优势的稳健成长型制造企业。

工业经济持续恢复

物流业转型升级迫在眉睫

国家统计局PMI数据显示，2021年12月中国制造业采购经理指数(PMI)为50.3%，环比上升0.2个百分点，景气水平连续两个月回升，表明我国制造业修复态势延续，增长动能正不断加强。从行业端看，高技术制造业、装备制造业和消费品行业PMI分别为54.0%、51.6%和51.1%，保持较快增长，均继续高于临界点。

回顾过去的2021年，中国制造业正是凭借这种极强的增长韧性成为全球科技创新和制造业转型升级的重要引领力量。中国商务部国际贸易经济合作研究院发布的报告显示，2021年亚洲地区成为全球外国直接投资主要流入地，以中国为代表的新兴市场国家通胀压力显著低于欧洲和美洲国家，通胀走势相对温和。较好的经济环境也给国家货币和财政政策制定提供了相对从容的空间。

进入2022年，数字化和智能化、双碳目标和绿色化以及内循环建设和供应链重构正成为当前以及未来明确的三个重大趋势。通过绿色发展理念转变发展模式，同时进行总量控制和内部挖潜，数字化和智能化将显著提高效率。而叠加内循环建设和供应链重构，可有效助力我国经济找到新的增长驱动力以应对外需的缺口。

以物流业为例，在数字化、智能化与双碳目标复合形势下，物流业转型升级迫在眉睫。

疫情以来，居民消费习惯被重塑，网络电商零售蓬勃发展，直播带货更是进一步促进了电商的渗透。数据显示，2020年我国网上零售额为11.76万亿元，是2013年的10.5倍，占社会消费品零售额的比重由2013年的5%增长至2020年的30%。电商的兴起，直接带动我国物流产业规模激增。中国物流与采购联合会公布的2021年前11个月物流运行数据显示，前11月我国社会物流总额为288.8万亿元，同比增长9.7%，两年年均增长6.3%，中国也在2021年成为全球首个快递件突破1000亿件的国家，可见市场规模之庞大。根据天风证券测算，2025年我国物流总额有望突破380万亿元。

与巨量市场空间形成对比的是，当前我国物流行业仍然存在车型落后不合规、信息不对称、货车装载率低、运力利用率低、公路货运主体散、数字化程度有待提升等系列难题，物流效率还有较大提升空间。

数据显示，2020年中国物流成本14.9万亿元，占GDP比重14.6%，同期美国这一数据仅为8%，如果通过系列专业化、数字化、欧美成熟市场的甩挂+多挂模式等措施推动物流行业提质增效，假设占比为12%，中国的物流成本约有万亿级下降空间。

拆分开来看，物流成本的下降，除了软件层面需要突破，硬件层面半挂车及专用车的大规模使用将是一个重要的提质增效手段。

据悉，半挂车可以连接任意主机厂生产的牵引车，其部分车身搁置于牵引车，大部分自重及载重量由牵引车牵引，二者协同完成货物运输。因为可任意连接，即停即走，其能大幅提高货物运输效率。不过当前我国半挂牵引车与半挂车的拖挂比例仍较低，在

欧美等发达国家，半挂牵引车与半挂车的拖挂比例达1:2.5-1:3，我国这一数据仅为1:1.07，增长空间较大。

此外，目前中国交通领域碳排放占全社会排放约11%，从运输方式来看，公路碳排放总量占比87%。欧美发达国家在完成工业化后，交通领域碳排放一般占全社会20-30%，与工业、建筑，形成“三分天下”的局面，这意味着中国实现“3060双碳目标”之前的运输需求总量、运输装备保有量仍将增加，碳排放总量将持续增加，通过运输标准化，尤其是多挂、甩挂模式降低公路运输碳排放迫在眉睫。多挂模式，对比单挂运输，碳排放可以大幅降低27%，对中国碳排放目标有重要战略意义。

高端制造赋能绿色物流运输

全球半挂车龙头有望充分受益

纵观整个半挂车市场，目前实现标准化、规模化、智能化生产的半挂车企业，在全球范围内，只有中集车辆等寥寥几家。根据《Global Trailer》公布的2021年全球半挂车生产企业按产量排名数据，中集车辆是连续9年全球排名第一的半挂车生产企业。公司同时也是全球销量排名第一的半挂车生产企业，以及中国领先的专用车上装和轻型厢式车厢体生产企业。

近年来通过全面打造高端制造体系，中集车辆在全球范围布局“灯塔工厂”，以领先的生产制造能力，成为全球半挂车行业的领导者。据了解，流程进行升级和改造，将工厂由劳动密集型生产转向自动化程度更高的模块化、标准化及环保化生产。通过“灯塔工厂”，中集车辆实现了产品品质好、材料利用率高、生产效率高、环保达标等目标。凭借“灯塔”工厂的规模竞争优势，2021年上半年中集车辆在中国的半挂车业务增长了66.3%。

不仅如此，为助力中国物流效率提升，中集车辆与陕汽等整车厂加深合作，研究头挂一体化匹配，在整车的风阻、降噪等车辆稳定性、载货空间容积的优化以及车与挂之间的信息交换等方面已有显著进展。

在数字化与绿色智能化趋势下，中集车辆积极研发推广新能源、智能化、数字化与轻量化的绿色产品，目前，公司专用车上装业务正与新能源汽车主机厂形成业务合作。同时，2021年公司前瞻性推出“太字节”品牌，专注冷藏厢体和干货厢体业务，深度参与冷链市场发展机遇。

2022年1月12日，工信部、公安部联合发布《关于进一步加强轻型货车、小微型载客汽车生产和登记管理工作的通知》，执法部门将从2022年3月1日严格实施《轻型货车、小微型载客汽车安全技术规范》，有望释放合规轻卡厢体的巨大市场需求，利好中集车辆这种具有研发技术护城河及规模优势的龙头企业。

无疑，制造强国在未来很长一段时间都将是中国经济发展的重心，国家“十四五”规划和2035年远景目标纲要也再次重申，要巩固壮大实体经济根基，深入实施制造强国战略。中集车辆通过近20年的积累，建立起了高端制造体系，并在逆全球化和新冠疫情下坚持“跨洋经营、当地制造”的模式对冲全球地缘政治对业绩带来的压力，在半挂车领域实现行业领先。

未来，在制造强国战略指引下，这种领先的制造能力将成为公司捕获物流及其他行业发展机遇的坚实助力。

20周年 征文赏析

从业20年， 中集岁月灿若星辰

作者：涛哥

2002年的3月，郑州到驻马店，下车时兜里不足10元钱，在华骏车辆厂的门口，我想我要在这里活下去，一个普通的家庭，供养三个学生，我知道父母已经尽力了，作为家中老大，我要尽责。下午报到入职财务部，部门没有坐的地方了，一个空位，上午一个新报到的同事坐了。我被安排到车间折弯班组实习，说是实习，实际直接顶岗了。我的工作是从钢材下料班组把裁好的平板搬运到折弯机，用折弯机把平板压成波纹板，就是半挂车的栏板。早上7点半上班，中午1点，晚上一般在10点左右下班，我是实习生，打扫好卫生最后一个走。第10个月的时候，一天一个财务的同事过来喊我说财务缺人了，领导让你回去，我有些恍惚！代理副班长、实习大学生？车间主任过来说，我们的班长手指碰了，世涛现在是折弯班代理副班长了，干活主力不能说走就走了。20年了，现在回想起来，记忆里只有每次下班回来，冲澡从头到脚流下的黑色的水……

回到财务部，我负责收款发车、供应付款和贴凭证做账。大学里关于统筹

是一门学科，我却怎么也学不好，财务工作却让我在一个小时内骑自行车跑4个银行把银行汇票兑付，把款付掉，根据手里的单据从雪松路中国银行到解放路工行办什么样的业务走哪条路，我能快速的统筹好、在约定好的时间给客户盖章发车。一个月换一辆二手自行车，我感到自己特别自豪。

2006年的6月，我调到甘肃中集，时任总经理陈晓光在兰州接上我，他说，你是财务经理，但现在公司正在筹建中需要你先干保安的活，注意节约用水。白天我们巡检工程施工队的工程质量，晚上就轮班当保安，跟在陈总后面我没有恐惧，只是干燥缺水裂开的嘴唇很痛。白银市是一个不到10万人的城市，工厂周围当时还没有开发，南北两面是未开发的戈壁，西面是一条深沟，东面有条路，在路面上能看到曾经铺过柏油痕迹。至今我还记得6月西北高原的天空那明亮的星星，一片连着一片。我在星空下给老家怀孕5个月的妻子打电话，诉说西北另一样的美！

10月16日甘肃中集第一台半挂车下线，我们喜极而泣；2007年1月9日甘肃工厂第一个孩子出生，我的孩子大家起名叫小白银；2007年9月我参加集团远航6期培训班，在宁波象山我第一次见到了海；2008年我30岁，成为公司总助，最年轻二把手。那时的我，粗犷而豪情万丈，眼前几公里之外那绵延的荒山戈壁，大漠孤烟，那五月才盛开的槐树花，那黄河上漂流的羊皮筏子我感觉是那样的让人心旷神怡。

零下近30度，我们推着熄火的功臣桑塔拉在几百里无人的公路上唱歌；我们在内外蒙交界测试运煤厢车，在驾驶室里一待半个月，半里外就能闻到我们彼此身上散发的羊膻味；我们一起用棍棒把闹事的无赖们打下深沟……十几年过去了，每每想起我依然热血沸腾，西北啊！有我永远的梦境。

2011年10月，集团财务负责人李志敏总打来了电话，充满期许：世涛，你在黄河边战斗了6年，应该换防了，两个星期后你去芜湖中集瑞江，那是江南不缺水、长江边，继续奋斗。我有些惊慌失措，小应的应下了。我没有说我刚搬进新房子，第二个小白银3个月后就要出生了，我没有想过离开西北。

11月份的江南，让我有一种鲁迅笔下回《故乡》的感觉。直到总经理王柱江握着我的手，欢迎你的加入，我们现在有些暂时性的困难，正在实施集团“中途岛”计划，你需要快速把财务账算清楚，把钢材闭环管理。爽朗的笑声，真诚而坚毅的眼神，我才清醒过来，我已从西北到了江南。

一个月的时间，办公室、食堂、宿舍三点和财务团队一起把账理清了。年报下来，亏损2500万，建厂以来唯一的一次亏损，同比经营出现断崖式下滑！2012年是拼命的一年，一季度砍掉起家的半挂车扩产搅拌车、粉罐车；人员编制从1500人降至1000人；重建营销队伍。半年度时我们止住了下滑的势头，王总说我们现在虽然只有6个亿的销售预算，但是我们要要有60亿、

100 亿的梦想！我真佩服领导的乐观。12 月，临近年底，云南昆明寄予厚望的一笔大单，车交了款却迟迟回不来。我请纓去要账，早上堵何姓老板在办公室的门要钱，躲了见不上晚上在老板家门口继续守着。30 多天每天都在希望与失望中挣扎！大年 30 的头一天，公司法务进仓说已经收不到钱，只有让老板个人写欠条。我把老板堵在了他带几个人吃年终饭的小火锅店，让他给我写个人借条，何老板在小饭桌给我写了借条，他居高临下的递给我，所有的要债人都回家过年了，你让我可怜又敬佩！

拿到借条，我飞奔到机场，在机场的大厅看到云南天空、阳光刺着我的眼睛，我就像走出牢房的囚徒见到了光明，嚎啕大哭！2013 年通过法院我们收到了欠款，那张借条起到了关键的作用。

2013 年 9 月份开始，我在做财务负责人的同时分管营销，这种打破岗位固有属实的轮岗机制，在行业内可能只有中集瑞江这么干。面对刚从销司体系脱离重新搭建的新队伍，总经理亲自操刀，大家一起探索尝试“大区承包制”、“虚拟汽贸制”“直经销并举”……探索中三年过去了，令同行尊敬又忌惮的狼性团队建制完成。到 2016 年年底，实施五年的“中途岛”计划收官，产品聚焦了，人心在战斗中更是拧成一股绳了。难忘的五年呵，每个年底都有惊心动魄的故事。2014 年 12 月 30 日，客户因业务纠纷在山东东营一个法制混乱的小县城把业务经理腿打折并非法拘役。我和进

仓等人连夜前往，用自己换出受伤的同事去医院治疗，只身前往与客户进行谈判。我不知道我从哪里来的勇气，当第一次面对真枪指着自已，真刀放在腿上对方扬言要砍下时竟然没有畏惧！我想是因为港战片看多的原因吧。然而经过近一夜的谈判，利用片刻的和平，我们一行趁天亮前一路飞驰逃离山东地界，太阳出来了，我彻底虚脱！在一个路边早餐小店，我们买了两箱 27 元 1 瓶的小刀酒，庆祝劫后余生。2015 年的万圣节之夜，我们一战成名。万圣节的前一天，南京郑姓欠款老赖带着一批黑恶势力赶走了公司拿着法院查封条的清收团队，逾期清收团队郁闷异常。与其郁闷不如行动，我们迅速组织 80 人的队伍，统一身着迷彩服，配备铁锹、对讲机和电子干扰器乘坐两辆大巴车直奔老赖停车场，杀个回马枪。当我们分兵四路，封锁路口，打开大门，迅速控制住各个房间的人员。当我们修复应查封车辆并拖到一百多公里的安全区域时，对方追过时已经望尘莫及。回来的大巴车上我们把高亢的音乐放到最大音，尽情体会在同行业中，金融逾期收车一战成名的快感！

奔跑的日子过得真快，2020 年公司克服疫情影响，发挥高端制造优势，实施组织变革、营销变革等举措一挙实现营收突破 50 亿，净利逼近 2 亿元，连续三年以 30% 的复合增长，圆满完成“预算 2020”。

2021 年 9 月 14 日，深圳的天空一片湛蓝。会议明确我下一站之后，毛弋总在太子广场 18 楼，带我来到窗户前，

所见之处是一片海，毛总跟我谈到了集团的跨洋制造，新时期在全面落实高端制造体系与管理新基建时需要每一位同事坚定不移与全力付出；谈到了孩子的教育，新工作岗位的使命；“天高任鸟飞，海阔凭鱼跃”中集车辆有广阔的发展空间，只要我们努力，没有什么做不到的……时间已经过去快半年了，却每每在耳边响起！

第四站，中集凌宇，我又回到了中原。面对下半年以来行业进入快速下行期，金融进入系统性风险发生的边缘，来不及看龙门山色，听马寺钟声，我们就投入了金融风险控制保卫战。年底公司评优我们被授予年度最高奖项“杰出团队”奖。东周王城下雪了，洛邑古城永峰塔下身着汉服俊男靓女在雪中起舞，迎接新年的到来。

谁家玉笛暗飞声，散入春风满洛城。马上就是十三朝古都洛阳城最美的季节了，全城牡丹开，笑迎天下客。

如果说人生是一场旅行，我想这 20 年我几乎一刻没有停息；如果说生命是一种体验，我想这 20 年我体验了为人夫的责任，为人父的美好，为员工的使命，为领导者的担当……感谢接纳我的每一个城市、工厂，感恩生命遇到的每个贵人！中集岁月 20 年我拥有了生命中所有美好，灿若星辰！下一个 20 年我相信美好依旧……



父子俩的中集车辆缘

作者：李云峰

20岁，对一个人来说，风华正茂，青春无限；20岁，于一家企业而言，正值壮年，未来可期。2022年，是中集车辆集团20周岁生日，这天，我打开微信朋友圈，写上这样一段话：“20年筚路蓝缕，20年春华秋实。生日快乐，幸运的人。”

在我的眼里，中集车辆何尝不是一位亲密无间的好伙伴呢？时光流淌的日子里，他是我的良友，我是他的故交；他参与了我的成长，我也见证了他的发展和壮大……

我和中集车辆的不解之缘，还要从2007年说起。

我的老家在陕西蓝田县，关中平原上的一个村庄，父母都是农民，农忙时种庄稼，农闲打零工赚钱养家，打我记事起，贫穷就和我如影随形。常言道，穷则思变，终于在2007年，临放暑假的时候，父亲在一天晚上说出了自己的打算：买一辆半挂车，跑长途。当时，村上有3个年轻人开大车，常年跑武汉、广州等地，也确实挣下钱了，家里新盖的、明显区别于周边低矮瓦房的二层小楼就是最有力的佐证。“小周跟我说了，只要我买车，前两年他帮我联系活路，亏不了！”父亲极力劝说母亲。拗不过他，母亲只能答应了。

揣上东拼西凑借来的钱，父亲和几个熟人进城了。秋季临开学前，父亲和村民开着一辆半挂车回来了，我清晰地记得，那辆车周身红通通的，车上有“中集华骏”几个字。中集华骏，或许就是车的具体品牌吧！我猜测到。有了这辆车，父亲开启了自己的运输生涯，和村里的年轻人一起拉货跑运输。慢慢地，父亲的活路熟络起来，每逢寒暑假，我都会帮车，国道上、高速公路上，都留下了我们欢快的笑声……

跟了几趟车，我惊奇地发现，父亲买来的这辆中集华骏车不仅皮实、耐用，驾乘舒适度也高，我们经常在驾驶室一坐就是大半天，但是也感觉不到累。这辆中集华骏车带给我们的，除了舟车奔波，还有可观的收入，在父亲眼里，这辆车就像自己的老伙计。

就这样，父亲购买的这辆中集华骏车，陪伴我们走过一个又一个春夏秋冬……

2016年读完高中后，我以近百分之差与大学失之交臂。落榜后，我不甘心进厂打工，也萌生了开车挣钱的念头。父亲郑重征求我的意见后，最终决定尊重我的想法。买什么品牌的车呢？中集车辆当然是不二之选。2017年2月，一辆高强度、轻量化的中集自卸车开进了我家院子。如今，这辆车已经融入我的生活，成为日常中不可或缺的一部分。

我时常在想，中集车辆，到底是怎样的一款车？

通过查询我得知，以智能互联为愿景的中集车辆集团，在中国市场是具有竞争力的创新精神的专用车上装生产企业，同时也是轻型厢式车厢体的生产制造企业，并从2014年起开始探索建设“高端制造体系”，同时深化“跨洋经营、当地制造”的经营模式，在创新发展的道路上行稳致远。仅2021年上半年，就实现了营业收入177.1亿元，同比增长57.6%……

为中集车辆喝彩！

儿子开心果今年4岁了，小家伙一看到街道上来来往往的车辆就兴奋，直喊：“爸爸，我长大了也想造汽车！”我告诉他，从小要好好学习，将来才能造出好车。希望儿子梦想成真！

20年，能让一名咿呀学语的幼童成长为青春勃发的少年；20年，也能让一棵温室幼苗成长为婆娑大树。20年，不长不短，说不长，只是弹指一挥间；说不短，却足以让一家企业从无到有，从小到大，能让一群志同道合的人联手开创一番新事业……

惟愿中集车辆集团事业蒸蒸日上，下一个20年，我们再举杯！

车辆集团20周岁生日感怀

作者：青岛中集专用车／邓苛

今年，是中集车辆集团成立 20 周年，在上下共祝车辆集团 20 周岁生日之际，我心潮澎湃，浮想联翩。

与中集结缘，是在 2005 年的 10 月，我所在的青岛恒丰物流公司随青岛港从八号码头搬迁到前湾港，主要经营租箱业务和船公司货贷业务，是前湾港为数不多的物流公司业务重心，世界最大箱公司如 TAL、TRITON、TEX 等都是公司的客户，当时中集集团在青岛已有集装箱制造业务的基础上，为了发展港口物流业务，选择了紧邻青岛港的三家公司进行了业务合作，恒丰物流一家，另两家是中集裕龙和振华物流，经过公司的股权转变，我就顺理成章的同中集签了劳动合同，正式成为了中集集团的一员，主要从事公司信息化建设和系统运维，兼做一些箱务管理，因当时中集裕龙是由恒丰公司兼管，所以我也同时负责中集裕龙的一些信息化的工作。

在加入中集集团后的 2007 年，根据集团发展战略，推动中集名下物流公司统一上线管理系统，以做到各大港口物流一盘棋，所以后来就有幸首次到深圳集团总部参与系统的架构规划，记得当时去时是阳历二月，也是第一次坐飞机，北方的青岛是冰天雪地，也没有带单薄衣物，到了宝安机场，一下飞机，看到都是穿着半袖衣服，硬是从寒冬过渡到了酷暑，方感中国的幅员辽阔，地大物博，集团驻地深圳蛇口，是自家邓爷爷 1979 年为推进我国改革开放和加速社

会主义现代化建设在中国的南海边画的一个圈的地方，首批四个经济特区，深圳是其中一个，为歌颂伟人功绩，道路旁邓爷爷画像和改革标语随处可见，足以看到深圳人民对邓爷爷的无限崇敬和感激。

记得当时登上集团办公大楼，远眺香港九龙，近观高楼大厦，俯视车水马龙，却有一种无名的自豪感油然而生，感觉中集集团就是深圳最靓的仔，而我是中集集团最靓的仔，这种感觉是相当震撼的，以致于后来一直充盈心间，也许这是对先进文明的一种崇尚吧，深圳作为中国第一批经济特区，代表着中国先进的物质文明，现在青岛正在一个“学深圳 赶深圳”的路上奋力奔跑，这也旁证了我当年的崇尚并非盲目。

在中集集团的这些年，我经历了结婚、成家、生子等人生过程，也是三观的塑造、工作风格的养成时期，虽未做出多么突出的业绩，但也正如千百万中集人一样在平凡的岗位上，挥洒汗水，有一份光，发一份热，也正是千百万平凡的中集人这种脚踏实地，自强不息的坚韧品质，成就了今天的中集，看到今日中集获得的一个个可喜成绩，跨过的一座座高山，回想起在中集这些难忘的日子，潸然泪下，无悔青春，人生值得！

后来，在 2018 年 7 月，我有幸从中集集团物流公司转到现在车辆集团的青

岛中集专用车公司，继续负责公司信息数字化建设，ERP 系统运维等，能继续为集团服务，成为中集新家庭中的一员，我感到无比亲切和自豪，并且是持续的。进入了新的公司，结识了更多的同为中集家庭成员的兄弟姐妹，现集装箱办公大楼就是当时恒丰物流公司一个项目组设计建造的，每天上班进入办公大楼都有种宾至如归的感觉，身有中集集团的数年的恩泽，胸中有中集企业文化多年的熏陶，这是何等的凝心聚力啊！

记得刚入职时，尽管在过去的工作中积累了一定的工作经验，但难免还是需要学习很多新的东西，特别刚接手的亿格，MAS 等 ERP 系统，还有新上线的 iwork 协同办公等，业务上从物料采购到钢板的切割下料，从车架焊接到打砂喷漆，从装配下线到质检入库等等，每一个流程必须都要了然于胸，否则很难站在业务的角度进行系统运维，更不要说变革创新了，我就在实践中多跑多问多悟，特别感谢各位领导的一路引领和同事的支持提携，使我在工作中不断学习完善，也让我在每一天的满怀感恩中深深体会一个集团化公司的严谨高效，崇尚创新，协同共进，充满活力和集体干大事的工作氛围！

在入职的这几年，我有幸见证了车辆集团的一步一步的成长，2019 年 7 月，H 股上市，2020 年受疫情影响，在全球经济下行的局面下，逆势营收同比

增长 13%，2021 年 7 月，中集车辆在深交所敲钟上市，实现 A+H 两地上市，成为创业板注册制首家 A+H 股上市公司，这也是中国高端制造业转型升级的缩影和样本，正如车辆集团 CEO 兼总裁李贵平先生在新春致词中所说：“展望 2022，中集车辆手握比以往更多的破发点，一定会破局成功，中集车辆将借助破局，释放出更大的潜力，以猛虎下山之势，为集团带来更大的利润空间，为股东创造上乘业绩！”一个个可喜的成果，一句句激荡的话语，都令我们备感振奋，心中充满无限力量！

在当前经济新旧动能转换和运用“互联网+”推进传统产业改造提升的大背景和公司“提升规模、降本增效、有质增长”的经营理念下，作为信息工程师，既要精通公司各项业务，着手细微，更要走在时代信息化的前沿，紧跟行业的步伐，需要做到与时俱进，“及时当勉励，岁月不待人”，今后我会和全体同事一道，团结在以张吉范总为核心的领导班子的周围，以行百里者半九十的觉醒和意志，坚持创新，勇于探索，为公司各项业务寻求更多的数字化赋能，踏踏实实做出自己更大的贡献！

2022 年，中集车辆集团迎来 20 周年生日，我心情久久不能平静，二十年风雨兼程，二十年砥砺奋进，让我们带着这份信念和生日的祝福，一起奔向更辉煌的未来！

《满江红·中集车辆 20 年》

沧海横流，二十载、征途漫漫。

回首望、风起云涌，诸多艰险。

全球运营通四海，地方智慧齐亮剑。

纵波折、自不忘初心，翘首盼。

危难处，英雄现。推上市，格局变。

向高端挺进，步伐矫健。

跨洋经营显优势，当地制造挑重担。

正青春，传承复鼎新，抒长卷。

注：初心、传承是本次征文的主题；“全球运营，地方智慧”与“跨洋经营，当地制造”是中集车辆集团之前和当下的经营理念。

凌宇汽车
品牌文化部
常国强

总裁 2021 总赠书

阅读挑战赛精选读后感

《破局思维》读后感

CEO 办公室

刘通



《破局思维》告诉我们如何换一个角度来看待当前面对的问题，尤其是那些用常规方法无法取得突破的困局。

解决方法的问题有很多种，但作为一本书的思考，更多的需要思考，看完这些案例，什么是我们解决问题的方法论。

我认为是成熟标准的重构。

借用香帅对于国家经济体中“熟经济”的划分，我们也可以将行业简单分为“熟行业”和“生行业”。

就如同我们对一家企业进行估值。当我们对一家制造型企业进行估值的时候，我们会关注他的投资回报率，管理团队成熟度，固定资产，来判断它是不是一个好公司。我们称之为“熟行业”的评价标准。

而我们对一家游戏公司进行投资的时候，我们往往不能用相同的标准来进行评价。

我们可能去看他的 GMV，他的用户数，他的客户满意度，甚至 B 站上的评价弹幕数，标准很不统一。试想如果我们都用用户是否充值，是否能拿到腾讯、字节这样大厂的投资的标准来看，米哈游这样的公司当然也就不能昂首进入公共视野。因此对于游戏这样新兴的“生行业”，我们的评价标准往往会更加返璞归真——“用户是否喜欢”。所以我们衍生出了浏览量，留存量，话题度等评价标准。

首先我们同意在千禧一代、Z 世代消费者在不断崛起，新产生的“生行业”在运作模式上更加贴近于新兴消费者，更加有新意，有未来感；第二我们同意，因为行业青涩，“生行业”的评价标准会更贴近于客户付费意愿本身；那我们是否可以认为，“生行业”的某些商业模式，是可以对已经长久形成思维定势的“熟行业”提供某些维度的“降维打击”可能性。

举一个小例子，在半挂车行业 C 端用户中，是否可以有一个品牌的品牌热度和提及度可以足够高，不断的在司机们口中口口相传。是否有一些新营销的 IP 营销操作，比如东鹏特饮与半挂车企业的联名款，集齐 200 瓶东鹏特饮的瓶盖就可以去半挂车服务站享受一次免费维保呢？

另一种探索：以半挂车生产工厂为背景的情景网络轻喜剧，是否可以提升青年工人的自我认同感，解决一部分

蓝领员工招工难的问题？

不过其实需要注意的是，人类无论在任何时候，对于思维模式的创新，都是要逐步实施，太过于破坏式的“破局”有很大可能会自毁长城。

王莽在西汉末年的改革就是很典型的“破坏式”破局，在生产水平以及社会结构成熟度没有达到足够水平的情况下，就跨越式的实行废奴、均田、币制改革等一系列结构化改革方案，导致从根本上动摇了政府的执政基础，掀起了全国的反莽浪潮。

相对而言，瑞安航空在循序渐进这一点上就理解的深刻的多，他的步骤是：先推出一个可以解决客户痛点的品牌，以获取客流——让消费者接收这一模式为合理——在“性价比”上探索最精益的运营模式以建立护城河——在已经建立足够消费者基数的前提下进一步探索赢利模式。

无论是初创企业还是成熟性企业，对于一个成熟的经理人，在头脑风暴破局思路和把控破局尺度的时候，有两件事总归是没错的：

一是多做些沙盘推演，避免空中楼阁。

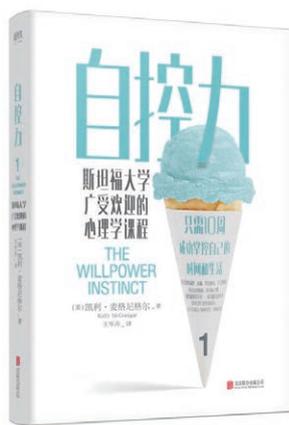
二是增大商业案例的阅读量，可以做到手中有粮，心中不慌。

总裁赠书 2021

阅读挑战赛精选读后感

《自控力》读后感

验证中心
纪传鹏



读完这本书后做出的一次尝试和结果分享。

这本书是一本非常实用的工具书，每章都提供了一种自控力策略，可以根据自己的实际情况选择最相关的一个进行尝试。对于这本书，我觉得只能进行过完整周期的尝试后才能称之为读完这本书，而我也确实做了一次完整的尝试，并取得了较可观的效果。

我选取了第3章里提到的一种训练自控力的策略，叫“我想要”的意志力实验。在这个实验中，我首先确定了自己的目标，即“我想要”提升自己的专业理论水平，进一步地，我结合自己平时的工作内容选取了《钢结构理论与设计》这门课程作为自学目标（因为我的工作产品大部分属于钢结构，对钢结构的受力形式和失效原理等进行深入了解是在工作中深入发展的重点）。这门课程我在刚入职中集车辆

的时候就想自学，但过去两年多的时间里，我总是以工作过于劳累，或是难得与家人朋友团聚等各种借口自我推脱，到今年初仍看不到一章。在看完《自控力》这本书后，我突然就萌生了一个想法：为何我不正好利用这次尝试也把心里一直惦记的这件自学的东西也推动一下呢？特别是从去年开始，我一直在工厂实际帮忙解决箱体失效和轻量化问题，往往涉及到较深的钢结构失效理论和仿真方法准确性等关键问题时，我就因为缺乏这方面深入的专业知识而一直受惑，进展缓慢，难以从根源上解决问题。所以，我具有非常强的“我想要”的目标。

既然明确了我的目标后，我就开始给自己做了计划，我从春节假期前一周开始我的自学挑战试验。强迫自己比平时早一小时上床休息，并在早上7点钟起床自学一个小时的《钢结构理论与设计》，再去上班。因为这段时间我是完全不受干扰的，可以全神贯注地进行学习。回忆起这个过程，也可以清晰地看到自己的变化。一开始强迫自己早睡，但上床后精神很好，就在床上玩手机，实际睡眠时间就跟以往相似了。这也导致我第二天到7点后非常困，然后第一天的尝试便已失败告终。

但当时我想起了这本书的一句话“在一些小事上持续自控会提高整体的意志力”，所以第一天的失败只是我当前意志力的小测验，接下来的努力才

是对自己意志力的锤炼。所以当天我就决定自己不能这么荒废下去，只要坚持下去，养成自学习惯后才有可能实现自己在专业能力方面的追求。于是我给自己下了决心，第三天到7点后，无论多困都要起来学习，只要作息习惯后，以后就不会那么难了。结果真如所料，我到第三天到点后还是很困，但坚持起床后强打精神学习发现效率还是挺高的。但上班到下午的时候就发现自己特别疲惫。但我觉得这是开了个好头，只要坚持下去习惯就好。之后我连续几天早上就强行调用自己的“自控力”让自己起床（内心抱着一种强烈的对专业能力的追求感强迫自己），这种上班的疲惫感果然在我坚持几天后就逐渐减弱消失了。我发现自己的自控力仿佛也得到了很大的提升，以前叫醒我的是闹钟，而现在叫醒我的是对理想的追求。甚至在周末时间我也极少再像以前那样晚睡赖床，而是计划好要干什么后也早早起床了。

可以说，我根据这本书里的“我想要”这次尝试，成功地调动起了自己对成功的渴望和追求，并使其逐渐养成了一个习惯，我的自控力得到了明显的提升。希望自己的这种自控力能得以保持和进一步发展，而非昙花一现。加油！

《华为铁三角工作法》读后感

DE 部
张南华



感受深刻的几句话

1. 方案经理最核心的角色定位，是产品格局的构造者、品牌的传播者以及盈利的守护者。(P037)

2. “人在一起只是团伙，心在一起才是团队”。(P204)

感悟：

- 方案经理的 5P 模型包括 Plan、Place、Product、Promotion、Profit。此处着力强调了方案经理最核心的角色定位是其中的“产品格局构造者”、“品牌的传播者”以及“盈利的守护者”，
- 这是因为只有方案经理完全理解客户的产品和服务需求，深入调研客户的需求、找到需求痛点，才能找到跟公司产品和服务有关的机会点，找到突破口，进行产品布局和准入管理。
- Product 是方案经理通过前期市场规划、深挖客户需求痛点以后才制定的，所以只有方案经理才能更好地制定营销策略让客户感知产品、解决方案与服务的价值。

感悟：

- 所谓“心”即为共同目标，共同理想。目标决定行为。只有为了共同目标齐心协力，才能更好的成事。
- 如果“心”不统一、各为其主，那么每个人在团队中发挥的力就会朝着不同的方法进发，结果就是“1+1 < 1”。

- 最后只有销售项目盈利了，整个铁三角团队才能算成功。那么，在 LTC 流程环节中，从制定和执行产品解决方案、定价策略、参与合同管控到产品交付管控，都需要方案经理本着盈利的目的参与到各个环节中才能更好的帮助项目团队实现目标。

场景联想：

- 铁三角内，方案经理不仅仅是提供产品方案。往前，需要深挖市场和客户需求，往后，需要制定产品营销策略和监控产品交付。只有到市场去、到客户里面去，才能提供更好的产品，而不至于闭门造车。

场景联想：

- 询单或者订单过程中，销售、技术、采购、生产等都应着眼于如何保证促成客户订单、保证订单交付这样的一个共同目标开展工作，这样才能高效高质量地完成项目。

总裁2021 总赠书

阅读挑战赛精选读后感

3. “所以，对想要复制铁三角销售模式的企业来说，想要组建自己的铁三角团队，首先要重新塑造自己的销售业务流程”。(P209)

产生“既视感”的警句

“对一个正常项目而言，一般可以从以下四个维度洞察机会点”(P085)

- 华为铁三角很好的总结了项目洞察机会点的几个维度，或许其它公司的不同表达方式，但是总体维度与方向还是基本集中在市场、产品、客户、竞争。
- 好比与一汽解放合作的项目里面，一汽销售总监便提出了“五看三定”来确定项目规划，“五看”分别是“看方向”、“看行业”、“看竞争”、“看客户”、“看自己”。

这“五看”比书中提到的多了“看自己”，我认为这是一汽解放比华为总结要好的地方，“看自己”是一个向内的过程，发现和挖掘自身的优劣势，这样才能更好地往外看，从而寻找适合自己的机会点与突破口。

感悟：

- 流程是保证业务正常流转的一套管理体系。建立流程目的是为了企业或者团队按照业务流程展开所需的关键关节、按照既定的规则与路径开展工作，保证业务和工作的高效运转。

“醍醐灌顶”的顿悟

“华为首先思考的是，客户需要的到底是什么？什么样的解决方案能够最大限度地体现客户价值，提升客户满意度？”(P35)

感悟：

- 面对客户的需求或者期望，只有真正站在客户的角度思考，客户需要的是什么？所需解决的问题是什么？才能更好找到解决方案。
- 如果仅仅是响应客户表面上的需求，那么所能提供的产品解决方案永远都是浮于面上，与竞品雷同，不能与之拉开差距，从而很难提升客户满意度。

场景联想：

- 好比平时我们买牙刷，表面需求是买牙刷，再深层次一点需求是需要洁牙的工具，但是更深层次的需求是洁牙。那么针对不同层次的需求，会有不同的解决方案。漱口水供应商便是绕过牙刷和洁牙工具的表面需求，解决人们的最根本需求，从而另辟蹊径，开拓了市场。

场景联想：

- 不管是销售团队还是其他的，如技术团队等，在开展新业务前都应该先梳理构建出针对该业务的高效的流程，如此才能保证相关责任方按照既定规则和路径办事，保证业务朝着规则可控的方向发展和前进。

- 反观我们行业，针对不同的产品和场景，销售人员或者客户反馈的需求很多时候就是上述的“牙刷”，它们仅仅是表面的需求，仅仅是针对根本需求的比较现成或者有经验的解决方案。但是我们需要深度挖掘客户最根本、最本质的需求是什么？针对这些需求，是否有比现有的“牙刷”更加能解决需求痛点的方案。

如何向同事或朋友推荐本书？

A：这是一本关于华为销售体系和工作方法的书籍！

- 本书总结凝练了华为通过构建敏捷的铁三角及从线索到回款流程(LTC)的端到端保障体系，让销售从不确定走向确定的底层逻辑。
- 同时本书结合了很多华为内部的案例使得内容更加显浅易懂，让人理解。
- 通过借鉴此书，无论是一线的销售人员、还是带领团队的销售主管、亦或是公司的高管，都能找到各自关于销售方面工作成效或者管理方法的方向与落脚点，从而提升自己、提升工作。

《曾国藩的正面与侧面》读后感—灯塔

投资者关系管理部

朱文枫



有人说曾国藩是千古完人、权谋家，有人说他是元凶刽子手、叛国者，历史上对他的评价褒贬不一。但我低头却看到，这是一个活生生的人，一个情感丰富、思虑缜密、善于剖析自己、分析人情世故的涉世者，于纲纪倾圮、江河倒流的战乱时代，在操守与利益、高尚与卑污、担当与躲避、进取与退舍、一时与千秋等立身大节上一种近于典范式的选择与处置。

在《自控力》里，我瞥见曾国藩立志要做“圣人”，以极致的要求苛刻自己，检摄在外，持守于内；他常年身体有疾，仍坚持自省，勤则百弊皆除；自我完善并非一帆风顺，更不可能毕其功于一役，他提出“有恒”，自控做“圣人”是终身的事业。他是《破局思维》里的遵循自我，唯我独革、矫激傲岸，在京三奏咸丰，他不改颜色，在湖处处受排挤，他亦坚持下来了；终于他明白了只有海纳百川，兼收并蓄，才能调动各方面的力量，突破思想的限制，才能重塑能力的跃迁；但不管外在展现形式如何变化，他始终树“树德追孔孟，拯时俚诸葛”的气节，坚守本我。

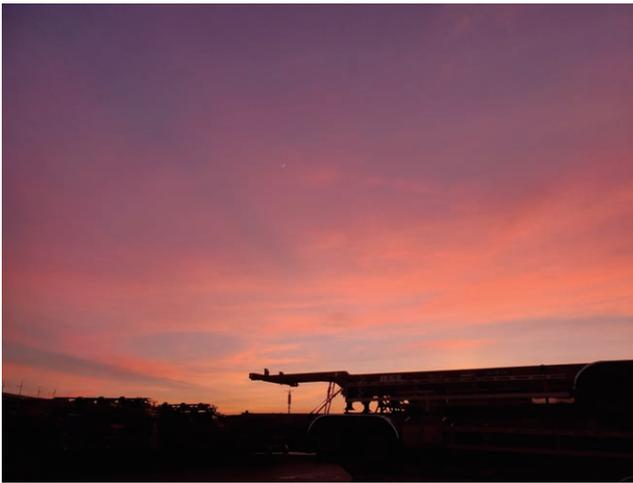
在《华为铁三角工作法》里看到他的身影，选对人远比改变人更重要，他的“识人之明”载入史册，“选士人，领山农”，并建立了一套系统的选人、育人方法；制定什么样的激励方案才最有效，他赤地立新，实行厚饷原则，

以高薪养廉治军，对待下属推心置腹。他亦是《图解战略》里的实干家，不讲过高之理，只以“实事求是”为宗旨；他虽不知兵，但坚韧的“结硬寨，打呆仗”，不求奇谋、稳扎稳打，湘军最后的成功，靠的是两个字，一个拙，一个诚。

最近在网上看到一篇广为转载的推文，一名在疫情下的北京失业中年，早年985名校毕业，一路有坎坷也有顺利，北京房车亦有，生活富余。今年初，毫无征兆的被公司裁员了，辗转反侧，终于决定卖了房子回老家生活，十年京华梦，叹人生无常。我有点失落，曾国藩在晚年的时候，他越来越感觉，人力是很弱小的，主观努力能施展的范围其实相当狭窄，环境和时机远比人的努力重要。“运来天地皆同力，远去英雄不自由。”不过，他明知有些事不可为，但仍然为挽回清王朝江河日下的颓势鞠躬尽瘁，死而后已。

有时候，我们可能努力了很久只是成为了一个普通人，在时光的印记里，有热血的执着奋斗，也有落寞的灯下身影。不管环境如何变化，我们无法掌控天时、地利，但应该相信心中的那座灯塔，如曾老先生一样，于家国倾覆的年代，不断地革新与进取，“前世所袭误者，可以自我更之；前世所未及者，可以自我创之。”蕴藏着一股强大的韧性与力量，发光发亮，点亮世间。

摄影比赛



文化活动剪影



20周年里程碑事件

4月16日，中集集团在深圳蛇口明华国际会议中心举办“中集集团半挂车产品发布会”。会上，麦伯良总裁正式对外宣布：中集第二层面发展战略业务—专用车项目正式启动。并在此次产品发布会上成功拿到了第一个国内半挂车订单。



2002

2003

2003年，按照“科学规划、合理配置、区域覆盖、标准统一”的战略构想，中集车辆集团以收购兼并的方式，使扬州通华公司、驻马店华骏公司、济南考格尔公司等国内知名的专用车企业相继加入中集车辆产业序列，由此初步奠定了在中国专用车行业中的战略地位。

5月，中集集团成立了北美全资子公司 CIMC USA。并以此为平台，成功收购了曾是美国排名第五的半挂车制造企业 HPA Monon 公司，成为中集车辆集团实施全球化发展战略的始端。

7月，中集车辆成功竞标取得世界上最大的集装箱船运公司—马士基的 13000 台集装箱运输半挂车订单，这是国内企业迄今为止所取得的最大一笔半挂车产品出口订单，标志着中集半挂车产品成功打入国际市场。

9月，深圳中集专用车生产基地正式在深圳龙岗区坪山镇奠基，战略布局中的核心型企业正式拉开了投资发展的战略序幕。



6月，经国家发改委、国家工商总局批准，中集重机公司正式更名为“中集车辆（集团）有限公司”。由此中集车辆产业正式按集团式管理架构进行运作。

10月22日，为积极拓展北美市场，为中集车辆与合作伙伴搭建起一个更为积极、有益的信息共享、交流平台，中集车辆集团在深圳举办了以“北美内陆物流趋势”为主题的首届国际研讨会，由此开启了海外半挂车市场研讨、交流的“Seminar”之路。

10月，中集车辆旗下第一家专用车生产基地深圳中集专用车在深圳坪山开业。



2004

2005

1月21日，中集车辆集团在中国设立了首家专用车 4S 店—上海中集车辆物流装备有限公司。

自此，中集车辆产业大力拓展国内营销服务网络，逐步形成了以区域中心城市为骨干，以“沃尔玛式”园区开发为模式，点面结合、全面覆盖的营销服务体系拓展格局。共设立 5 家区域中心店，25 家省级分店，超过 600 家服务站，使客户在网络化的优质服务中，充分享受选购、融资、保险、维修、检测、上牌、配件供应等全生命周期一站式增值服务。



4月，国家交通运输部发布了道路货运汽车及汽车列车第一批推荐车型名录。在 24 款推荐车型中，中集车辆集团共有 6 款车型获得推荐。这是中集车辆产品第一次获得国家交通运输主管部门的首肯，为中集车辆产品在国内市场上站稳脚跟并赢得了良好声誉。



2006

2007

4月，中集车辆集团首次涉足澳洲半挂车市场，成立了 CIMC Vehicle Australia 公司。并在此基础上收购兼并了澳洲最具实力的罐车企业 Marshall Lethlean Industries 公司。

5月，中集车辆的触角进入东南亚市场，拉开了泰国生产基地（CIMC VEHICLE (THAILAND) 公司）的投资建设序幕。

6月，中集车辆开始向欧洲进军，收购兼并了比利时生产罐装运输设备历史悠久的 LAG Trailers N.V 公司。



4月，中集车辆收购兼并了美国 DCLLC 公司，为中集车辆进军北美骨架车市场奠定了基础。



2008

3月20日，中集车辆（集团）有限公司董事会举行换届选举，麦伯良总裁、李胤辉副总裁分别出任新一届董事会的董事长和副董事长。

根据新一届董事会决议，李贵平被任命为中集车辆（集团）有限公司董事总经理。

年底，中集车辆集团全年共销售各类车辆 15.53 万台，首次突破 15 万台，成为自 2004 年以来产品销量最高的一年。



年底，中集车辆集团全年销售收入达人民币 173 亿元，首次突破人民币 170 亿元；实现利润人民币 7.56 亿元，创下自 2004 年以来年度销售收入和年度利润的历史性新高。

10月31日，中集车辆总经理李贵平受麦伯良总裁委托，出席了美国商务部在美国华盛顿特区举办的“选择美国”—2013 投资峰会。

11月，中集车辆 CIMC-Silvergreen 荣获欧洲“可持续发展”运输奖；同月，中集车辆 CIMC-Silvergreen 荣获欧盟委员会举办的“欧洲绿色环保产品项目奖”。



4月，被誉为“中集车辆先进零部件制造中心”的东莞灯塔一期工程建设项目在东莞望牛墩镇正式开工。东莞灯塔项目总投资人民币 4.2 亿元，总占地面积 18 万平方米，年产能换算为整车在 3 万台以上。东莞“灯塔”工厂具有生产管理数字化、产品制造柔性自动化和生产工艺绿色环保等三大特点，“灯塔”工厂已成为中集车辆制造技术升级的标杆。

10月，中集车辆波兰公司 (CIMC Trailer Poland sp.z o.o.) 在波兰共和国波莫瑞省格丁尼亚市举行了简单而庄严的开业庆典。中集车辆波兰公司的成立，是中集车辆重返欧洲市场的一个重要里程碑，也是中集车辆“全球营运、本土智慧”战略结出的又一丰硕果实。

年底，中集车辆集团成功引入中国平安、深圳南山和住友株式会社等三家战略投资者，共新增投资金额达人民币 12.5 亿。通过战略投资者的成功引进，使公司构建起多元而又平衡的多股东股权结构，公司的全球化营运以及战略决策和战略管理将更加科学、合理和高效。



2010

2009

3月，中集车辆半挂车研究院挂牌成立。这是中集集团第一家板块级产品技术研发机构。次年 1 月，随着世界规模最大的半挂车整车道路模拟试验室在半挂车研究院的揭牌，标志着总投资 6000 万人民币的世界一流的中集车辆检测试验中心正式建成。

由此半挂车研究院成为了在全球领先的、具备正向研发能力的专业研究机构。它为促进中集车辆产业的产品升级换代，逐步形成中集车辆在全球的核心技术竞争力，为中集车辆产业迈向世界级企业的目标奠定了坚实基础。

9月，中集车辆建立了北美冷藏车公司 (CIMC Reefer Trailer Inc.)，其生产基地也正式建成投产，有效覆盖了北美市场，从而使中集车辆集团北美业务进入全面发展阶段。



2011

2012

3月，应北美知名商用运输研究咨询机构 - ACT Research 公司的邀请，中集车辆集团董事总经理李贵平参加了 ACT 第 46 届研讨会，并在会上代表中集车辆集团作了题为《全球营运，地方智慧》的主题演讲。这是第一家来自中国半挂车与专用车制造企业在北美商用汽车行业具有影响力的 ACT 研讨会论坛上进行演讲，说明“中集车辆”品牌知名度在美国的行业地位获得认可。

同年，据美国 Trailer Builder 统计，中集车辆集团 2011 年在美国专用车行业排名跃居全美第五名。

6月，在中集车辆集团成立十周年之际，中集车辆正式确立了“全球营运、地方智慧”的经营理念。并发布了《中集车辆五年品牌战略发展规划》。



2013

2015

2014

1月，中集车辆集团全面完成对 GTE 公司的收购，为中集车辆的海外营运平台注入新的资源和活力。GTE 公司成立于 1979 年，是西澳大利亚领先的道路运输装备和服务的制造商和供应商。

3月，中集车辆集团在美国拉斯维加斯召开以“运用全球智慧——用更广阔的视角”为主题的第九届全球半挂车研讨会。来自世界各地的 400 多名嘉宾参加了此次盛会，这也是中集车辆首次将 Seminar 活动移师海外。

2014年，中集车辆开始探索建设“高端制造体系”之路。



11月5日，中集车辆参加由中国国际贸易促进委员会汽车行业分会在武汉主办的“2017 中国国际商用车展览会”。并在会上宣布成立江苏挂车帮租赁有限公司，正式进入半挂车经营性租赁行业。

在“2017 物流与运输车辆高峰论坛”上，中集车辆集团董事总经理李贵平还发表了“中国专用车企业的转型升级”的主题演讲，他介绍了中集车辆三大制胜法宝：全球供应链管理、跨界设计、跨洋制造，以及半挂车租赁共享的创新商业模式——“挂车帮”公司。

12月18日，平安资本以 8.18 亿元的出资，完成受让中集车辆 10.77% 的股份。两次投资后，平安资本合计持有中集车辆约 27.6% 股权，成为中集车辆的第二大股东。



2017

5月24日，扬州通华“超级麦哲伦项目”通过专家组验收，标志着中集车辆数字化工厂探索和研究取得成功。

7月11日，中集车辆（股票代码：1839.HK）在港交所正式挂牌上市，成为港股市场半挂车制造第一股。在开拓资本化道路与扩大融资空间的同时，持续提升国际化管理水平，增加品牌溢价。



2019

7月8日，中集车辆正式登陆深交所创业板，实现 A+H 两地上市，成为“A+H”的全球半挂车和专用车高端制造第一股，也成为了创业板注册制以来首家 A+H 股的上市公司。

9月，Global Trailer 公布了 2021 年全球半挂车生产企业按产量排名的数据。中集车辆已连续九年蝉联全球半挂车生产企业排名第一。



2021



2016

6月，中集车辆集团以 9170 万英镑的价格完成对英国 Retlan 集团（英国最大的半挂车制造企业，旗下拥有 SDC 和 MDF 两家子公司）的全资收购，这次收购使得中集车辆在欧洲市场的车辆销量排名一跃上升为第三名。

7月，中集车辆集团在深圳蛇口召开以“全球半挂车行业变革”为主题的第十届全球半挂车研讨会。

此届 Seminar 是中集车辆自 2004 年以来举办的第十届 Seminar，来自中国、美国、英国、意大利、加拿大、日本、泰国以及香港、台湾等在内的十几个国家和地区的 350 多名客户、供应商以及合作伙伴的代表参加了会议，见证了中集车辆与全球的合作伙伴在这个交流平台上共同走过的成长和共赢历程。



2018

5月28日，中集车辆（集团）有限公司、上海交通大学安泰经济与管理学院、美国麻省理工学院全球运营领袖项目 (MITLGO) 在上海举行校企合作签约仪式。中集车辆（集团）有限公司正式成为 SJTU - MIT 中国全球运营领袖 (CLGO) 项目企业合作伙伴。

7月28日，扬州中集通华专用车有限公司“超级麦哲伦数字化生产线”正式投产。

10月10日，中集车辆（集团）股份有限公司召开股份有限公司创立大会，以及第一届董事会 2018 年第一次会议、第一届监事会 2018 年第一次会议。



2020

11月20日，中集车辆在 2020 第 5 届中国（广州）国际商用车展览会期间，正式发布“通华先锋”系列产品，再次清晰地传递出中集车辆继续引领行业发展的坚定信心。

12月25日，中集车辆创业板获得深交所创业板上市委员会审核通过。



2022

2月，中集车辆凭借在专用车上装、冷链运输等方面的领先优势，为北京冬奥会提供雪蜡车底盘系统、配套冷藏车等多款硬核装备，以科技创新助力冬奥会的筹办和举办。

4月，中集车辆旗下“挂车帮”完成超 1 亿元 A 轮融资，这标志着资本市场对挂车帮在半挂车分时租赁和全生命周期管理服务赛道发展潜力的高度认可。

