



产经观察



产经快讯

22家顺企上榜 “2023年广东企业500强”

制造业企业有16家,占比超7成,展现顺德制造业强区实力

文/佛山市新闻传媒中心记者黄澄献

近日,广东省企业联合会、广东省企业家协会发布了“2023广东企业500强”榜单,顺德22家企业榜上有名,既有碧桂园、美的两家千亿级的世界500强企业,也有巴德富、富华机械等专注细分领域的“专精特新”企业。

当天还发布了“广东民营企业100强”“广东制造业企业100强”“广东服务业企业100强”榜单,顺德上榜企业分别有6家、7家、3家。

近年来,面对国内外经济发展的新形势新挑战,进入“2023广东企业500强”榜单的顺德企业整体保持逆势飘红、稳中有进,创新能力稳步增强,综合实力显著提升,充分展现了顺德经济的旺盛活力和发展韧性。



顺德入选2023广东企业500强名单

排名	企业名称	所属行业
10	碧桂园控股有限公司	服务业
12	美的集团股份有限公司	制造业
47	海信家电集团股份有限公司	制造业
96	中国联塑集团控股有限公司	制造业
105	广东格兰仕集团有限公司	制造业
141	广东腾越建筑工程有限公司	服务业
156	广东顺德农村商业银行股份有限公司	服务业
185	广东新宝电器股份有限公司	制造业
212	佛山市乐从供销集团有限公司	服务业
216	科达制造股份有限公司	制造业
233	巴德富集团有限公司	制造业
243	广东合诚集团有限公司	服务业
283	科顺防水科技股份有限公司	制造业
308	广东富华机械装备制造有限公司	制造业
312	广东万和新电气股份有限公司	制造业
367	广东新协力集团有限公司	服务业
378	广东精艺金属股份有限公司	制造业
387	广东川红实业有限公司	制造业
407	小熊电器股份有限公司	制造业
460	广东德尔玛科技股份有限公司	制造业
465	广东德美精细化工股份有限公司	制造业
471	广东万家乐燃气具有限公司	制造业

上榜门槛29.17亿元,22家顺企入围

“广东企业500强”榜单通过从营业收入、经济效益、区域代表性等多方面对企业进行综合评价,全面、系统、真实地反映广东企业发展的现状、取得的成就和未来的发展趋势。

该榜单自2005年启动以来,已连续发布19年,被广泛视为反映广东企业发展现状和未来发展趋势的权威榜单。

与往年相比,今年的500强企业有三个显著特点:一是入围门槛持续提升。2023广东500强企业入围营收门槛大幅提升,为29.17亿元,较上年提升了5.37亿元,增幅高达22.53%。

二是千亿俱乐部成员增多变强。在2023广东企业500强榜

单中,营业收入超过1000亿元的企业有39家,较上年500强榜单增加5家。

三是总营业收入增幅较大。2023广东企业500强的总营业收入是18.55万亿元,比上年增长1.54万亿元,增长率为9.04%,呈加速提升的态势。

从区域分布来看,珠三角地区上榜企业增加,呈现更显著的产业聚集效应。2023广东企业500强入围企业中,珠三角地区企业有468家,较上年增加2家,珠三角地区的产业集群优势较为明显,各城市间已经形成较为完整且稳定的产业分工,互补共进。

记者梳理发现,佛山共有63家企业入围“2023广东企业500

强”,其中有22家来自顺德,碧桂园、美的、海信家电、中国联塑等4家企业排名进入前100,分别位列第10、第12、第47、第96名。

作为制造业大区,顺德孕育了家电、机械装备制造两个3000亿级的产业集群。当前,全区正落实工业立区、科技强区战略,加快打造“最友好的制造业强区”,推进制造业当家。从此次上榜的22家顺德企业来看,制造业企业有16家,占比超7成,涵盖了家电、家具、机械装备、新材料等领域。

顺德进入榜单的服务业企业有6家,分别是碧桂园、腾越建筑、顺德农商银行、乐从供销集

团、合诚集团、新协力集团。近年来,顺德农商银行紧跟国家战略布局,全力支持民营企业发展,为顺德“全力打造最友好的制造业强区”贡献金融力量,2022年实现营业收入167.51亿元,本次位列榜单第156名。在不久前公布的佛山企业100强榜单中,顺德农商银行排名第24位,比上年提升了23个名次。

纵观榜单,上市企业是广东企业500强的主力军。截至目前,顺德区上市公司(含过会)累计达42家,上市公司市值超6000亿元。本次顺德共有11家上市公司入围广东企业500强,占全区上榜企业数量的一半。

练好“内功”主动求变,驶入发展快车道

2023广东企业500强研发费用总计达到4710.40亿元,同比增长16.03%,企业平均研发费用9.42亿元,表明了企业对行业前景依然保持较大信心,以期获得可持续成长空间。

要确保企业持续增长,练好内功尤其重要。进入榜单的顺企不少是专注于创新的优质企业,近年来正步入高速发展的快车道。

海信家电凭借良好的经营业绩和产品技术表现,位列“广东企业500强”第47位、“制造业企业100强”第19位,并作为企业代表在大会现场作主题发言。

作为全球化企业,海信家电坚持制造、研发的本土化和品牌的国际化,与此同时,海信家电积极开辟第二增长曲线,先后收购欧洲高端厨电制造商古洛尼(Gorenje)、全球领先的汽车空调压缩机和汽车空调系统一级制造供应商日本三电株式会社,扩充了厨房电器产品线的新赛道以及汽车热管理系统的新领域。通过跨区域、跨产业、跨行业的合作,实现在全球范围内的影响力跃升。

海信家电集团股份有限公司副总裁鲍一表示,海信将坚持长期主义实现高质量发展,以高质量发展的确定性有力应

对前进路上的不确定性,建设以先进制造为特征的现代化产业体系,在未来发展和国际竞争中赢得战略主动。

科达制造凭借持续跃升的综合实力再度入围“2023广东企业500强”及“2023广东制造业企业100强”榜单,分列216位及93位。

自1992年成立至今,科达制造始终坚持走全球化之路。2022年营收首次突破百亿,海外收入超过总营收一半。科达制造方面表示,制造业更大的发展空间在海外,全球布局是制造业的未来。科达制造将继续加大创新力度,不断深化推进“全球化”进程,不断提升核心竞争力,进一步推动行业转型升级,驶入高质量发展的康庄大道。

值得注意的是,近年来,顺德上榜广东500强的企业排名有升有降,有的已退出了榜单,也有新的晋上榜,为榜单注入新鲜血液。不变的是,这些排名不断上升的企业,无不是勤练内功、坚持长期主义,并在主动求变中不断占据市场主动权的企业。

优质企业是经济发展的顶梁柱和生力军,期待顺德更多科技型企业和专精特新“小巨人”企业不断发展壮大,持续壮大广东企业500强军团。



海信家电凭借良好的经营业绩和产品技术表现,位列“广东企业500强”第47位。图为海信容声冰箱生产线。/资料图



科达制造持续加大创新力度,不断深化推进“全球化”进程。图为科达制造生产车间。/资料图

珠江商报 记者黄澄献报道:10月30日晚,海信家电发布2023年三季度财报显示,公司前三季度实现营业收入649.00亿元,同比增长13.81%;归母净利润24.26亿元,同比增长126.76%;扣非归母净利润20.63亿元,同比大幅增长165.99%。其中,第三季度实现归母净利润9.28亿元,同比增长106.49%。

对于业绩增长的原因,海信家电方面表示始终坚持长期能力建设,走高质量发展道路,开启公司治理、顶层设计等各项变革工作,持续提升产品力、品牌力、营销力和制造力,是海信实现营收、利润持续强劲增长的动力。

海信家电通过敏锐洞察市场趋势,以用户需求为驱动,持续推进创新研发,形成多维度的竞争优势,在暖通空调、冰箱、洗衣机、厨卫等产品线表现亮眼。来自奥维云网的数据显示,2023年前三季度,海信系冰箱市场零售额同比增长14.4%,线下中高端占有率同比增长3.9%,市场趋势向好。

海信洗衣机以消费者洗护新需求为导向,不断强化洗护科技的创新和产品体验的升级。来自产业在线的数据显示,2023年前三季度,海信洗衣机年累出货量同比增长41.2%,升至中国第三。

在全球经济持续面临不确定性的背景下,海信家电坚持“长期主义”,积极推进研发、生产、渠道的全球化布局,充分发挥全球协同优势,实现国内外市场稳步增长。

目前,海信家电旗下的三电公司正逐步由压缩机为主的配件供应商向系统供应商作战略转型,其新冷媒空调系统获得国际车企定点开发。9月,三电公司成功拿下欧洲大客户HVAC(暖通空调)业务历史性大单,本次订单不仅在签单业务规模上显著提升,更是在产品类别拓展上取得突破性进展。数据显示,1-9月三电签单额已超2022年全年。

在持续提升硬核产品力的基础上,海信家电通过多元化的品牌营销策略,线上联动综艺、线下打造系列品牌活动,同时以赞助体育赛事走向国际,提升品牌在全球消费者中的认知度和美誉度。

此外,海信家电积极响应国家“双碳”战略,以“全产业链+全生命周期”的先进制造,引领企业转型升级。海信空调荣获“中国空调行业第一个且唯一一个三星碳标签产品”称号;海信日立成为国家“电力负荷互动生态合作伙伴”,打造绿色低碳“新型电力系统”解决方案。

海信家电方面表示,未来将继续坚持“技术立企、稳健经营”的理念,将经营安全放在首位,关注股东回报,优化公司治理,提升经营质量。以用户为中心,驱动产品创新研发,为用户赋能高品质生活的同时,实现企业可持续高质量发展。

珠江商报 记者黄澄献报道:记者日前获悉,小熊电器前三季度实现营收约33.18亿元,同比增长22.96%;实现归母净利润约3.16亿元,同比增长31.24%。

据奥维云网(AVC)2023年1-9月全渠道推总数据显示,厨房小家电整体零售额同比下降9.6%,零售量同比下降0.5%,其中线上零售额同比下降9.9%,线下零售额同比下降8.9%。尽管小家电需求总体放缓,但小熊电器前三季度仍表现亮眼,营收和净利润实现了双双大幅增长。

对于增长的原因,小熊电器方面表示,从品类的维度来看,公司策略性地切入了一些传统大品类,这对营收增长贡献较大。电饭煲、水壶等大品类小家电在提升销售规模的同时取得了较高的增速;母婴、净水等新兴品类也取得了较高的增速,对收入增长也有积极贡献。从渠道的维度来看,公司在主流电商平台保持了稳定增长,抖音等新兴电商平台贡献较大增量,海外渠道也实现较高增速。

随着90后、Z世代成为社会消费主力,小家电消费领域正在同步发生深刻变化。小熊电器深耕年轻化赛道,坚持修炼内功,不断提升自身的核心竞争力,一方面在存量市场中找到新增量,另一方面则不断开辟更细分的新赛道。根据奥维线上数据显示,小熊电器第三季度在电饭煲、电压力锅等刚需品类表现优异,销售额增速分别为9%、12%。

小熊电器方面介绍,从底层逻辑来看,小熊的品类延展性很广,未来会在小家电小型化方面做探索,并以人群为维度,打破品类创造的边界,更加积极聚焦品牌定位的年轻人群。当前对这一方面的切入仍处于探索阶段,还没有上升到公司战略层面。“我们在逐步构建这一方面的能力,试探市场对品牌的接受度,还需要一些时间对这一方向进行探索。”小熊电器相关负责人说。

对于产品“出海”,小熊电器方面坦言,目前公司海外业务收入占比不大,但今年增速较快,这将给公司带来新的增长空间。

过去,小熊电器海外业务以ODM代工为主,当前则主要是自主品牌出海和跨境电商业务,自主品牌出海主要面向东南亚市场,以及欧美地区的华人市场。

“目前东南亚市场部分国家对小熊品牌已有一定的认知,公司未来会继续加大品牌建设和推广力度。”小熊电器相关负责人表示,公司前期已在跨境电商领域进行了一些探索,今年在收入端有较大的进步,目前底层能力已经构建起来,未来会注重提高运营效率。

海信家电前三季度净利润强劲增长
技术立企形成多维竞争力

小熊电器前三季度实现营收、利润双增长
探索小家电小型化