

杭叉集团 2020 年年报解析

——杨斌

4月9日，杭叉集团股份有限公司（股票简称：杭叉集团 股票代码：603298）发布2020年年度报告。杭叉集团一直以来都是中国叉车行业的主力军，过去的2020年，在众多叉车制造厂家中脱颖而出，实现营业收入114.52亿元，同比增长29.34%，实现归属于上市公司股东的净利润8.38亿元，同比增长29.9%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润7.82亿元，同比增长44.04%的佳绩，纵观整篇报告，我们可以看出杭叉集团在2020年企业经营发展的各项指标与去年同期相比均有较大幅度的增长，公司营业收入、净利润等各项经营指标均为历史最好水平，圆满完成了年度工作目标，树立了公司发展史上一座新的里程碑，奏响了高质量发展的凯歌！

过去的2020年虽国内机动工业车辆制造企业五类叉车累计销售量已达到800,239台，但因受疫情的影响，可以说是风云变幻的一年，而杭叉集团销售量已达20.72万台，同比增长48.59%，从销售量来看，杭叉集团已占国内机动工业车辆制造企业五类叉车累计销售量的26%。我们对杭叉集团2020年年报进行解读，目的就在于通过财报数据的分析来了解杭叉集团实力的变化，从中发现叉车行业竞争格局的变迁和走向。

一、坚守主业砺初心

企业要想在当今市场竞争中生存、发展，就必须形成独有的核心竞争能力，杭叉集团多年来专心致力于主业发展，已形成了企业专长，包括了产品专长、技术专长、服务专长等，多年来杭叉集团稳居工业车辆销售市场前列。

内燃叉车同质化越来越严重，随着国家对节能减排的要求越来越严格，内燃叉车发展道路越走越窄、竞争门槛越来越高，但是随着电动车辆和新能源技术近些年的长足发展，“技术解决方案”层出不穷，应用场合也有所区分，在这样的大势之下，杭叉集团最近几年大力发展新能源叉车，通过持续高强度研发投入，在锂电池、氢燃料电池等新能源工业车辆方面掌握了多项核心技术。依托国家认定企业中心、国家认可实验室等创新平台，在“十三五”收官之年，除了市场销售量大幅度提升以外，整机车型进一步丰富，主要零部件替代进口进程加快；电动叉车、新能源叉车、智能化叉车占比继续增加，除了传统的内燃叉车外，电动叉车、仓储叉车、大吨位叉车的技术、制造能力正在加速追赶世界领先企业，向工业车辆行业交上了一份令人鼓舞的答卷。

股票简称：杭叉集团
股票代码：603298

搬运更轻松
LET HANDLING MORE EASILY

中国·好叉车

杭叉氢燃料叉车

杭叉的世界·世界的杭叉
THE WORLD OF HANGCHA
HANGCHA GROUP CO., LTD.



杭叉集团股份有限公司
HANGCHA GROUP CO., LTD.

特别一提的是杭叉集团对氢燃料电池应用技术进行了前瞻性布局，并于去年 9 月，杭叉集团投资 2000 万元，在天津港保税区成立了集研发、制造、销售综合一体的全资子公司——杭叉集团（天津）新能源叉车有限公司，重点打造以氢燃料电池叉车为主的新能源工业车辆，正式拉开了氢燃料电池叉车推广应用的序幕。目前，开发的 X 系列氢燃料电池叉车综合性能达到了国际先进水平。杭叉集团的这一代表事件反映出杭叉集团能及时把握行业未来发展的方向，也看出市场竞争加剧，行业的波澜起伏。

企业制胜的关键是寻找到自己最擅长的发展领域，一个企业不可能也不应当生产所需的所有的东西，只有通过分工才可以完成，而分工又使各企业形成了自己的核心专长，只有做到“专”，企业才能立足，才能盈利。多年来，杭叉集团一直坚定不移地走坚守主业、科技创新的发展道路，努力做大做强中国制造，力求用更多更好的产品回报用户。杭叉集团坚守主业的这一理念，已将经济的发展与全球联系在一起，通过企业间的协作使得配套分工变得极为重要，因此杭叉集团在自己成功的领域中也获得更大的成功。

二、争当创新发展“排头兵”

时移世易，创新宜矣。如果说，早十多年前，工业车辆行业还可以依靠要素成本优势，在产业链上分一杯羹，赚取微薄的利润，那么，时至当下，这种要素驱动的发展模式，已经渐渐走入了历史的尾声。在经济新常态下，外部倒逼下的工业车辆行业转型升级步伐加快。尤其是，从 2017 年开始，新能源产品及外部形势愈加复杂严峻，贸易摩擦再加上 2020 年的疫情阴霾，工业车辆行业加大创新研发，已经不是想不想的问题，而是不得不的问题了。企业只有在关键技术、营销手段、管理机制上进行全新升级，才能应对宏观经济下行压力带来的困难和挑战，才能为企业持续健康发展奠定基础。由此可见，杭叉集团正是顺应大势、顺势而为的典型代表。

杭叉集团构建了“一核两翼、全面统筹”的技术创新体系，“一核两翼”就是以前沿关键技术等为核心，以智能制造工艺和试验检测技术为两翼，形成全覆盖、多层次的技术和产品体系；“全面统筹”就是在研发组织上形成以各整车和零部件研究所为核心，以技术委员会各专业组、与国内外著名科研院校共建研发中心为补充的多层次组织机构；在体制机制上形成以制度管理为基础，以资源整合为目标，具有杭叉特色的高强度人才激励机制、多样化立体式合作机制、多层次分类化人才培养机制，支撑企业的可持续发展。公司建成了行业领先的国家企业技术中心、国家认可实验室、国家级博士后科研工作站、浙江省工业车辆工程技术研究中心、杭叉智能工业车辆省级重点企业研究院、工业车辆省级工业设计中心、浙江省院士专家工作站等省级以上技术创新平台。同时布局全球研发网络，成立北美研发中心，充分利用全球研发资源，与国内研发机构形成优势互补，研发更多符合北美市场需求的系列工业车辆。

深化智能化生产。杭叉集团有着近 50 年的叉车研发制造经验积淀，是中国目前专业的叉车研发制造基地。曾经叱咤风云勇于创新的杭叉集团，在新时期能否再立潮头，成为创新驱动经济发展的排头兵，机遇和挑战并存。杭叉集团目前抓住国家重大战略的机遇，肩负起行业龙头企业应有的责任，在体制机制创新、科技研发下真功夫、苦功夫和巧功夫，努力争当创新发展排头兵。



车架焊接自动化流水线

近年来，公司持续加大技改投入，深入实施智能制造，基于 5G 应用技术、工业互联网、智能焊接、自动涂装等智能制造工艺技术，建成行业领先的基于 5G 网络、工业互联网、大数据于一体的叉车智能工厂，实现自动化组装、焊接、涂装、物流。报告期内公司拥有各类智能机器人近 500 台、智能化集成生产线 20 余条、喷涂流水线 10 余条、配送物流 AGV 智能物流车 20 余台、智能化立体库 5 套，形成了年产 25 万台工业车辆和其他物流设备的生产能力。引入精益生产模式，推行 MES 生产流程控制系统，融合焊接、涂装、搬运等各类机器人、自动物料输送系统、智能拧紧机系统、数控加工设备等，大幅提高了自动化和智能化水平，提升了生产效率和产品可靠性，实现由“传统制造”向“现代制造”、“中国制造”向“中国智造”的华丽转变。

三、开展营销服务 赢得竞争优势

服务营销是企业在充分认识消费者需求的前提下所采取的一系列经营活动，是企业营销管理深化的内在要求，也是企业新的市场形势下竞争优势的新要素，是企业市场营销观的质的飞跃，只有企业比竞争对手更快更详尽地了解客户，才能更快更好地满足客户的需求。



国内外旗舰店

杭叉集团围绕市场推广、品牌建设、新产品推广、技术支持服务等方面共同发力，取得了好成绩。针对不同市场、客户采取不同的销售政策，应对市场变化。完善线上服务模式、加强直播等电商推广，不断探索新业务模式。积极参加行业展会，尝试在线展会、直播营销、新媒体运营推广等不断加强品牌建设。杭叉集团每月在抖音、天猫和 facebook 平台进行网上专场直播，参与线上直播互动。目前，在国内打开抖音 APP 搜索“杭叉集团”或进入手机天猫、淘宝 APP 搜索“杭叉工具旗舰店”；国外通过 Facebook 平台搜索 Hangcha Forklift 进入 Hangcha 主页，即可观看或回看直播。



抖音直播

杭叉集团的服务营销管理有利于企业实现和强化市场竞争中日益受到重视的产品和服务的个性化、差异化，这无疑将极大地提高了杭叉集团的市场竞争优势。杭叉集团突破传统的思维，探索更有效的途径来实现企业的发展，服务营销是完成这种使命的必然趋势。杭叉集团遵循以市场为导向，以客户为中心，以效益为目标的经营方针，不断进行服务与业务上的创新赢得竞争优势。

四、打造创新人才队伍 助力企业发展

杭叉集团紧紧围绕强科技、搭平台，增强企业核心竞争力的科技人才队伍，全年主营业务收入实现 114.52 亿元，保持了平稳健康发展态势；同时，杭叉集团每一个年度目标实现的背后更有一股巨大的隐形力量在推动，这便是科技创新与人才队伍建设为企业发展增添了一双翅膀。当提升竞争力要求通过科技、创新、服务等方面人才的努力来彰显差异时，企业里的每一位员工在企业的平台上发挥着重要的作用，而在任何情况下，在恰当的时间拥有恰当的人才都既是一门科学也是一门艺术。

杭叉集团有一支专业素质高、敬业精神强、具有开拓创新能力的管理团队，管理团队均具有多年的行业技术和企业管理经验，对管理运营具有较好的掌控能力，能敏锐地洞悉行业及市场的发展方向，制定并实施适宜的企业发展战略。在符合上市公司各项管理制度的框架下，建立一套完善且具有自身特色的经营管理制度和内部控制制度，公司管理团队充分发挥混合所有制企业运行机制灵活、高效的优势，就公司运营的重大事项能精准、快速决策，有效降低风险和运营成本，保障企业持续健康经营和发展。



职业技能竞赛



技术比武现场



趣味运动会

企业文化

杭叉集团依托国家级博士后科研工作站、杭叉企业大学等平台，加强高层次人才引进力度，进一步完善员工培训体系、人才职业发展通道、自主评价考核体系，努力构建“学习型、专业型、创新型”的专业化团队，为公司持续发展储备充足的管理和技术人才。人力资源自主评价体系深入推进，员工培训活动多样化开展，人才队伍结构不断优化，高层次人才队伍稳定增长助力企业发展。

五、整合优势资源 深化协同创新

古人云：能用众力，则无敌于天下矣；能用众智，则无畏于圣人矣。整合资源是当代企业的一项核心能力，市场经济从来都不是单纯的竞争经济，而是在竞争与合作并存的状态中不断发展，特别是在当今的工业车辆行业中，谁能整合更多的资源，谁就能赢得发展先机，在竞争中获得优势。

从杭叉集团的年报中可以看出，杭叉集团提出打造整合资源的竞争优势，就是要力争通过进一步强化与各方的合作，共同开拓市场，促进发展，实现共赢。

| | |
|--------------|--|
| 电动平衡重叉车 |  |
| 前移式叉车 拣选车 |  |
| 内燃平衡重叉车 |  |
| 仓储车 |  |
| 美款产品 |  |
| AGV叉车 |  |
| 其他车辆 |  |
| 关键零部件 |  |

2020 年部分新产品和关键零部件开发

杭叉集团持续加强与行业各方优势资源的合作力度，延伸产业链、整合价值链，走专业化发展之路。报告期内，公司立足叉车研发制造主业，通过整合产业链上下游优势资源来延伸产业价值链，聚焦关键零部件，与发动机、电机电控、传动等主要供应商达成战略合作，实施产业链协同创新与国际技术合作，研发一批具有竞争力的关键核心技术和零部件，提升产品的核心竞争力和市场影响力；公司形成了适应企业发展的“柔性引才”机制，成立企业大学，加强人才自主培养，同时与各科研院所、高校开展合作，开展人才联合培养，增强了公司对人才资源的整合能力；公司建立了完善的供应商甄选、管理及淘汰机制，对优秀供应商加大培育力度，增强与供应商的合作力度，实现与供应商共同成长，构建完善的供应链体系；公司充分利用自身完备的营销服务网络与合作方、客户以及社会各方建立了有效的沟通联络机制，同时设置专职机构加强对产业政策、宏观经济和社会热点等信息的收集和研判，从而准确把握市场脉搏，增强信息整合能力。

:: 国内销售网络



:: 全球销售网络

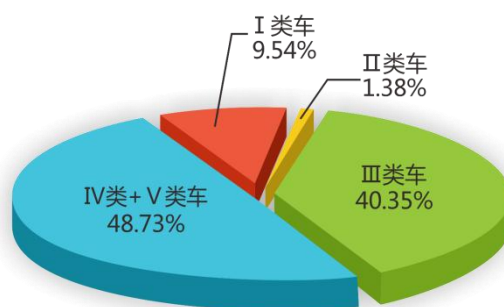


销售网络

杭叉集团根据企业的发展战略和市场需求重新分配相关资源，突出企业核心竞争力，寻求资源配置与客户需求的最佳结合。目的是通过组织系统安排和管理运作协调，增强公司的竞争优势，提高客户服务水平。

六、展望未来 在不懈奋斗中坚定前行

中国工业车辆行业近十年来得益中国经济的快速发展而取得了不俗的业绩，2020 年中国工业车辆行业全年实现整车销售量 80.02 万台，同比增长 31.54%；但是，不可否认的是我国的叉车主要产品类别集中度较高，因此，市场竞争主要集中于排名前几位的企业，而公司有着近 50 年的叉车研发制造经验积淀，已形成了强有力的核心竞争力和品牌影响力。杭叉集团构建了“一核两翼、全面统筹”的技术创新体系，以“一低、二智、三集”为产品开发方向，持续加大研发投入，贴合市场，推出具有国际先进水平的 25 个系列、130 多个全新车型，满足不同领域客户的多层次需求。公司开发出多款无人驾驶工业车辆，其中基于 5G 技术和 AI 技术开发的全向迷你堆垛车（AGV），采用激光导航、视觉检测技术，拥有负载反馈液压系统、双差速轮同步控制等多项核心技术，适用于狭窄巷道作业，有效提高了仓库利用率，可 24 小时不间断工作，满足了客户的自动化搬运需求。公司无人驾驶叉车（AGV）产品已获得无人驾驶叉车（AGV）最新国际标准的 CE 证书，标志着公司无人驾驶叉车（AGV）的制造和设计已达到国际先进水平，实现了从卖产品到提供智能化物流解决方案的转变，成为国内智能仓储物流整体解决方案提供商。据有关机构分析，2020 年中国智能物流系统集成市场规模将接近 1400 亿元，年均复合增速在 20%以上，这无疑为智能物流系统集成及智能物流装备企业提供了巨大的发展机会。



2020 年行业销售车型结构

杭叉集团凭借优质的产品质量、高效的产品服务、清晰的发展目标以及良好的经营信誉，公司品牌市场影响力大幅提升，在行业内以及客户群中形成了良好的品牌价值优势。持续传承和发扬凝聚了 60 余年的杭叉“家”文化，深入践行杭叉使命、愿景、核心价值观和杭叉精神，加强文化软实力建设，打造载体多样、内容丰富的杭叉特色文化体系，营造勇于担当、

锐意创新、团结协作的工作氛围，充分发挥文化的凝聚力、推动力、辐射力、向心力，在不懈奋斗中坚定前行。

通过对杭叉集团的财报进行简解可以看出，杭叉集团牢记“让搬运更轻松”的企业使命，坚持以创新驱动产品技术提升，以精细化管理助推企业转型升级，通过研发创新的持续高强度投入，营销服务网络的深度优化布局，以信息化、智能化、数字化为核心的智慧工厂建设，产业链优势资源的高效整合等多项经营举措的实施，从而为实现“做世界最强叉车企业”的愿景而时刻准备着。