

汽车业

用车轮带合肥驶入“快车道”

记者 丁林

江淮、安凯、昌河……这些汽车品牌，每一个合肥人、安徽人都耳熟能详。

目前，合肥市汽车已形成以轻型、中型和重型载货车、客车、商务车、微型车、轿车为主导的系列化发展格局，具有中国最全的商用车产品型谱。截至2010年底，全合肥市规模以上汽车企业实现工业总产值584亿元，同比增长48%。

国内汽车生产大市

合肥的汽车产业形成了多品种、全系列的全类整车和零部件生产及配套体系，产业集中度不断提高，产品技术水平明显提升，已经成为国内汽车生产大市。数据显示，2010年全市汽车产量已达52万辆，汽车产业工业总产值640亿元，分别比2005年增长370%，年均增长29%。

合肥汽车产业的技术创新能力也在不断增强。截至2010年，合肥市在汽车领域拥有国家级重点新产品10项，省级重点新产品25项，荣获国家级科技进步奖10项，省级科技进步奖15项，市级科技进步奖16项；拥有专利200多项，其中发明专利36项。

合肥市是国内新能源汽车研发和生产起步较早的城市，被列入国家“十城千辆”新能源汽车示范运行的城市。2010

年，合肥市生产了150辆纯电动客车、585辆纯电动轿车、建设了全国最大的纯电动汽车充电站，在全国处于领先地位，具备了成为全国重要的新能源汽车制造业基地的条件。

“全球化”的江淮

2012年3月19日，江淮和悦轿车(巴西命名为J5)在巴西上市，这是公司在巴西推出的第三款车型。

自去年3月18日，江淮汽车在巴西市场推出第一款同悦RS轿车(巴西命名为J3)以来，迅即在当地汽车市场刮起了一阵“江淮风”，在全面上市一个月的时间，江淮汽车便实现终端销售4461辆。

据中汽协统计的汽车整车企业出口数据显示，2011年第一季度，中国汽车累计出口15.83万辆，同比增长52.72%。其中，江淮汽车实现出口1.46万辆，同比增长214%，远远超过行业平均增幅，成为首家增速翻倍的企业，出口排名跃居行业第四。

江淮汽车国际事业的高歌猛进，一方面源于江淮汽车对于海外合作伙伴的精心挑选；另一方面也源于自身企业发展需要的国际化战略。

截至目前，江淮汽车产品已出口到亚洲、非洲、南美以及欧洲等100多个国家和地区，主销区有70多个国家和地区，在全球拥有9家海外KD工厂，并成立了海外合资公司。

家电业

从“陪衬”到“领跑”的嬗变

记者 丁林

“十一五”以来，通过招商引资、承接产业转移，国内知名品牌企业向合肥聚集，合肥的家电产业发展势头迅猛，家电产业的规模和实力也都明显提高，产业竞争力不断增强。

而据统计，2010年，合肥全市规模以上加工生产企业超过120家，从业人员8万多人，专业技术人员约占20%。

“得合肥者得天下”

曾经有人预言，在中国家电业，得合肥者得天下。以合肥为圆心，半径500公里范围内，涵盖了中国东中部最发达的上海、杭州、苏州、南京、武汉等7省1市。这个区域经济发展程度高，市场潜力巨大，是国内其他家电生产基地所不具备的。

一组数据可以很好地佐证合肥家电业的成绩：2010年，合肥全市家电企业实现工业总产值1020亿元，其中规模以上家电企业实现工业总产值770.02亿元。

目前，合肥家电拥有3个国际品牌(海尔、格力、三洋)，8个国家级名牌产品(美菱、荣事达、三洋、海尔、格力、美的、长虹、华凌)，已经形成了以家电产品制造为核心，集家电科研、商贸和配套件生产等多元化的产业集群，产品覆盖电冰箱、洗衣机、空调器、彩电等大家电产品和抽油烟机、热

水器、微波炉、吸尘器等小家电。

多品牌“出击”的合肥三洋

具有外资背景的中国本土企业——合肥三洋，是合肥市国资委控股的唯一一家电上市企业。合肥三洋今年在高速发展的背景下，推进了新项目建设，并推出高端自主品牌“帝度DIQUA”，这一合肥本土品牌从诞生之日起就面向国际化，意欲担当真正能代表“合肥制造”家电大戏的领衔主演。

科研创新能力，是合肥三洋人最为自信的一点。据了解，公司的研发投入每年均超过销售收入的5%以上，保持了和国际一流技术同步的研发能力，研发人才队伍从2007年初的50人壮大到现在的400多人，申请并获授权国家专利160多项。

不断优化的技术创新体系，让合肥三洋成为家电类上市公司中，成长性最好、盈利能力强的“明星”。

新的企业发展战略规划，即“532战略”也及时出炉。这一计划提出，以“十二五”为新起点，在五年时间内，合肥三洋将实现冰箱、洗衣机、生活电器及核心部件三大品类年销售收入200亿元，尽快将公司打造成一个横跨冰、洗及小家电等多领域、多元化、多品牌的国际化、具有自己特色的盈利能力的家电优质企业。

买黄金 购家电 还是到百大好!

买家电 到百大 找张洪



“买黄金，到百大”，“买家电，到百大，找张洪”。这两句看似服务口号，其实它们也是合肥百货大楼的服务品牌和特色，更多的则是百货大楼对消费者的一种服务承诺，而且这种服务承诺也深受广大消费者的欢迎和认可。这从刚刚开始百大53周年店庆第一个双休日能得到印证。据记者现场了解，连续两天百货大楼一楼黄金城和四楼家电商场人满为患，销售屡创新高。在如此淡季，以十分有限的面积产生这样好的业绩，确实令业界瞩目。而且消费者也是有口皆碑：买黄金，购家电，还是到百大好!

提到“买家电，到百大”，就不能不说张洪，张洪既是合肥百货大楼家电商场的主要负责人，同时也是一位新时代的技术型劳模和服务品牌。在他的带领下，2011年百货大楼家电商场以不到两千平方米的营业面积，创下年销售4个亿的惊人业绩，其经营坪效之高，确实令业内同行望其项背。据了解，今年以来，直接慕名找张洪购买家电的消费者超500人，而

且也产生了十分可观的销售额。“我们不但要知道顾客需要购买什么家电，更要让大家知道怎么买最实惠、最时尚、最合适。”张洪经常这样说。

据笔者了解，百货大楼53周年店庆活动正在火爆进行中，而且黄金首饰、家电、服饰类等优惠酬宾活动精彩纷呈、高潮不断，相信大家高兴而去，也必将满意而归!

百大黄金城已成“黄金通道”

据悉，百货大楼一楼的“黄金城”经营面积不到1000多平方米，却吸引了众多国内外知名品牌入驻，是我省目前规模集中、品牌荟萃、服务周到的特色“黄金城”，被业内誉为“安徽的菜百”。也正因为百大黄金城具有这种强大的影响力和号召力，使其成为市内外消费者的首选……

谈及持续增长的原因，合肥百货大楼有关负责人认为，百大黄金城是在百大集团郑晓燕董事长的亲自关心和指导下，把其当作百货大楼的一个强势品牌和服务特色进行重点打造，同时也得到了许多知名品牌供应商的大力支持和竭诚合作，已成为我省业

界的一个标杆性门店。据其介绍，在品牌上，合肥百货大楼不断加大提档升级优化品牌结构，新引进名优珠宝品牌通灵等，加之周生生、周大福、金至尊、通灵、金伯利、老凤祥、老庙等，品牌扎堆效应进一步加强，品牌的“黄金组合”威力进一步得到凸显。在动线布置上，合肥百货大楼黄金城重新整合优化了品类动线和区域划分，浑然一体，堪称金光灿灿的“黄金主通道”。在服务上，百货大楼十分重视服务管理，规范售后服务流程，多次开展“以旧换新”等超值服务活动，增加服务项目，以标杆的服务提升“百大黄金城”整体服务水平。

“硬通货”受追捧，诚信最重要

统计数据显示，合肥百货大楼每年八月份的黄金销售，占全年销售的比重较大，“这首先得益于百大的品牌信誉和诚信经营，其次与百大黄金城的打造和店庆活动的开展，以及黄金自身的消费特点有关。”

“今年的黄金市场在金价的不波动中缓慢前行，延续前期震荡趋势。但由于黄金自身的保值属性、国人的消费偏好和外部环境的影响，消费需求仍然保持旺盛增长，”合肥百货大楼有关负责人表示。

他分析认为，黄金受到市民追捧的因素主要有两个方面：首先，受国人消费心理的影响，由于中国是传统的黄金消费大国，民俗的消费观念使黄金需求只会增加，不会减少，加上国人“买涨不买跌”的消费心理促成。第二，黄金是消费、保值、增值的“硬通货”，其特殊功能使得市民不断购买并且进行投资。再加上国内外市场的变化和部分行业增速放缓，一定程度上助推了黄金交易量的增加。

第六空间折扣日 8月25日幸福“价”到!

幸福是什么? 8.25第六空间家具折扣日，为您全面解密。名品家具成交价后再返45%、购满2000元即赢双人香港游，婚庆/新居专场：家具、摄影、珠宝、家电2折抢购，免费领取精美礼品……惊爆折扣，震撼让利，让您体验2012年最幸福的周末!

折后直返45%，打造最强喜事!

第六空间家具商场特在8.25日一天，推出折后直返45%的让利活动。活动期间，消

费者实付金额每满2000元，到收银台交款时，即可再减35%! 同时还可得到5%的现金补贴和5%的睡眠软装券。

心动大奖：百人游香港!

8.25日第六空间家具折扣日，活动期间，消费者在议价成交后，在享受商场的其他促销优惠的基础上，实付金额每满2000元，即可得到一次抽取香港游大奖的机会，50个大奖，100人游香港，总有惊喜属于您!

婚庆、新居统统2折起!

为了让消费者在此次折扣日活动中得到最大实惠，第六空间大跨度整合了婚纱、婚庆、珠宝、家电等异业资源。家电、家具、婚纱、婚庆等产品将统统2折起。

爆棚礼品“领证”免费送

8.25第六空间折扣日，活动期间，第六空间联合近40家特约商户及婚纱婚庆珠宝等异业资源，为消费者送上了近万份免费的

精美礼品。想领礼品的朋友，只要凭商场发售的通行证，8.25日到第六空间，不仅可以免费领取价值500元的龙摄影摄影券、价值1000元的海尔家电优惠券，还可领取价值268元的珍珠耳环、情侣玫瑰香皂和商场提供的精美特制风扇一个。除此之外，你如果再走进第六空间的商户，还可得到40多家商户提供的毛巾、雨伞、笔记本、餐具、抱枕等数百件精美礼品，一证通百“惠”!