

2006年6月20日出版
第7期
总第167期
登记证号:粤C0007号
http://www.gree.com.cn
主办:珠海格力电器股份有限公司
(内部资料免费交流)

格力电器

GREEELECTRICNEWSPAPER

本期导读

- “中证百强”榜揭晓格力电器成家电业翘楚 (2版)
- 北京格力专卖店升级改造全面启动 (3版)
- 感怀格力 (4版)

《环球企业家》杂志社、北京大学光华管理学院联袂打造

格力电器上榜“最具全球竞争力中国公司50强”



本报讯 全球经济大博弈格局,中国公司的竞争实力究竟如何,有多少家企业已经真正在国际舞台上拥有了参赛资格,甚至在直接对抗中占据了一席有利之地?世界扁平化的时代,中国公司如何寻找全球市场坐标系中的位置?

6月1日出版的《环球企业家》杂志,揭晓了由该杂志社和北京大学光华管理学院首次联合推出的“最具全球竞争力中国公司50强”榜单,格力电器以行业领先的全球市场地位和各项评选指标的优异表现入选其中,并在该榜单各项具体财务指标中表现出色:2005年海外收入和比例分别为44300万美元、19.58%,分别排名第25位和33位;2003年至2005年海外收入和总收入年均增长率分别为48.93%和34.80%,分别排名第17位和14位。

据了解,“最具全球竞争力中国公司50强”评选活动是近年来国内首次对中国企业的在全球市场中的竞争力进行评价的一项活动,由致力于推动中国企业国际化、在中外商界有着广泛影响力的《环球企业家》杂志社主办,由在国内MBA等管理教育领域一直处于领先地位的北大光华管理学院全程提供学术支持。该评选活动主要通过公开数据对企业进行客观评价,参照国内外通行的行业分类方法,确定中资企业具有一定竞争力的通讯设备、计算机、家电等10个主要行业,从近1000家目标企业中,根据现有的官方行业统计和第三方统计资料所提供的规模情况,遴选出各行业中规模较大、市场份额、出口额或海外投资额等居于行业前3位或前5位的企业,最终由北大光华管理学院资深教授评委评定。

格力电器国际化的努力和成果,得到了评委的充分肯定和高度认可。作为最早融入国际市场的中国家电企业之一,

格力电器今天的销售和服务网络已经遍及全球100多个国家和地区。为响应国家“走出去”的号召,本着“先有市场后有工厂”、稳扎稳打的国际化战略,格力电器2001年在巴西建立了第一个海外生产基地,该基地已成为中国企业成功“走出去”并实现赢利的榜样。今年3月,格力电器又在巴基斯坦建立了第二个海外生产基地,其国际化举措的创新令人瞩目。截止目前,格力电器已经向包括巴西、俄罗斯、巴基斯坦、澳大利亚、菲律宾等在内的全球近50多个国家和地区出口了自主品牌的空调产品,并以优良的品质、卓越的性能和精美的款式征服了国外的消费者,改变了他们对中国产品的传统看法,树立了中国企业的良好形象。2005年12月,国家商务部授予“格力”品牌为“中国出口名牌”称号。今年3月,格力电器在巴西最权威的市场调查机构——巴西国家民意调查局组织实施的一项大规模的公众调查中脱颖而出,成为巴西人

最满意的“品牌”之一,并获得“巴西最满意品牌”奖。

格力电器在全球空调市场的领导地位,更使其在此次评选活动中脱颖而出。2005年,格力电器实现销售收入182.48亿元,其中家用空调的销量突破了1000万台,在全球家用空调市场上占据了15%的份额,从而打破了外国企业连续多年来在家用空调全球销量上称冠的地位,格力电器由此一跃成为

全球家用空调的“单打冠军”,中国民族空调企业第一次站在了世界冠军的领奖台。

主办单位表示,通过此次“最具全球竞争力中国公司50强”的评选,格力电器等中国公司的国际化努力和成果将不再是单个企业的成功而已,将首次作为中国首批“国家级选手”而被记录在册,相关的数据库将作为企业国际化后续研究课题的主要依据。



在历届广交会上,格力电器总是成为外商追捧的对象

格力电器喜捧“荣誉大奖”

本报讯 6月9日,“最佳创建品牌企业奖2005(粤港区)”颁奖典礼在香港隆重举行。来自格力电器的代表,从香港生产力促进局负责人手中,接过了“最佳创建品牌企业奖荣誉大奖”的奖杯,格力电器由此成为广东省在此次典礼上唯一获得“荣誉大奖”奖项的家电企业。

“最佳创建品牌企业奖”评选活动由香港生产力促进局主办,香港工业贸易署、香港贸易发展局、香港中华厂商联合会、香港总商会、香港企业总会等机构协办,其目的是表扬香港及广东企业在建立企业品牌及品牌管理制度的杰出成就,从而为业界树立优秀典范。此次评选活动设立了“最佳创建品牌企业奖荣誉大奖”和“最

佳创建品牌企业奖”等奖项,其中“荣誉大奖”是颁发给在创立和管理品牌方面表现特别出色的企业,此次获“荣誉大奖”仅有3家企业,其中香港企业仅有国泰航空公司1家,广东企业仅有2家,而格力电器则是品牌林立、竞争激烈的广东家电行业中唯一获得这一奖项的企业。

为了对众多的粤港品牌进行客观公正的评价,“最佳创建品牌企业奖”评选活动组委会组成了包括香港生产力促进局主席梁君彦、香港品牌发展局主席尹德胜、香港经贸商会会长等知名人士及香港中文大学、中山大学、武汉大学等粤港高校资深教授的评审团,对参选的数百家粤港知名企业的品牌创建、管理过程及成果进行

了严格的考察,并经过初试、复试等层层考核,最终确定了47家获奖企业。

评审团一致认为,格力电器从一个十多年前默默无闻的空调小厂起步,今天已经发展成为全球规模最大的空调企业,2005年家用空调产销量更跃居世界第一位,这一发展速度和业绩令人惊叹。而凭借优质的产品和服务,格

力不仅成为“中国驰名商标”、“中国名牌产品”及“中国出口名牌”,还成为“巴西人最满意的品牌”,在全球市场上树立了中国品牌和中国企业的良好形象,格力在品牌创建和管理卓有成效,在为数众多的广东企业中表现突出,因而格力电器获“最佳创建品牌企业奖荣誉大奖”实至名归。



▲格力电器代表从香港生产力促进局负责人手中接过奖杯

南非代表团前来考察

本报讯 日前,南非政府官员和商务人员一行前来格力电器参观。格力电器董事长朱江洪接待了考察团一行。参观后的考察团代表们对格力电器赞不绝口。南非财政及经济事务委员会成员MrPaulMashatile先生表示,格力电器规模庞大,已经超过国际很多知名企业,拥有了强大的竞争实力。他还表示,中国与非洲具有良好友谊的历史,南非希望与格力电器通过代理市场谋求更深入合作的机会,同时他代表政府欢迎格力电器前往南非考察合作,并将为格力电器争取最大的资源。朱江洪董事长表示,感谢南非政府的邀请,他将在适当的时候考察南非市场。

巴西经销商到访

本报讯 6月5日,巴西经销商访问团前来格力电器参观,格力电器良好的工作环境给他们留下了深刻印象。朱江洪董事长向经销商一行简要介绍了公司的发展概况,并表示格力电器很重视巴西空调市场,愿意与巴西经销商一起谋求格力更大的发展。巴西经销商纷纷表示,此次参观使他们看到了格力电器的庞大实力,增强了信心,今后必将为格力在巴西的发展尽最大的力。

“中证百强”榜揭晓格力电器成家电业翘楚

本报讯 中国证券报 2005 年度上市公司百强(简称“中证百强”)评选结果近日揭晓,格力电器在国内 1340 家 A 股上市公司和十多家家电类上市公司中脱颖而出,以优异的业绩指标进入该榜,并成为家电类上市公司的翘楚:在根据主营业务收入、总资产、总市值、净资产收益率、近三年净利润增长率、每股收益六大指标综合考评的主榜——“中证百强”排行榜中,格力电器以 356 分的综

合分值排名第 24 位,在仅有 2 家入选的家电上市公司中遥遥领先。值得注意的是,在“中证百强”排行榜前 40 名中,入选的大多是钢铁、银行、石化等垄断性行业上市公司,格力电器是少有的处于竞争性行业的上市公司。此外,格力电器还进入了“经营规模排行榜”和“股东回报排行榜”两个子榜:在以主营业务收入为衡量指标的经营规模排行榜中,格力电器以 2005 年主营业务收入高达

182.48 亿元,排名第 31 位;在以每股收益为衡量指标的股东回报排行榜中,格力电器以 2005 年每股收益 0.95、每股派息 4 元,排名第 83 位。

中国证券报系新华社重点核心报刊及中国证监会、银监会、保监会三大金融证券监管机构的指定信息披露媒体,今年是其首次独立举办上市公司百强评选活动。此前,中国证券报曾与有关机构合作,连续举办了多届“中国最具发展潜力

上市公司 50 强”评选活动,格力电器曾经连续 6 年进入“中国最具发展潜力上市公司 50 强”,是家电行业中唯一连续 6 年入选该榜的上市公司。

“中证百强”评选活动秉承该报一贯倡导的“蓝筹+可持续成长”的上市公司发展理念,并以此作为评选活动的主旨。在继承“中国最具发展潜力上市公司 50 强”评选活动经验的基础上,“中证百强”借鉴国际上知名的公司排行榜的指标体

系,在指标选择、评选方法等方面更具客观性,以更刚性的条件作为能否入选“中证百强”的标准。

证券分析人士认为,此次进入“中证百强”的格力电器,其庞大的规模和优越的盈利能力完全符合“蓝筹股”的衡量标准,而连年业绩大幅增长则成为上市公司持续成长的典型,这些充分彰显了该公司在中国家电行业中强大的综合实力和无可比拟的竞争优势。

格力众多畅销产品获奖



本报讯 在不久前落幕的第八届中国国际家电展上,格力“节能王子”荣获中国家电协会颁发的“超级节能奖”和“工业设计潜力奖”。

在这次以“家电、环境、发展”为题的 2006 中国国际家电展会上,格力电器展出了一系列新颖时尚、功能先进的空调及小家电产品,在节能、环保、工业设计等方面均有过人之处。除“节能王子”获奖外,格力“冰岛”、“清凉湾”、“数码 2000”、

“菱格风”、“天丽”等系列空调产品,均荣获中国家电协会颁发的“工业设计潜力奖”,格力电磁炉也荣获“工业设计潜力奖”。

作为全球空调行业的领跑者,格力电器近年来在环保节能技术方面一直走在同行的前列,陆续推出了一系列节能环保的家用和商用空调产品,并获得了国内外权威机构的高度认可。在去年召开的“节能节水环保产品认证工作年会”上,格力荣获中标认证中心颁发的 2005 年度“中国节能贡献奖”,是空调企业云集的广东省内唯一获此殊荣的企业;2004 年和 2005 年,格力电器两次获得巴西政府颁发的最高节能级别——A 级节能标签。

值得一提的是,格力此次获奖的所有产品均是格力本年度市场热销的空调和小家电产品。可见,格力节能环保的领先技术和时尚新颖的外观设计理念已经深入人心,受到了广大消费者的喜爱。

格力 GMV 家族喜添丁

本报讯 日前,世界上第一台热回收数码多联机诞生,这是继世界上第一台超低温数码多联机成功下线之后又一款惊世之作。

此次推出的热回收多联机是属于格力 GMV 系列中央空调旗下的最新产品,其最大特点是在一个冷媒循环系统内,内机可以任意选择制冷和制热模式,同时实现制冷和制热功能。目前世界上只有大金、三菱、日立等少数厂家才拥有该项技术,格力电器是国内第一家拥有热回收多联机自主知识产权的企业,格力热回收数码多联机是国内第一台热回收多联机,填补国内空白。

格力热回收数码多联机不但能将室外侧的热量有效的转移到室内侧,而且能对不同区间室内侧的热量进行相互转移,对能源的利用达到了普通空调无法企及的水平,实现最大化的节能效果。研发工程师介绍说,日本企业生产的热回收多联机采用的是变频压缩机,而格力电器采用的是数码涡旋压缩机,两者比较,数码涡旋压缩机具有抗电磁干扰、调节范围更广等优势,格力

热回收数码多联机是世界上第一台热回收数码多联机。普通多联机在 10℃ 以下的制冷效果就很不理想,在零度以下制冷更是容易出现室内机防冻保护的现象,根本无法制冷,而格力热回收数码多联机可以做到在 -5℃ 到 43℃ 范围内正常制冷,在 -20℃ 到 30℃ 的范围内正常制热,在 -5℃ 到 30℃ 范围内同时制冷和制热。格力电器是目前行业中唯一掌握该项技术的空调厂家。

业内人士指出,凭借“事半功倍”和超低温制冷两大亮点,格力热回收数码多联机在能源紧缺的今天具有很大的市场空间和社会价值,充分满足了现代社会楼宇内部不同空间对空气温度的不同需求,极大改善了人们的生活和办公环境。



格力荣获“放心空调”称号

本报讯 6 月 7 日,中国家电维修协会对外公布“2006 年度用户放心空调品牌”,格凭借完善的服务保障体系和在空调行业率先推行“六年免费包修”的创举,成为获此称号的品牌之一。与此同时,格力还参与了中国家电维修协会主办的“放心空调安装宣言”活动承诺今后“要严格遵守国家标准和行业规范,并以高于国家标准和行业规范的企业内部安装服务规范,为广大用户提供更加优质的安装服务”。

据中国家电维修协会介绍,虽然当前我国空调市场销售的品牌集中度不断提高,但是空调品牌数量仍有近百家。为帮助广大用户解决选购空调的困难,指导理性选购,此

次“用户放心空调品牌评选活动”针对中国空调市场的服务水平,从品牌市场占有率、服务保障系统建设以及用户评价等方面进行权威、公正、全面的综合测评,以期对空调行业起到规范空调服务、引领理性消费的积极作用。

中国家用电器维修协会负责人表示,目前空调企业的服务保障能力参差不齐,而作为国内空调行业的龙头企业格力电器,其服务水准已经在行业内起到了模范作用。多年来,格力电器秉承“空调服务更应注重售前售中服务”、“您的每一件小事,都是格力的大事”等服务理念,通过售前严格控制产品质量、售中切实保障安装质量以及先后推出“快速反应部队”、“专家服务”、“免

费大回访”、“安装巡视制”、“六年免费包修”等创新的服务举措,在广大消费者中形成了“买品质、选格力”的良好声誉和口碑,得到了广大消费者的信任和青睐,并由此连续多年来保持了市场占有率行业首位的领跑地位,2005 年还成为家用空调销量的“世界冠军”,因此格力成为“2006 年度用户放心空调品牌”理所当然。

今年空调销售旺季已经到来,格力已提前做好各项服务消费者的工作,建立了旺季预警机制,如加强安装服务队伍的专业培训、增加配件仓库保证零配件供应等措施,从而确保了消费者即使在旺季空调销售“井喷”时期购买格力空调也能及时安装。

格力获知识产权荣誉称号

日前,格力电器得到广东省知识产权局的高度评价和充分认可,被认定为首批“广东省知识产权示范企业”。这主要得益于格力电器在企业的原始创新能力、集成创新能力和引进消化吸收再创新能力等方面的良好表现,格力电器至今共申请国内外专利近 750 项,拥有国内外商标申请近 400 件,具有完善的知识产权保护机制并取得了显著成效。

公司自成立以来,一直注重知识产权保护工作,不仅专门建立了企业专利管理制度,而且健全了企

业保密机制等知识产权保护体系,专利申请数量逐年稳步增长,公司的“空调贵族”系列的外观专利曾荣获“中国专利优秀奖”,格力电器也先后获“中国知识产权试点单位”、“广东省知识产权示范单位”、“广东专利优秀试点企业”、“广东 20 家知识产权优势企业”等荣誉称号。公司还积极运用进攻型与防守型的知识产权战略来构筑自己的专利阵地,利用专利技术与标准相结合,提高企业在国内外市场的竞争能力。

(科管部文矿喻)

格力爱心活动

6 月 1 日至 6 月 10 日,珠海红十字会格力电器工作组组织了“奉献爱心,捐助衣物”活动。目前,格力员工已捐赠了 1000 余件衣物,活动工作组将转交给珠海慈善会,由他们负责捐赠给需要人群。珠海红十字会格力电器工作组自 2005 年成立以来,已开展“医疗救助培训”、“无偿献血”、“捐助衣物”、“捐献书籍”等活动,得到格力电器员工的极大欢迎。(研究院刘清龙)

北京格力专卖店 升级改造全面启动

本报讯 6月3日,在礼花声和户外节目演出中,北京地区又一家格力空调4S专卖店在良乡举行了盛大的开业典礼。北京销售公司有关负责人和该4S专卖店总经理田继成等亲临现场并出席剪彩仪式。至此,北京房山区格力空调专卖店升级改造工作基本完成。而这种区域性的完成恰是全面启动的开始。

北京地区的格力专卖店经过近2年的发展已由之前的十几家扩充至三十四家,格力专卖店队伍不断在壮大,布局也趋于完善,其经营理念也得到了消费者的认可。为了满足消费者不断提升的购物品位,从今年4月起,北京销售公司有选择性地对已有专卖店进行改造,全力打造格力4S专卖店,从根本上提升专卖店的形象。五一前夕,北京地区首家格力4S专卖店在通州隆重开业,日前,良乡地区的格力4S专卖店也盛大开业。

在良乡格力4S专卖店开业典礼仪式上,北京销售公司负责人介绍说,格力4S专卖店不同于普通的格力专

卖店,它是格力专卖店的升级版。首先在位置上,格力4S专卖店盘踞在城乡主要商业地段上;其次,在店面装饰上,格力4S专卖店致力于为消费者提供最舒适自在的购物环境,使恼人的购物决策在愉悦中完成;在服务上,格力4S专卖店的热情周到、专业快捷,遥遥领先于家电连锁卖场。同时,

他对良乡地区消费者作出郑重承诺,将加强对良乡格力4S专卖店的监管以保障良乡人民能享受到格力最优服务。

这家格力4S专卖店在开业当天的空调销量远远超过仅一步之遥的良乡苏宁,极大地彰显了格力4S专卖店的强大优势。(北京销售公司 吴巧梅)



北京房山区格力空调4S专卖店开业,现场喜气洋洋

广州 见证品质

本报讯 自广州销售公司于3月15日开始征集2006年度格力空调品质体验大使以来,得到了广大消费者的关注和支持,范围包括广州、清远等区域的两个多月的征集活动共收到了超过500份的报名表。

5月27日,2006年度广州格力品质体验大使评选活动正式拉开序幕,选手群贤毕至,少长咸集,具有广泛的代表性。广州销售公司总经理王伟权认为,评选格力空调品质体验大使,主要是为了使消费者能够近距离地了解格力,并与消费者搭建一个沟通交流的互动平台,同时也使消费者了解到格力为使消费者获得最大利益所做出的不懈努力。更重要的是,在消费者体验格力产品品质的同时,培养其对格力文化的认同感和对格力品质的信赖感,真正感受格力空调的品质、品味以及品格。参赛选手纷纷表示,此类活动的举办,大大激发了消费者的积极性,使消费者和空调厂商建立了良好的互动关系。广东省消费者委员会副秘书长陈良波,广州市消费者委员会何建安主任,广州日报、南方都市报、羊城晚报、21CN经济报道的相关领导也出席了此次评选活动。(广州销售公司 孙卓)

粤东

爱心赈灾, 格力有情

本报讯 5月17日,特大台风“珍珠”的正面袭击使整个汕头市造成了巨大的财产损失和人员伤亡,许多群众的生活因受灾陷入困境,子女的学业也受到很大的影响。风雨无情,格力有情。为了帮助家乡受灾群众早日恢复生产、重建家园,并且使受灾困难群众的子女学业不受影响,格力电器粤东销售公司率先响应汕头市委、市政府的号召,主动与团市委联合开展为期一个月的爱心赈灾助学义卖活动。5月26日下午,活动的启动仪式在汕头的大型商业中心南国商城门口广场举行。

汕头团市委书记周崇凝在启动仪式上说,汕头团市委和格力电器粤东销售公司

帮助汕头人民重建家园的义举体现了青年人朝气蓬勃、奋发向上、敢为先锋的时代风采,体现了格力电器粤东销售公司特有的企业文化,也体现了格力人艰苦创业、发奋图强、勇于奉献的精神,其行动必将影响和带动更多的社会热心人士参与到汕头的灾后重建工作中。

粤东销售公司董事长郑文强表示,汕头灾区群众的生活一直牵动着每一个格力人的心,“风雨无情,格力有情。”为此,粤东销售公司特举行连续一个月(5月26日—6月26日)的爱心赈灾助学义卖活动,以实际行动回报灾区群众,支援灾区重建家园,帮助困难学生继续学业。

在本次爱心赈灾助学义卖活动期间,粤东销售公司拿出近千件小家电商品进行义卖,并且粤东各专卖店每卖出一台格力空调,将捐出10元,义卖活动所得款项将由汕头团市委转交给需要帮助的困难群众。

5月28日,郑文强在捐赠仪式上,将首批捐赠款十万元支票交到团市委书记周崇凝手中。周崇凝书记高度评价了格力电器的义举,并号召全市人民向格力电器学习,积极参与到赈灾行动中。

本次格力电器的赈灾义举得到了广大市民的支持,在活动开始的前十天里,虽然大部分时间下着大雨,但市民参与踊跃;而粤东销售公司的员工更是发扬“风雨无情,格力有情,风雨再大,义卖不停”的精神,连续奋战,毫不懈怠,很多员工被雨淋病了还坚持工作。格力电器的这种精神得到了社会各届的高度好评,在汕头市引起了积极的反响,汕头电视台、汕头电台、汕头日报、汕头特区报、汕头都市报都做了专题的报导。

(粤东销售公司 何玉燕)



粤东销售公司爱心赈灾助学义卖活动现场

广州

再助白血病少女

本报讯 前段时间,19岁女孩林延妮因患白血病而无缘今年高考的故事通过广州各媒体的报道,受到了社会各界人士的广泛关注,尤其是格力电器总裁董明珠对其8万元医疗费用的资助,让身在病床上的林延妮倍受鼓舞。而去年格力电器广州销售公司10万元救助的白血病女大学生庞梦晨已顺利通过手术,目前身体状况良好,已回到学校上课。

爱心接力 8万捐助林延妮

林延妮是即将参加高考的中专毕业生,可就在距离高考只有两天时,突然得知自己身患急性白血病,需要立即入院接受治疗。对于家境一般的林延妮来说,白血病的手术费用和后期疗养费用都是一笔吃惊的数字!林延妮的父亲对此一筹莫展。

惊喜和希望出现在6月13日,林延妮的病房里来了几位特殊的客人,带着8万元捐助款的广州销售公司总经理王伟权受格力电器总裁董明珠指示,来到林延妮的病房,同时他还带来了庞梦晨的亲笔信。信上写道,感谢社会,感谢格力,并肩携手,共度难关!

格力再次资助白血病女孩

广州销售公司总经理王伟权为林延妮带来的是全体格力人的爱心。格力电器总裁董明珠特别重



▲广州销售公司总经理王伟权亲自将捐助款送到林延妮手中

视培养优秀学子。去年,董明珠总裁指示广州销售公司援助白血病女大学生庞梦晨10万元,希望她顺利通过手术,如今她做到了!今天董总裁再次指示广州销售公司捐助林延妮8万元作为手术费,希望她明年再圆高考梦!

作为格力空调所倡导的爱心接力棒,从庞梦晨开始,传递到郑智鸿,一位只有1岁半的白血病儿童。今天,这支象征着“人间有情,格力有爱”的爱心接力棒传递到林延妮手中,大家都期待林延妮能够早日康复,来年高考金榜题名。

王伟权还表示,像林延妮这样的白血病患者还有很多,他们往往因为费用而延误了最佳治疗期,他呼吁社会各界都来关注这一群体,伸出自己的援助之手,献出自己的一点爱心。

(广州销售公司 孙卓)

感怀格力

空一分厂·稼福

闲假时,朋友来电问候,并向我索要格力电器的文化衫,叮嘱我一定要印有“好空调、格力造”六个大字。我有些好奇,虽然自己在格力工作已一年多,但彼此并没有过多谈论工作上的事,朋友却有如此要求。问其原因,电话那头的他满怀期待:“‘好空调、格力造’在我们城市出名啊!中央电视台黄金时刻都能看到和听到,名企嘛!给我一件你们的文化衫,我穿在身上也可以让朋友知道自己有个在格力电器工作的朋友,让我骄傲骄傲!”朋友的回答使我心中溢满自豪感。的确,现在华丽新潮的广告词众多,但真正能让消费者记住的广告又有多少?“好空调,格力造”显得如此朴实,而从朋友的回答我分明听出了格力企业文化已经真正融入了消费者的生活:“企业服务于生活,更应融入生活。”“好空调、格力造”不仅仅是一句广告词,它更代表了格力人对消费者的一份承诺,一份责任,更透着一份自信……

走进格力,擦身而过的大多都是年青飞扬的面孔,大多数都是十八、十九岁的年青小伙姑娘。他们代表着格力人的活力和青春。和众多的国际企业对比,格力是年轻的,但格力人的成长却是茁壮的。从1992年的年产2万台到2005年的1000万台,格力人以坚实有力的步伐迈向世界空调的顶峰。有人把格力的成功归功于奇迹,我更愿把格力看作民族工业崛起的希望。面对成功,格力人走得并不平坦,十几年的风风雨雨,但格力人以特有的“忠诚、友善、勤奋、进取”的精神一路走来,不仅壮大了企业,更沉淀了格力自身的优秀文化。老一辈的格力人以自己艰苦奋斗,持之以恒,大胆追求,勤奋进取的精神创下了格力的辉煌,一步步坚实地朝着世界格力,百年企业的目标而奋进。

面对成功,格力人并没有停步,格力人持有的企业文化形成了格力创新以求



的学习精神。如果说企业文化是企业的根,那学习使用先进的管理生产经验便是给自身的营养,善于学习,善于吸纳,开明的企业往往会有持久的生命力。胸怀广阔的格力人以勤奋进取的精神,吸取着世界先进的生产管理经验和“5S现场管理”、“TPM设备保养”、“精益生产”在分厂开展得如火如荼,作为格力电器的一份子,我感受到浓厚的学习气氛,无论是一线的普通员工,还是厂部领导都深入到了学习中,管理理念已不仅是领导的事,集思广益,相互学习成了工作中的重要部分。一个善于求新求变的企业是有希望的,勤奋进取的员工更是企业宝贵财富。

以人为本,自主创新的企业文化把格力成就为国际名牌,中国制造在国外消费者眼里往往是低端产品的标志,但格力人以民族企业独有的自尊心,自强不息的创新精神,700多项自主知识产权,诸多的荣誉称号,完美的质量和美观的外形征服了全球的消费者,产品远销欧美。自主知识产权是一个企业生存的根本,格力人凭借自主创新技术的不懈追求,打造了一个世界空调龙头企业格力电器。面对格力电器的未来,我们没有理由不充满信心。一个好的民族工业企业是一个国家走向世界的名片,格力人代表着民族工业企业走向世界,也许不一定是永远占据高峰,但在国人的心目中拥有希望才是最好的。为了希望而奋斗才是最积极的奋斗,“好空调、格力造”必将传遍全世界!

谁盗走维纳斯的断臂

管路二厂·王继国

我们的顶礼膜拜,极少因为残缺。而1820年春天,希腊米洛农民伊奥尔科斯掘获的维纳斯,却极其概念地颠覆了我们的肠胃。

维纳斯的断臂在考古学家的种种臆想中,终究沉淀下来,甚至成就了无从或无需考证的缺陷美,看似乏善可陈的繁冗与平淡,却也激起一些伟哲在迭起循遁的折复中吟咏、升华。

谁盗走维纳斯的断臂,维纳斯缄默不语。

或许圣哲中的蕴涵终究要轮回到我们平淡的原点,纵使它一再隐忍的宣灌。缺陷的肆意呈现,寓意着下一个性情的完美上演。当它以一种无可商量、永诀的态势出现,附和

的声音必将掩盖些许质疑,如同断臂维纳斯,也如同这篇文字。

而亲爱的我们,我谦虚也负责的告诉,我们有的,只是一副小市民的肠胃。

奔走于纤尘细壤,我们的劳作与闲逸,在生活的洪流中越发吝啬、卑微,我们必须完整的活着,包括毛皮,一度的疼惜,细致而谨慎。或许英雄是纵身一跃中的幸存者,而那些淡定的略微带着尘俗的身形,虔诚叩拜,只为求一道“平安是金”的符语。佛珠在喇嘛的手中摩挲细语,念念碎,复念念碎。

我们必须完整的活着,承载自己的那份阳光与阴霾。



摄影作品

火烧云

物质库·周定华



世界杯,写在阿根廷二出战之前

探戈,不似古巴伦巴般的柔媚诱惑,不似巴西桑巴般的热情奔放,也不似街头踢踏般的随意自在,探戈是纵情的,但是却纵情得沉静内敛,仿佛冰山下的火焰,展示的是一种压抑的力量。探戈是忧伤的,却又于忧伤中透出新生的希望,是严寒尽头那些倔强地昂着头的小草。探戈也是高傲的,像阿根廷球员标志性的长发,在球场上肆意飘扬飞舞。探戈,在阿根廷的移民文化中,有了一种永恒的意义,对阿根廷人而言,她不仅是一种舞蹈,也是一种文化,更是一种人生的方式。

一直以来,世界杯对我的大部分意义,就是可以痛快地看着阿根廷人的探戈表演。探戈,是阿根廷足球的内在,而长发则是她的外在标志。从看球开始,就一直迷恋那道金发飞舞

的风景。1998年,开创艺术后腰时代的雷东多因为不满主教练要求球员剪去长发的要求,毅然退出国家队,在他看来,对国家传统的坚持,应该是比对国家效忠更为意义重大的事情吧。

2002年,阿根廷拥有更多长发飘扬的球员,有巴蒂那种带有帝王般气质的金色长发,也有索林那头浓密得让女人嫉妒的黑色风暴,还有克雷斯波、奥特加等等,几乎一半以上的球员都拥有一头各具特色的头发。当3313的阵形完全展开,开始进攻的时候,整个球场都被全情前进的阿根廷人所占据,而这其中最吸引眼球的,除了足球外,便是那些长发了。那一年,阿根廷在预选赛上所向披靡,在南美上演了完美的进攻风暴。那一年,足球被阿根廷

人完美地演绎成了一种艺术。这种境界,只曾经在克鲁伊夫时代的荷兰出现过。至于其实的所谓艺术,则大多是些个人表现而已,比如法国的齐达内,意大利的巴乔,还有属于全世界的马拉多纳。那一年,阿根廷成为了世界杯理所当然的最大热门。那一年,是冷门的世界:法国,带着五大联赛中的三个最佳射手,却在小组赛中颗粒无收;韩国,靠着红魔和裁判的作用,历史性的进入四强;还有阿根廷,在意外的禁区人墙面前,显得如此的悲情无奈,当终场哨响的时候,有看台上那个无名少女的抽泣,有巴蒂梦难以寄的眼泪,有狂人贝尔萨那茫然不解的困惑,有寒布宜斯诺艾里斯街头老人声嘶力竭的呐喊:“为什么让我们如此的多灾多难?”还有我们最勇敢队

长萨内蒂那不屈和不甘的眼神。还有……太多……回首往日的那些记忆,是多么让人心碎的一组画面。

今年,又到世界杯年,传统足球强国土地上的足球盛宴,有理由让所有的人期盼。意外的分组形势,更是让很多人作出了不少关于冷门的预言,关于阿根廷,关于荷兰,关于科特迪瓦……

最先到来的是阿根廷对科特迪瓦。上半场,在里克尔梅的调控下,阿根廷人弹奏着属于自己的节奏,看见了那只久违的兔子——萨维奥拉自信的过人和盘带,看到了索林在左路一往无前的助攻,很快,阿根廷便以2:0领先。中场时,所有的评论都是一片赞美声,包括我自己在内。可是,下半场却风云突变,兔子被换下,克雷斯波也

被换下,中场核心里克尔梅也因为体力的原因,显得有些步履蹒跚,场上的节奏明显缓了下来,是漫不经心的随意?是闲庭信步的自信?还是?又有几人能分清?只是感觉到,有一种情绪在悄悄地弥漫,那是,失望。

世界杯,本应是强队展示各自足球风格的舞台,冠军永远只有一个,而他们在球场上形成的独特风格却可以被球迷们津津乐道好多年,像98年荷兰引领的橙色风暴,至今仍清晰的留在球迷的记忆中。足球,对大众而言,应是娱乐。最终奖杯的归属,在我看来,并不是那么重要。

舞者如风,乐声如诗,今夜,阿根廷,你会回复你的探戈之舞么?

(家技部·球友)