

安徽江淮汽车股份有限公司

企业排名:1
企业属地:包河区
企业性质:制造业

作为中国自主品牌汽车的代表,江淮汽车凭借着在乘用车、商用车等领域的齐头并进,吸引着国内外媒体的关注。在今年的中国发动机展会上,江淮汽车也将携手纳威司达公司展示其计划成立合资企业的人员和技术专长,该合资企业的主营业务是为中国市场提供高级商用柴油发动机。或许这将成为江淮汽车下一个五年发展的突破口。

记者 周平

致力打造千亿汽车产业集团

“新红军”演绎特色民族汽车之路

在2011年合肥企业50强的申报材料上,江汽集团首次以所属独立核算企业参与申报。江汽股份仍以超出第二位34亿元的成绩,荣居榜首。

“一路走来,江淮汽车秉承和发扬红军精神,致力于做强民族品牌,坚持学习创新,坚持走质量效益型道路,锐意创新而又稳健务实,演绎了一个又一个‘新红军’传奇,走出了一条有鲜明特色的民族汽车企业的成长之路。”对于江汽股份的发展,总经理安进给予了如此的诠释。

江淮汽车的辉煌业绩背后还有一个重要的原因,就是坚持走质量效益型道路,打造高品质自主品牌新标杆。从以生产底盘、轻卡起家,后来转换为产品线布局较完整的商用车厂商,接着涉足多功能商务车、SUV,再到进军轿车市场,在涵涌的产业整合大潮中,江淮汽车走出了一条有鲜明特色的民族汽车企业的成长之路。

中国新能源客车的“领跑者”

2011年1月,江淮汽车585辆纯电动同悦轿车批量进入私家车市场,在私人购买新能源汽车领域首创国内、乃至全球最大规模的示范运营,开创了全国纯电动轿车规模投放市场的先河。4月,150辆安凯纯电动客车再度投入合肥市公交示范运行,使得合肥从2010年1月开通国内首条纯电动公交的城市进一步演绎为国内目前推广纯电动公交车最多的城市。目前江淮汽车集团新能源乘用车的产能已达年产1万台。

“十二五”期间,江汽公司总体发展目标是:到“十二五”末,力争实现销量160万辆,销售收入达1000亿。巩固发展核心业务,力争轻型卡车全球前三甲的市场地位;稳健发展战略业务,力争乘用车在自主品牌阵营中名列前茅;大力推进国际化,打造品质的JAC,在汽车行业率先实现由中国制造向中国品牌的跨越。

美的合肥公司

企业排名:3
企业属地:高新区
企业性质:制造业

3年后,美的定速空调将成为历史名词,又一场关于“变”的大幕即将拉开。在美的第一千万台变频空调的下线仪式上,美的宣布将全面转战变频空调。而这个变频王者也是用了3年的时间,便推动了变频空调在中国市场上从配角到主角的“华丽转身”。

郑丽丽 记者 沈娟娟

合肥五年后更“美的”

围绕着“变”字做技术

今年,在美的第一千万台变频空调的下线仪式上,美的制冷家电集团中国营销总部副总裁王金亮透露,美的计划三年全面淘汰定速空调的生产,全面转向变频空调。

而细数美的一路走来的足迹,很多人可以发现,美的一直围绕着“变”字做文章。

1992年,美的投入变频空调的技术研究,仅仅1年之后,美的开始与东芝合作,引进交流变频技术,3年之后,美的成功发布了中国第一台交流变频空调。在之后的发展过程中,美的系列不时有新面孔“冲”进人们的眼球,在向人们宣告自己常变常新的理念。

于2008年发动变频空调的普及风暴后,美的已完成了变频空调市场占比质的飞跃。据了解,2011年,美的将变频空调的销售目标锁定为800万台,这意味着美的要占据国内变频空调市场近50%的份额。

新五年“再造一个美的”

2004年,美的集团将发展的脚步踏上合肥的土地,而紧跟而来的是跨越式的发展。

截至2010年底,美的集团在肥累计投资达40亿元,目前已在肥建立了冰箱工业园、洗衣机工业园、冰压工业园、材料采购供应及电机工业园、物流工业园及中央空调工业园等6个产业平台,形成冰箱生产能力1200万台,洗衣机生产能力1000万台,冰箱压缩机生产能力500万台的产业规模,以及引进并带动家电配套企业集群化发展。目前合肥已经成为美的集团除顺德总部之外最大的研发、制造基地。

而合肥作为一座有着“千亿家电”规划的城市,美的也将进一步加大在肥投资,为合肥作出新的贡献。

对于未来,美的已确立了一个宏伟的新五年规划:“再造一个美的”,至2015年实现销售收入2000亿元,其中在肥销售收入将达500亿元。

作为安徽商界的“龙头”,合肥百大集团纵横江淮商海52年,磨砺中国证券市场15个春秋,创造了一个又一个骄人业绩。记者日前采访了解到,合肥百大在“业态扩张”中再出“新动作”,集商品、信息、网络、物流为一体的百大“网上商城”正在试运营当中,近期将精彩亮相。记者 沈娟娟

合肥百货大楼股份有限公司

企业排名:2
企业属地:庐阳区
企业性质:服务业

百大“网上商场”将精彩亮相

江淮大地遍布合肥百大“足迹”

在中国零售业发展浪潮中,合肥百大缔造了一个又一个奇迹。据合肥百货大楼集团股份有限公司副总经理李承波介绍,合肥百大集团现已成长为年销售规模249亿,利润总额超4亿,连续6年进入中国企业500强和中国服务业100强。

合肥百大的区域影响力、品牌知名度得到了广大消费者的充分认可。据了解,截至目前,合肥百大门店已达到181家,其中15家百货店、142家合家福和24家百大电器。

而根据合肥百大集团“十二五”规划,2015年,集团公司将实现主要经济指标翻一番的目标,销售规模力争达到500亿元,总资产达到80亿元,净资产达到40亿元。

“分蛋糕”到“做蛋糕”的实力

银泰百货、金鹰百货……细心的市民也许已经发现,最近一两年,外来百货巨头高密度“驻扎”合肥。

“竞争并不意味着市场份额的减少,大量商家的进驻,也使得市场蛋糕

越来越大,我们百大集团就是一直在做这块蛋糕。”

对零售百货业来说,成本控制尤为重要。合肥百大人勤练“内功”,转变经营理念。真正树立以顾客为中心的经营理念,提升服务水平,创立服务品牌,在注重经济效益的同时,更加注重社会效益和企业社会责任。

合肥百大“网上商场”亮相

随着淘宝、当当等网络购物平台对零售业的冲击,一直将实体经营视为王道的百货业,逐渐对网络重视起来。采访中,李承波还向记者透露,合肥百大在“业态扩张”中再出“新动作”,集商品、信息、网络、物流为一体的百大“网上商城”正在试运营当中,近期将正式上线。

“网络商城以实体店为依托,必将成为百大集团零售额新的增长点。”李承波信心满满地说。

据了解,十二五开局之年,合肥百大集团坚持区域领先、做精百货、做实超市、做足连锁、做大市场、协同发展,关注消费者需求变化,提升内部管理,提高企业的核心竞争力,经营业绩实现“开门红”。

5年前的秋季,合肥高新区柏堰科技园迎来了一位空调大腕:格力电器,这位来自广东的客人带来了一座华东地区最大的生产基地,并且在投产的3年时间内跨出了“三大步”。

“落子”安徽,格力电器散发出哪些迷人魅力?

郑丽丽 记者 沈娟娟

格力电器(合肥)有限公司

企业排名:4
企业属地:高新区
企业性质:制造业

抱团+精品+活力=格力

5年跨出了“三大步”

2009自然年度产量420万套,2010年产量614万套,而截至今年9月,产量已经达到745万套。在格力电器(合肥)有限公司总经理助理庄雅妮的办公室内,她如数家珍,清楚地记得合肥格力迈出的每一个脚步。

进驻合肥以来,无论是建设还是生产,格力都跑出了令人吃惊的速度,用省委副书记孙金龙的话说,是“用格力精神,创造了合肥速度”!合肥格力已然成为华东地区空调企业的“龙头”。

2008年12月9日,合肥格力正式投产,2009年,合肥格力投产的第一年就跨入年产值过百亿元的企业行列,轻松迈入“合肥企业50强”的第五位。而在2010年公布的“安徽企业100强”中,合肥格力排名第23位,跻身安徽百强企业。

在合肥打造一个有活力的基地

一个是沿海改革开放前沿的企业,一个是中部内陆省份,他们的“牵手”擦出了火花。

庄雅妮坦言,安徽企业发展平稳,节奏慢,而广东企业则充满活力,刚进入安徽的格力,经历了一段比较长的磨合期,快节奏的工作让安徽本地不少配套企业赶不上。

“粤企给安徽经济的发展注入了活力。”庄雅妮认为,粤企和皖企的“牵手”可能会让皖企动起来。

作为抢先布局安徽的粤企,格力电器在安徽的动作不是止步于此,接下来会将业务做大,甚至将产业链在安徽串起来。“相关上游供应链配套设施也将引入落户安徽其他城市,如芜湖、铜陵、马鞍山等。”

庄雅妮透露,两个新投产的项目将新增产值100亿元/年,再加上本身的产值,“到明年年底,产值300亿绝对不是个梦想。”