

1.重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

|             |                        |                 |        |
|-------------|------------------------|-----------------|--------|
| 股票简称        | 中国重汽                   | 股票代码            | 000951 |
| 股票上市交易所     | 深圳证券交易所                |                 |        |
| 变更后股票简称(如有) | 无                      |                 |        |
| 联系人和联系方式    | 董事会秘书处                 | 证券事务代表          |        |
| 姓名          | 张峰                     | 性别              |        |
| 电话          | 053185875888           | 053185875786    |        |
| 传真          | 05318587003            | 05318587003     |        |
| 电子信箱        | zhangfeng@sinotruk.com | gx00951@163.com |        |

2.主要财务数据和股东变化

(1)主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

|                           | 2014年             | 2013年             | 本年比上年增减   | 2012年             |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-----------|-------------------|
| 营业收入(元)                   | 233,695,637.40    | 214,512,362.88    | 11.24%    | 193,598,333.40    |
| 归属于上市公司股东的净利润(元)          | 401,151,890.00    | 380,629,612.76    | 3.31%     | 46,473,297.25     |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元) | 404,267,036.76    | 326,694,025.84    | 23.75%    | -8,881,562.75     |
| 经营活动产生的现金流量净额(元)          | 47,332,552.7      | 111,543,144.63    | -57.57%   | 1,095,335,241.12  |
| 基本每股收益(元/股)               | 1.03              | 0.91              | 13.19%    | 0.11              |
| 稀释每股收益(元/股)               | 1.03              | 0.91              | 13.19%    | 0.11              |
| 扣除非经常性损益的资产负债率(%)         | 10.16%            | 9.75%             | 0.41%     | 1.25%             |
|                           | 2014年末            | 2013年末            | 本年末比上年末增减 | 2012年末            |
| 总资产(元)                    | 16,695,618,247.14 | 15,748,595,766.18 | 6.01%     | 13,746,461,616.16 |
| 归属于上市公司股东的净资产(元)          | 4,462,534,085.95  | 4,087,177,452.05  | 7.78%     | 3,719,130,604.29  |

(2)前10名普通股股东持股情况表

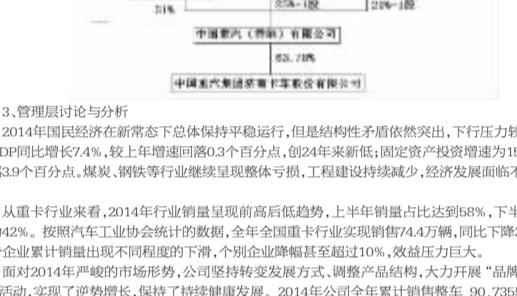
| 报告期末普通股股东总数                 | 36,181                                   | 年度报告披露日前第5个交易日普通股股东总数 | 35,386      |
|-----------------------------|--|-----------------------|-------------|
| 前十名普通股股东持股情况                |  |                       |             |
| 股东名称                        | 股东性质                                     | 持股比例                  | 持股数量        |
| 中国重汽(香港)有限公司                | 境外法人                                     | 63.78%                | 267,492,579 |
| 中国工商银行(集团)增持计划              | 境内非国有法人                                  | 1.10%                 | 4,600,560   |
| 中国光大银行股份有限公司                | 境内非国有法人                                  | 0.24%                 | 988,001     |
| 海通证券                        | 境内自然人                                    | 0.17%                 | 708,450     |
| 光大证券基金第二组合                  | 境内自然人                                    | 0.16%                 | 675,000     |
| 深证一                         | 境内自然人                                    | 0.14%                 | 600,000     |
| 杭州恒商务咨询服务有限公司               | 境内自然人                                    | 0.14%                 | 600,000     |
| 江门市汇融投资有限公司                 | 境内非国有法人                                  | 0.14%                 | 600,000     |
| 华润深国投信托有限公司-信托-国投信托-深国投信托计划 | 境内非国有法人                                  | 0.14%                 | 500,051     |
| 海正方                         | 境内自然人                                    | 0.13%                 | 540,000     |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明            | 中国重汽(香港)有限公司本属于《上市公司收购管理办法》中规定的“一致行动人”。  |                       |             |
| 参与融资融券业务情况说明(如有)            | 自然人股东尚正甫通过证券公司客户信用担保证券账户持有本公司股票540,800股。 |                       |             |

(3)前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4)以粗框形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3.管理层讨论与分析

2014年全国重卡行业整体保持平稳运行,但是结构性矛盾依然突出,下行压力较大。全年全国GDP同比增加7.4%,较上年增长回落0.3个百分点,创24年来最低;固定资产投资增速为5.7%,较上年回落3.9个百分点。煤炭、钢铁等行业继续呈现整体亏损,工程建设持续减少,经济发展面临不少困难和挑战。

从重卡行业来看,2014年行业销量呈现前高后低趋势,上半年销量占比达到58%,下半年销量占比仅为42%。按照汽车行业协会的数据,全年全国重卡行业销量同比增长74.4万辆,同比下降3.89%。主要原因是重卡累销量呈现不同幅度的下滑,个别企业甚至超过了10%的益幅巨大。

面对2014年严峻的市场形势,公司坚持转型升级,调整产品结构,大力开展“品牌、质量、效益”活动,实现了逆势增长,保持了持续健康发展。2014年公司全年累计销售整车90,736辆,同比增长7.97%;实现销售收入238.66亿元,同比增长11.24%;实现归属于母公司净利润4.31亿元,同比增长13.31%。尤其在公司产品成功导入市场,并在业内取得强烈反响。

1.坚持转型升级,结构调整,产品结构调整成效显著。

公司认为,面对新常态,主动进行产业结构调整,落实转型升级是企业发展的唯一出路。2014年,公司在产品结构上实现了多方转变。

一是坚持转型升级的形势下,将五平台产品正式导入市场。

二是由自卸车向工程车、公路车、城市专用车及重卡转变。工程类自卸车继续保持行业首位,牵引车销量同比增长,水泥搅拌车、黄头车、城市专用车正在成为新亮点。

三是由传统的卡车产品向轻量化、低成本化产品平台转移提升转变。T系列产品上市至今,单车最长运营里程已超过40万公里,业内专家和终端用户对对中国重汽新技术产品给予了充分肯定和高度评价,产品初放异彩。

2.加强营销模式创新,市场开拓取得新成果。

2014年公司更加注重发挥总部作用,有计划性的开展了营销、服务网络化。有针对性的开展了营销计划、营销计划及内部控制的经营模式,实施“品牌、营销、服务”活动,面对市场反应积极。

积极推进区域营销,优化资源配置,实施“营销资源的优化配置。围绕新市场,新产品和客户的新的需求,为客户提供金融、金融支持、盈利方案等全生命周期的增值服务,使中国重汽营销模式实现了不断创新和发展。

3.坚持实施精益化管理,质量效益提升成果显现。

一是坚持质量作为第一要务,通过质量1T目标,采取了一系列措施,使产品质量水平得到了进一步提升,质量提高了明显的市场反应。通过认真学习消化欧洲公司质量管控技术,结合企业实际,创新质量管理模式,研究调查,2014年公司产品用户满意度较上年有了大幅提高。尤其可喜的是,全员质量意识明显提升,向质量要市场,向质量要效益的理念深入人心。

二是坚持把效益作为中心任务,深入挖潜,降本增效,企业盈利能力得到提高。通过人力资源优化配置,压低各项成本,提高产品利用率,大力开展集中采购工作等具体措施的实施,使得公司整体效益水平进一步提高,对推动企业健康快速发展起到了重要作用。

面对2014年严峻的市场形势,公司坚持转型升级,调整产品结构,大力开展“品牌、质量、效益”活动,实现了逆势增长,保持了持续健康发展。2014年公司全年累计销售整车90,736辆,同比增长7.97%;实现销售收入238.66亿元,同比增长11.24%;实现归属于母公司净利润4.31亿元,同比增长13.31%。尤其在公司产品成功导入市场,并在业内取得强烈反响。

1.坚持转型升级,结构调整,产品结构调整成效显著。

公司认为,面对新常态,主动进行产业结构调整,落实转型升级是企业发展的唯一出路。2014年,公司在产品结构上实现了多方转变。

一是坚持转型升级的形势下,将五平台产品正式导入市场。

二是由自卸车向工程车、公路车、城市专用车及重卡转变。工程类自卸车继续保持行业首位,牵引车销量同比增长,水泥搅拌车、黄头车、城市专用车正在成为新亮点。

三是由传统的卡车产品向轻量化、低成本化产品平台转移提升转变。T系列产品上市至今,单车最长运营里程已超过40万公里,业内专家和终端用户对对中国重汽新技术产品给予了充分肯定和高度评价,产品初放异彩。

2.加强营销模式创新,市场开拓取得新成果。

2014年公司更加注重发挥总部作用,有计划性的开展了营销、服务网络化。有针对性的开展了营销计划、营销计划及内部控制的经营模式,实施“品牌、营销、服务”活动,面对市场反应积极。

积极推进区域营销,优化资源配置,实施“营销资源的优化配置。围绕新市场,新产品和客户的新的需求,为客户提供金融、金融支持、盈利方案等全生命周期的增值服务,使中国重汽营销模式实现了不断创新和发展。

3.坚持实施精益化管理,质量效益提升成果显现。

一是坚持质量作为第一要务,通过质量1T目标,采取了一系列措施,使产品质量水平得到了进一步提升,质量提高了明显的市场反应。通过认真学习消化欧洲公司质量管控技术,结合企业实际,创新质量管理模式,研究调查,2014年公司产品用户满意度较上年有了大幅提高。尤其可喜的是,全员质量意识明显提升,向质量要市场,向质量要效益的理念深入人心。

二是坚持把效益作为中心任务,深入挖潜,降本增效,企业盈利能力得到提高。通过人力资源优化配置,压低各项成本,提高产品利用率,大力开展集中采购工作等具体措施的实施,使得公司整体效益水平进一步提高,对推动企业健康快速发展起到了重要作用。

面对2014年严峻的市场形势,公司坚持转型升级,调整产品结构,大力开展“品牌、质量、效益”活动,实现了逆势增长,保持了持续健康发展。2014年公司全年累计销售整车90,736辆,同比增长7.97%;实现销售收入238.66亿元,同比增长11.24%;实现归属于母公司净利润4.31亿元,同比增长13.31%。尤其在公司产品成功导入市场,并在业内取得强烈反响。

1.坚持转型升级,结构调整,产品结构调整成效显著。

公司认为,面对新常态,主动进行产业结构调整,落实转型升级是企业发展的唯一出路。2014年,公司在产品结构上实现了多方转变。

一是坚持转型升级的形势下,将五平台产品正式导入市场。

二是由自卸车向工程车、公路车、城市专用车及重卡转变。工程类自卸车继续保持行业首位,牵引车销量同比增长,水泥搅拌车、黄头车、城市专用车正在成为新亮点。

三是由传统的卡车产品向轻量化、低成本化产品平台转移提升转变。T系列产品上市至今,单车最长运营里程已超过40万公里,业内专家和终端用户对对中国重汽新技术产品给予了充分肯定和高度评价,产品初放异彩。

2.加强营销模式创新,市场开拓取得新成果。

2014年公司更加注重发挥总部作用,有计划性的开展了营销、服务网络化。有针对性的开展了营销计划、营销计划及内部控制的经营模式,实施“品牌、营销、服务”活动,面对市场反应积极。

积极推进区域营销,优化资源配置,实施“营销资源的优化配置。围绕新市场,新产品和客户的新的需求,为客户提供金融、金融支持、盈利方案等全生命周期的增值服务,使中国重汽营销模式实现了不断创新和发展。

3.坚持实施精益化管理,质量效益提升成果显现。

一是坚持质量作为第一要务,通过质量1T目标,采取了一系列措施,使产品质量水平得到了进一步提升,质量提高了明显的市场反应。通过认真学习消化欧洲公司质量管控技术,结合企业实际,创新质量管理模式,研究调查,2014年公司产品用户满意度较上年有了大幅提高。尤其可喜的是,全员质量意识明显提升,向质量要市场,向质量要效益的理念深入人心。

二是坚持把效益作为中心任务,深入挖潜,降本增效,企业盈利能力得到提高。通过人力资源优化配置,压低各项成本,提高产品利用率,大力开展集中采购工作等具体措施的实施,使得公司整体效益水平进一步提高,对推动企业健康快速发展起到了重要作用。

面对2014年严峻的市场形势,公司坚持转型升级,调整产品结构,大力开展“品牌、质量、效益”活动,实现了逆势增长,保持了持续健康发展。2014年公司全年累计销售整车90,736辆,同比增长7.97%;实现销售收入238.66亿元,同比增长11.24%;实现归属于母公司净利润4.31亿元,同比增长13.31%。尤其在公司产品成功导入市场,并在业内取得强烈反响。

1.坚持转型升级,结构调整,产品结构调整成效显著。

公司认为,面对新常态,主动进行产业结构调整,落实转型升级是企业发展的唯一出路。2014年,公司在产品结构上实现了多方转变。

一是坚持转型升级的形势下,将五平台产品正式导入市场。

二是由自卸车向工程车、公路车、城市专用车及重卡转变。工程类自卸车继续保持行业首位,牵引车销量同比增长,水泥搅拌车、黄头车、城市专用车正在成为新亮点。

三是由传统的卡车产品向轻量化、低成本化产品平台转移提升转变。T系列产品上市至今,单车最长运营里程已超过40万公里,业内专家和终端用户对对中国重汽新技术产品给予了充分肯定和高度评价,产品初放异彩。

2.加强营销模式创新,市场开拓取得新成果。

2014年公司更加注重发挥总部作用,有计划性的开展了营销、服务网络化。有针对性的开展了营销计划、营销计划及内部控制的经营模式,实施“品牌、营销、服务”活动,面对市场反应积极。

积极推进区域营销,优化资源配置,实施“营销资源的优化配置。围绕新市场,新产品和客户的新的需求,为客户提供金融、金融支持、盈利方案等全生命周期的增值服务,使中国重汽营销模式实现了不断创新和发展。

3.坚持实施精益化管理,质量效益提升成果显现。

一是坚持质量作为第一要务,通过质量1T目标,采取了一系列措施,使产品质量水平得到了进一步提升,质量提高了明显的市场反应。通过认真学习消化欧洲公司质量管控技术,结合企业实际,创新质量管理模式,研究调查,2014年公司产品用户满意度较上年有了大幅提高。尤其可喜的是,全员质量意识明显提升,向质量要市场,向质量要效益的理念深入人心。

二是坚持把效益作为中心任务,深入挖潜,降本增效,企业盈利能力得到提高。通过人力资源优化配置,压低各项成本,提高产品利用率,大力开展集中采购工作等具体措施的实施,使得公司整体效益水平进一步提高,对推动企业健康快速发展起到了重要作用。

面对2014年严峻的市场形势,公司坚持转型升级,调整产品结构,大力开展“品牌、质量、效益”活动,实现了逆势增长,保持了持续健康发展。2014年公司全年累计销售整车90,736辆,同比增长7.97%;实现销售收入238.66亿元,同比增长11.24%;实现归属于母公司净利润4.31亿元,同比增长13.31%。尤其在公司产品成功导入市场,并在业内取得强烈反响。

1.坚持转型升级,结构调整,产品结构调整成效显著。

公司认为,面对新常态,主动进行产业结构调整,落实转型升级是企业发展的唯一出路。2014年,公司在产品结构上实现了多方转变。

一是坚持转型升级的形势下,将五平台产品正式导入市场。

二是由自卸车向工程车、公路车、城市专用车及重卡转变。工程类自卸车继续保持行业首位,牵引车销量同比增长,水泥搅拌车、黄头车、城市专用车正在成为新亮点。

三是由传统的卡车产品向轻量化、低成本化产品平台转移提升转变。T系列产品上市至今,单车最长运营里程已超过40万公里,业内专家和终端用户对对中国重汽新技术产品给予了充分肯定和高度评价,产品初放异彩。

2.加强营销模式创新,市场开拓取得新成果。

2014年公司更加注重发挥总部作用,有计划性的开展了营销、服务网络化。有针对性的开展了营销计划、营销计划及内部控制的经营模式,实施“品牌、营销、服务”活动,面对市场反应积极。

积极推进区域营销,优化资源配置,实施“营销资源的优化配置。围绕新市场,新产品和客户的新的需求,为客户提供金融、金融支持、盈利方案等全生命周期的增值服务,使中国重汽营销模式实现了不断创新和发展。

3.坚持实施精益化管理,质量效益提升成果显现。

一是坚持质量作为第一要务,通过质量1T目标,采取了一系列措施,使产品质量水平得到了进一步提升,质量提高了明显的市场反应。通过认真学习消化欧洲公司质量管控技术,结合企业实际,创新质量管理模式,研究调查,2014年公司产品用户满意度较上年有了大幅提高。尤其可喜的是,全员质量意识明显提升,向质量要市场,向质量要效益的理念深入人心。