

徐工机械跻身全球工程机械前三 冲击“产业珠峰”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在冲刺“珠峰登顶”目标的首战之年，徐工集团工程机械股份有限公司（以下简称“徐工机械”，000425.SZ）交出了一份超越行业的高分答卷。

多项业绩指标创下历史最好成绩

在营业收入等多项业绩指标创下历史最好成绩的背后，是徐工机械旗下各大业务板块“齐头并进”。

在工程机械景气度有所下降的2021年，徐工机械依然发挥出色，多项业绩指标创下历史最好成绩。

数据显示，2021年，徐工机械营业收入为843.28亿元，同比增长14.01%；归母净利润达到56.15亿元，同比增长50.57%；净利率为6.70%，同比提升1.64个百分点。

“公司深入推进行强控风险和降本增效‘一号工程’，持续推进全价值链降本，打造‘同盟军、共进退’供应链，在原材料价格高涨下，全年采购实现净降本；基于业务活动严控四项费用，占比由9.97%下降至9.32%。”徐工机械方面表示。

民生证券分析师李哲则认为，2021年四季度，房地产、基建增速放缓，工程机械行业受较大影响。但徐工机械2021年全年营收稳步增长，盈利水平不断改善，业绩维持50%以上高速增长，“实属不易”。

海外营业收入大幅增长

作为中国工程机械行业“领头羊”，徐工机械也意欲进一步提升自身的海外市场占有率和影响力。

在业绩稳步增长的同时，徐工机械在中国工程机械企业“出海潮”中亦持续保持领先优势。

中国工程机械工业协会数据显示，2021年，我国工程机械出口大幅增长，出口金额达340亿美元，同比增长62.3%。“2021年下半年各月呈直线增长趋势，连续三个月出口额超过31亿美元。2021年成为历史上出口增长最多的年份。”

在这场群雄逐鹿的海外市场竞赛中，徐工机械的国际化成绩单引发行业广泛关注。财务数据显示，2021年，徐工机械海外营业收入达129.40亿元，创历史新高，较2020

徐工机械日前发布的2021年度报告显示，公司在2021年营业收入同比增长14.01%，归母净利润同比增长50.57%，经营活动产生的现金流量净额高达80.73亿元，较2020年增长189.43%，创下历史最好成绩。

《中国经营报》记者注意到，在多项业绩指标创新高的同时，徐工机械在海外市场的战绩更加令行业瞩目。财务数据显示，2021年，徐工机械境外营业收入达129.40亿元，较2020年增长111.81%。

徐工机械董事长王民表示：

“无论顺境还是逆境，徐工都会坚定不移地去实现高质量、高效率、高效益、可持续‘三高一可’发展目标。徐工始终坚守产业初心，代表中国工程机械向全球产业珠峰不断发起冲击，高质量出战‘世界决赛赛道’。”



2021年，徐工机械多项业绩指标创下历史最好成绩。受访企业/图

工程机械等增速较快，占比提升。

不仅如此，徐工机械控股股东徐工集团工程机械有限公司（以下简称“徐工有限”）旗下业务板块也大放异彩：挖掘机排名国内第二、全球第六；塔式起重机跃升至全球第二；矿山露天挖运设备居全球前五位，打破国际顶尖

巨头垄断；混凝土机械稳居全球第一阵营；新布局的港口机械在和强手竞争中快速突破，收入大增两倍。

值得一提的是，组建集团以来，徐工机械已连续33年居全国行业第一位，并取得了跻身全球工程机械前三的骄人成绩。

“营业收入不仅再创历史新高，结构也更趋均衡。”从徐工机械营业收入构成来看，包括起重机械等主要产品均取得了正增长，铲运机械、高空作业机械、桩工机械和其他工

次创造新历史，销售收入同比增长49%，成为南美工程机械市场上一颗闪耀的明星。

除出口收入大幅增长外，徐工机械还扎根海外，厚植根基，坚定不移“走出去”。2021年，徐工机械出资9900万美元设立徐工美国公司及下属子公司，承接徐工国际化主战略在北美的实施和落地。

对于在海外市场取得优异成绩的原因，徐工机械方面表示：“经过20多年的探索实践，徐工机械走出了一条独具特色的国际化之路，形成了出口贸易、海外绿地建厂、跨国并购和全球研发‘四位一体’

的国际化发展模式，可为全球客户提供全方位产品营销服务、全价值链服务及整体解决方案。”

“国际化是主战略，也是徐工‘珠峰登顶’的关键。”作为中国工程机械行业“领头羊”，徐工机械也意欲进一步提升自身的海外市场占有率和影响力。

“成为一家世界顶级公司，必须要在国际市场、高端市场有所作为，而且要大有作为。”王民此前表示，“我们确定的‘十四五’发展目标是国际化收入不低于40%，不只是产品走出去，也不能仅仅是人员走出去，现在要让企业走出去，收购兼并、绿地建厂。”

2021年12月，工信部也印发《“十四五”工业绿色发展规划》，要求加快能源消费低碳化转型，扩大新能源汽车、光伏光热产品等消费。此外，工信部日前还表示，将推进制造业“十四五”规划重大工程和项目的加快落地实施，持续开展好新能源汽车下乡以及换电模式试点工作，启动公共领域车辆全面电动化

在此背景下，众多车企正不断拓展新能源商用车的应用范围，渗透率也不断提升。吉利商用车集团旗下汉马科技股份有限公司（以下简称“汉马科技”，600375.SH）相关负责人在接受记者采访时表示，新能源重卡已经成为汉马科技最重要的业务之一，也是汉马科技业务转型升级的目标。

在新能源商用车领域，东风汽车今年1~3月累计实现销量4328辆，较2021年同期大幅上涨55.13%。

此外，宇通集团新能源客车销量也明显增长。据中国客车统计信息网数据显示，在今年3月的6米以上新能源客车销量中，宇通集团以815辆的销量位居行业第一，较2021年同期增加约4.62%，环比增长153.89%。

对此，乘联会秘书长崔东树在接受记者采访时表示，传统商用车销量下降主要是由于纯电等新能源汽车开始对传统燃油车进行替代。“新能源商用车在物流等领域越来越受欢迎，所以销量出现了一定程度的增长。”

另据东风汽车股份有限公司（以下简称“东风汽车”，600006.SH）发布的3月份产销数据快报，今年1~3月，东风汽车累计销量达到约4.26万辆，较2021年同期下降11.56%。其中，轻型货车和客车累计销量分别为3.91万辆和1666辆，分别下降7.29%和57.84%。

而在新能源汽车领域，东风汽车今年1~3月累计实现销量4328辆，较2021年同期大幅上涨55.13%。

此外，宇通集团新能源客车销量也明显增长。据中国客车统计信息网数据显示，在今年3月的6米以上新能源客车销量中，宇通集团以815辆的销量位居行业第一，较2021年同期增加约4.62%，环比增长153.89%。

对此，乘联会秘书长崔东树在接受记者采访时表示，传统商用车销量下降主要是由于纯电等新能源汽车开始对传统燃油车进行替代。“新能源商用车在物流等领域越来越受欢迎，所以销量出现了一定程度的增长。”

另据东风汽车股份有限公司（以下简称“东风汽车”，600006.SH）发布的3月份产销数据快报，今年1~3月，东风汽车累计销量达到约4.26万辆，较2021年同期下降11.56%。其中，轻型货车和客车累计销量分别为3.91万辆和1666辆，分别下降7.29%和57.84%。

而在新能源汽车领域，东风汽车今年1~3月累计实现销量4328辆，较2021年同期大幅上涨55.13%。