

2006年7月15日出版
第8期
总第168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

- 格力电器荣登“中国出口200强”榜 (2版)
- 销售旺季 热潮不断 (3版)
- 草根还是树根 (4版)

党建工作受珠海市国资委党委多项表彰

格力电器领导班子被授予“四好”领导班子称号

6月20日,在珠海市国资系统庆祝建党85周年暨企业党建工作会议上,珠海市国资委党委授予格力电器领导班子为“四好”领导班子,授予格力电器党支部为“先进基层党组织”,格力电器商技部熊建国和制冷研究院肖洪海分别被评为“优秀党务工作者”和“优秀共产党员”。

洪天慧参观考察格力电器



本报讯 7月13日,全国妇联副主席、书记处书记洪天慧等一行4人在广东省妇联副主席周丽琼、张瑛的陪同下来到格力电器参观考察。董明珠总裁陪同客人参观了公司,并向其简要介绍了格力电器的发展历程,洪天慧对格力电器取得的成绩给予了充分的肯定。

格力电器荣登“全球华人企业500强”榜

本报讯 “2006全球华人企业500强”榜近日在北京揭晓,格力电器以2005年销售收入超过182亿元的优异业绩,进入该榜并位列214位,成为珠海唯一进入该榜的企业。

此次由世界杰出华商协会、中国商业联合会组织评价和发布的“2006全球华人企业500强”评选活动,是第一个涵盖全球华人企业的顶级排行榜,在同类评比中尚属首创,评选委员会专家阵容强大,成员大多是来自中国社科院的经济学家。

据主办单位介绍,该评选活动旨在采用国际公认的评价体系,遵循科学性、公正性、真实性、权威性的原则,反映华人企业的风貌,使

全球华人企业第一次以整体的姿态展示在世界舞台上,向全世界彰显华人企业的综合实力与整体实力。其评选范围包括中国大陆、香港、澳门、台湾及美国、新加坡、马来西亚、泰国、法国等世界各地的华人企业。

在本次排行中,368家中国大陆企业榜上有名,其中广东45家上榜。值得注意的是,上榜的大陆企业大多为石油、银行、电力等垄断行业企业,格力电器是上榜企业中少有的处于竞争性行业的企业。主办单位表示,通过长期的艰苦奋斗和积极进取,世界华人企业中拥有众多国际著名的名牌企业与一批世界知名的商界领袖,成为世界经济繁荣重要的推动力量,包括



格力电器在内的华人企业500强就是其中的杰出代表,他们为中华民族和世界经济做出了卓越贡献,是中华民族和世界的骄傲。

另外,近日在2006广东企业发展高峰论坛上,由广东省企业联合会、广东省企业家协会评定的“2006广东省企业100强”出炉,格力电器也荣列其中,充分显示了其在广东省企业群体中举足轻重的地位和不凡实力。

合肥、芜湖两市领导会见朱江洪和董明珠

本报讯 7月11日晚,安徽省委常委、合肥市委书记孙金龙,市长吴存荣会见了正在安徽考察空调市场和投资环境的格力电器朱江洪董事长、董明珠总裁一行。

7月10日,合肥市领导会见了先行来肥考察的董明珠总裁一行。随后的一天,董明珠总裁一行又在芜湖市受到安徽省委常委、芜湖市委书记詹夏来,芜湖市委副书记、代市长陈树隆的亲切会

见。合肥市委书记孙金龙、芜湖市委书记詹夏来均表示,在竞争十分激烈的家电行业,格力电器取得的非凡业绩,十分不易,令人钦佩。格力电器在当地进行战略布局考虑,市委、市政府及全市各有关方面、有关部门都将全力做好服务工作。希望格力电器能深入考察当地的投资环境,双方之间开展广泛合作。7月11日晚上,朱江洪董事长与合肥市领导进行了进一步磋商。



▲安徽省常委、合肥市委书记孙金龙会见格力电器朱江洪董事长

格力和董明珠荣列自主创新竞争力十大品牌和人物

本报讯 6月28日,在人民大会堂举办的中国企业国际竞争力第三届年会上,发布了“2006自主创新竞争力十大品牌”和“2006自主创新竞争力十大人物”名单。格力荣获了“2006自主创新竞争力十大品牌”称号,格力电器总裁董明珠被授予“2006自主创新竞争力十大人物”荣誉称号。

由中国经济报刊协会、中国生

产力学会和中国企业国际竞争力论坛联合主办的“2006最具竞争力人物及品牌评价活动”以落实科学发展观,揭示竞争力奥秘为宗旨,以“客观、公正、公平”为原则,以“创新力、影响力、贡献力”为评价标准,对候选人有着严格的申报条件要求,经过近6个月的紧张的工作,通过“推荐调查审核、网上公开评价、专家学者评价”四

个阶段的综合评价,最终得出了获奖名单。值得一提的是,本次十大人物及十大品牌的评价本着宁缺毋滥的原则,人物及品牌奖项均有空缺,而格力是其中唯一入选的家电品牌,董明珠则是家电行业唯一入选的企业家。组委会表示,格力电器在自主创新上的努力和成效,可以说是挺起了中国空调行业的脊梁,也是中国家电产业的骄傲。

家电业格力电器独进“投资者关系50强”

本报讯 6月24日,第二届中国投资者关系(IR)管理年会暨2005中国A股上市公司IR评选活动颁奖典礼在深圳举行。会议揭晓了由权威专家评选出的“2005年中国A股上市公司IR50强”,格力电器以连年稳步增长的优异业绩和一贯以来对投资者负责的卓越表现,在近1400家上市公司中脱颖而出,高票入选“50强”,并跻身于前30名。

值得注意的是,中国各大知名家电企业均为A股上市公司,但此次入选“2005年中国A股上市公司IR50强”的50家上市公司中,家电类上市公司

仅有格力电器一家入选。“大浪淘沙,始见真金”,专家指出,这一方面充分反映了中国家电行业竞争的激烈与残酷,另一方面也反映了投资者对优势家电企业的追捧。据了解,这也是格力电器继在家电业内唯一连续6年进入“最具发展潜力上市公司50强”2006年先后进入“上证风云榜”上市公司100强并成为全部入选该榜五个榜单的仅有9家上市公司之一、跻身“中证百强”并在仅有2家入选的家电上市公司中遥遥领先之后,又一次获得广大投资者的充分肯定和高度评价。

格力电器荣登“中国出口200强”榜

本报讯 2006中国外贸200强高层论坛近日在北京举行，论坛揭晓了根据海关统计数据发布的2005年度“中国外贸200强”包括出口200强和进口200强)排行榜。在“中国出口200强企业”排行榜上，格力电器以2005年度出口额4.07亿美元的优异成绩，荣登该榜。

值得注意的是，“中国外贸200强”排行榜显示，在2005年中国出口额最大的200家企业中，外商投资企业达148家，国有企业、集体企业和私营企业分别只有39家、9家和4家。格力电器是其中少有的以

自主品牌出口的中国企业之一。与会的海关总署有关负责人表示，格力电器等中国“外贸200强”企业，见证了中国对外贸易的发展历程：“十五”期间，我国外贸出口总值由2001年的2661亿美元增至2005年的7620亿美元，有出口纪录的企业个数也由2001年的6.8万家上升至14.4万家，5年间出口的企业数几乎都翻了一番，而外贸200强企业一直充当着中流砥柱的角色。可以说，格力电器等“中国外贸200强”是中国对外经济贸易的参与者和有利的推动者，更是中国外贸的领跑者，为我国的外贸持续发展做出了重要的贡献。

格力电器及重庆公司入选“行业效益十佳企业”

本报讯 近日，第三届“全国工业重点行业效益十佳企业”信息发布会在人民大会堂举行，中国行业企业信息发布中心发布了2005年度全国工业重点行业效益十佳企业信息。在“制冷空调调节器制造业”评选中，格力电器和其下属的格力电器(重庆)有限公司均榜上有名。中国行业企业信息发布中心(China Industrial Information Issuing Center)是国家统计局下

属专门发布我国重大行业企业信息及其他有关信息的权威机构。此次发布的企业名单涉及100个重点工业行业，获奖的1000家“效益十佳”企业，是全国27万多家规模以上工业企业的佼佼者，是拉动工业效益增长的骨干力量，是促进工业经济可持续发展的主力军。作为与人民生活密切相关的家用空调调节器制造业，不仅在国民经济发展中具有重要地位和影

响作用，而且是市场化程度较高、市场竞争较充分的行业，根据评选要求，中国行业企业信息发布中心依据工业企业按照国家统计制度向国家统计局工业交通统计司报送的2005年财务报表选取了利润总额列前十位的企业，珠海格力电器股份有限公司和其下属的格力电器(重庆)有限公司分别位列其中。在入选的空调厂家中，格力电器也是唯一总部和下属公司同时上榜的企业。

G 格力入选北青 99 指数

本报讯 7月3日下午，国内第一个由都市类媒体提供反映A股走势的指数——北青99指数诞生了，这是由北京青年报社和标准普尔公司合作推出的，目的在于借助于标准普尔公司的全球经验和权威标准，为研究中国宏观经济发展和资本市场趋势的中国读者提供一个独特而又具有公信力的指数产品。

北青99指数用于描述中国A股市场大盘蓝筹股价格的总体趋势，其中样本股是中国A股上市公司中自由流通市值最大和最具流动性的99家公司，格力电器名列所遴选的99家上市公司之中，这充分表明格力电器不仅得到了美国的著名指数服务和组合投资资讯服务公司的青睐，同时还获得了北京青年报权威媒体的承认。

格力电器荣膺“能效标识诚信企业”称号

本报讯 6月13日，国家能效标识授权机构——中国标准化研究院组织开展的以“倡导节能、诚信标识”为主题的能效标识宣传活动在京启动，格力电器由于在国家能效标识的推广活动中积极参与并诚信执行，荣膺“能效标识诚信企业”称号，并作为技术实力强、诚信机制好、品牌形象大的企业加入“诚信企业联盟”和能效标识专家委员会。

格力电器重庆公司上榜“2005年度重庆工业企业50强”

本报讯 6月27日，重庆市人民政府发布了按照规模、效益、生产规范、社会责任对大中型企业综合经济实力进行的排序的“2005年度重庆工业企业50强”榜单。格力电器重庆公司以优异成绩荣膺其中，名列第25位。这也是格力电器重庆公司连续第二年跻身“重庆工业企业50强”，较去年上升了12位。

“节博会”格力空调获好评



▲格力电器在中国节博会上备受青睐

本报讯 日前，由国家发改委等七部委联合组织的“全国节能宣传周上海系列活动暨第三届中国节博会”在上海国际博览中心拉开帷幕。为响应党和政府建设节约型资源社会和环境友好社会的号召，格力电器以强大的空调产品阵容参加了此次展会，

其明星主打节能产品“节能王子”、“冷静宝”等系列空调，以能效比高的优势受到了政府机构、参展专业人士和观众的高度评价。

格力电器的代表还应邀出席了展览期间举办的政府机构节能采购研讨会。2005年成为仅有的三家2005年中央国家机关空调定点采购品牌之一的格力，再次成为采购研讨会的“明星”，与会代表纷纷表示，格力作为中国空调行业的领导品牌，节能技术先进，不仅全部达到国家的节能标准，还获得了国家权威机构颁发的节能产品证书，其优良的品质、领先的技术性能和完善周到的服务，得到了许多中央国家机关使用单位的一致好评。

全国质量奖知识一览

编者语 格力电器自2001年推行卓越绩效以来，在经营结果上取得了非凡的成就，2005年更是登上了全球单打冠军的宝座。为了评价公司推行卓越绩效的水平，对外展示其精品形象，2006年，公司正式申报全国质量奖。申报工作正处于紧张迎审阶段，现将全国质量奖的基本情况介绍给读者。

在国家质检总局的指导下，中国质量协会自2001年起，根据《中华人民共和国产品质量法》的有关精神，成功地启动了全国质量管理奖的评审工作。全国质量管理奖是我国质量领域的最高荣誉，通过树立我国追求卓越质量经营的典范，最终目的是带动全国广大企业学习、实践《卓越绩效评价准则》国家标准，提高我国企业的整体管理水平和素质，增强我国产品、服务和企业在国际市场上的竞争力，提升国家的竞争力。

根据国际上“大质量”概

念的发展趋势及《卓越绩效评价准则》国家标准的提法，经全国质量奖工作委员会提议和审定委员会审议通过，从2006年起将“全国质量管理奖”更名为“全国质量奖”。

全国质量奖中国质量领域的最高奖项，是在广泛参考和借鉴世界三大奖(美国的波多里奇国家质量奖、欧洲质量奖和日本戴明奖)的基础上提出来的。目的是对实施卓越的质量管理经营，并在质量、经济、社会效益等方面都取得显著成绩的组织授予最高奖励，并以此来引导中国更多的优秀企业走上卓越绩效之路，提高企业经营管理水平。

设立全国质量奖，是为了贯彻落实《中华人民共和国产品质量法》，引导和激励企业追求卓越的质量管理经营，提高企业的综合质量和竞争能力，更好地适应经济全球化的竞争环境，使企业更好地服务社会、服务用户，为推进我国的质量振兴事业做出贡献。

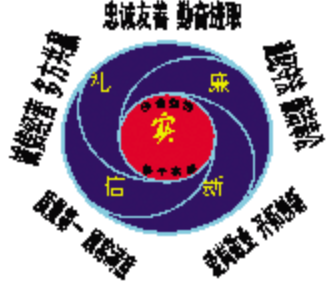
格力电器企业文化全攻略

公司愿景、使命及核心价值观

愿景： 缔造全球领先的空调企业，成就格力百年的世界品牌

使命： 弘扬工业精神，追求完美质量，提供专业服务，创造舒适环境

核心价值观： 忠诚友善 勤奋进取



少说空话、多干实事
质量第一、顾客满意
忠诚友善、勤奋进取
诚信经营、多方共赢
爱岗敬业、不断创新
遵纪守法、廉洁奉公

格力文化

格力企业文化是以“实、信、

廉、新、礼”为核心价值观，以“忠诚、友善、勤奋、进取”为企业精神，以“少说空话、多干实事”为务实的工作态度，从而形成了外拓内敛的求实文化，又紧密结合中国改革开放的实际情况、围绕当代“以人为本”构建和谐社会和向全球化发展潮流的具有“格力”特色的企业文化，这独特的企业文化，支撑公司始终如一地坚持追求卓越、勇于创新，提高人类生活质量，促进社会进步，为社会创造最大财富。

格力核心价值观表述

核心价值观	内涵表述
实	实事求是、求真务实、脚踏实地、言行一致、说到做到、言必信、行必果
信	诚实守信、信守承诺、言而有信、一诺千金、童叟无欺、取信于人
廉	廉洁奉公、秉公办事、不徇私情、公私分明、克己复礼、一尘不染
新	开拓创新、与时俱进、敢为人先、勇于突破、追求卓越、永无止境
礼	礼貌待人、尊重他人、谦逊有礼、宽以待人、与人为善、和睦相处

格力企业文化是以“实”为基础，衍生出“信”“廉”“新”“礼”。

企业文化的结构

格力的企业文化内容是丰

富而广泛的，从层次结构上可以概括为三个层次：

理念层：包括了企业使命、核心价值观和工作作风；主要指企业价值观、企业目标、企业经营哲学、企业伦理道德、企业精神和风尚等，属于企业文化深层次的，具有隐性的内核，决定了制度文化和大量文化活动和文化符号。

制度层：包括公司内就某类工作中实际存在，并为大家所普遍接受的准则和要求；主要是指企业的各种规章制度和企业职工对这些规章制度的认同程度，也包括企业的组织结构。这是企业文化的中间层次。

要素层：包括大量文化活动和文化符号(仪式、人物、故事、传说)，是企业文化的外部层次。



销售旺季，热潮不断

陕西 打好销售战

本报讯 6月17日西安地区突破40度高温，各大格力展柜前人头攒动，前来选购格力空调的顾客忙得导购员应接不暇，格力绿系列空调、天山雪莲柜机是消费者首选的机型，新款风韵柜机以其时尚的外观也受到消费者的青睐，西北这两天终端销量千余套。(王晓萍)

安徽 日销售突破1000套

本报讯 6月20日，淮北等部分地区气温一度达39℃。高温天气促使空调市场迅速升温，格力空调仅6月20日一天就在安徽省销售突破10000套大关!

19日，阜阳、淮南、淮北当天销量均超过1000套，货源急需补充。晚上十点，安徽销售公司开票大厅外提货车排成长龙。开票大厅内灯火通明，提货的经销商一拨接一拨。(陈婷婷)

福建 忙晕了乐坏了

本报讯 在福建，消费者购买心理的成熟使得有实力、品质过硬和服务优异的大品牌成为首选，格力空调无疑成为今年空调市场的最大赢家，同时随着气温逐渐升高，福建空调市场也迎来销售旺季。

在专卖店，销量现场极其火爆，自6月份以来，单间专卖店日零售量高达150多套，为了给顾客最佳的服务，专卖店在原有的基础上还出动了大量的临时导购员，但还是忙得团团转，连续不断前来咨询和购买的顾客使得很多专卖店

很晚仍然无法关门休息。

(林千金)

吉林 认可是关键

本报讯 今年6月的葫芦岛空调市场，格力空调出现热销的喜人场面。

葫芦岛是一个占地面积不到1.04万平方公里，人口总数不到274万的小城市。为了迎接空调市场旺季的到来，抢占市场份额，葫芦岛市华商经贸有限公司在东北销售公司的大力支持下，先后推出格力空调一系列强有力的促销活动，从而使整个葫芦岛地区掀起一片“买空调，要买就买最好的，好空调·格力造”的热潮。在繁忙的一天里，一个卖场格力空调销售量就突破40套，格力展位前人头攒动，导购人员虽然连喝水、吃饭的时间都没有，但内心却说不出的高兴。因为这代表顾客认可格力空调，也认可每一位格力人。(林蓓)



引领厨具新风尚

本报讯 格力空调火爆热销，格力小家电也不甘示弱，其中格力电磁炉尤受欢迎。

由于现在小家电行业相比大家电，其种类多，技术简单的特点使行业门槛较低，进入市场的速度较快。在国内成百上千家小家电生产企业中，有能力自行开发新技术、新产品的企业只占很少一部分。在企业规模、资金实力、技术积累等方面的限制下，大多数企业还不具备掌握产品核心技术的条件，这就造成了电磁炉技术研发相对滞后。针对这一现象，格力小家电依托格力电器的管理平台，坚持走精品路线，严把质量关，在激烈的市场竞争中不断研发创新技术精湛、款式多样、品质一流的电磁炉产品，极大地满足了人们的需求。

电路板设计的合理性是电磁炉的可靠保证，也是最能体现技术实力的重要零件。电路板的研发是格力电磁炉最重视的核心部分之一，格力电磁炉自主编写的程序很好地实现了对整机电路可靠性的控制。在电脑芯片的开发和产品设计等方面，格力电磁炉都拥有自己的专利技术。格力电磁炉所有上市产品

均已获得权威的“中国CCC认证”安全可靠。格力的电磁炉不仅能集炒、煮、煎、炸、烧烤于一身，而且还具有火锅、蒸炖、煲汤、热奶、泡茶、保温等功能，还最大限度地考虑到了消费者的安全要求，除陶瓷面跟锅具接触部分，触摸不会有烫伤的危险，且完全避免了燃气炉燃烧不充分产生有毒气体的危险，不会有煤气泄漏中毒或火灾的危险。其先进的电脑安全检知系统，随时关心消费者的安全，提醒消费者进行相应的检查，确保了使用的安全。

在倡导建设节约型社会的进程中，格力小家电也将节能作为一种企业的社会责任贯彻到设计生产中。格力电磁炉在使用过程中直接跟锅体接触产生热能，热效率完全被锅体吸收。据统计，一日三餐，每餐四菜一汤，月耗电几乎不超过70度，平均每度电按0.7元计算，每月电费只需50元左右，比燃气炉更经济实惠。按照现在的煤气价格，至少可以省下三四十元。这很可能也是电磁炉为什么大受消费者青睐的原因之一。

浙江 爱心慰问老党员

本报讯 6月30日是格力电器浙江苍南专卖店开业的日子，专卖店并没有大肆铺张搞惯常的庆典活动，而是把省下来的钱用于慰问困难地区的老党员。

专卖店负责人认为，尊老爱幼是中国的传统美德，老党员是一个特殊的群体，无论战争年代还是社会建设时期都为党的事业作出了重要贡献，

关心和爱护老党员是我们应尽的义务，格力电器一贯积极倡导公益事业，现在，我们开设了专卖店，成为格力电器的一分子，更应把这样的传统美德发扬光大。

当天，专卖店员工们不顾酷热，前往困难地区灵溪灵江办事处蒲边村，跟老党员谈心，接受革命教育，并为老党员送去了电风扇和慰问金。(许统云)

浙江 着力建造网络平台

本报讯 日前，浙江销售公司联手新华网，利用其浙江频道正式开通了“格力网上家园”，实现了与格力电器网站的链接。借助公信力较高的新华网，“格网上家园”力求通过构筑格力品牌在浙江的网络平台，让广大用户更方便地感知格力电器的企业文化，体验格力优质产品，宣传更具客观性和权威性，进一步提高格力品牌的知名度。

“格力网上家园”目前共有“走进格力”、“公司概况”、“新华报道”、“格力资讯”、“经销商风采”、“专卖店特区”、“产品中心”、“格力社区”8个栏目，其中具有浓厚格力特色的专卖店建设在“格力网上家园”更是得到了精彩展示。如今，“格力网上家园”怀着强烈的责任感和使命感在浙江的消费者与格力品牌之间架起了一座桥梁。(千帆)

广西

格力空调揽获六项大奖

本报讯 7月2日，2006南宁市民最喜爱空调品牌”系列评选出炉。格力空调获得了2006年度“南宁市民最喜爱空调品牌”、“节能空调明星”、“最佳绿色环保空调明星”、“最佳售后服务品牌”等六项大奖，以领跑行业的强大综合实力成为本次空调评选中获奖最多、获奖份量最重的空调品牌。

本次系列评选由南宁晚报主办，自4月21日正式启动以来，历时两个月，共有15个空调品牌、32个系列空调产品、7家家电卖场及专卖店参与角逐8项大奖。与其他的权威机构评选不同的是，本次评选完全以读者短信投票的方式进行，15个品牌及7大卖场最终谁能晋级，8项大奖最终花落谁家，谁是消费者信赖的空调品牌，谁是消费者心目中的英雄，完全由消费者说了算，可以说，本次评选是对南宁市空调品牌的一次全民公投式的“终极PK”。

为了让评选更客观公正地展示出参

评空调品牌的真我特性以及市场的民意选择，本次评选不仅邀请南宁市工商局12315申诉举报中心作投票见证，而且4月21日至6月20日期间，《南宁晚报》还在每周的“3C生活”版块对整个空调评选的进程进行整版的追踪、分析与报道。在每一次的统计报道中，格力空调及旗下参评的节能王子、冷静宝、小绿园、小金宝等系列产品所获票数一直处于领先地位，就连参评最佳卖场的格力雾凇人民专卖店，其所获读者投票也毫不逊色于以国美、大中、苏宁等为代表的连锁大卖场及世源、百货大楼等本地强势家电卖场。最终，格力节能王子、冷静宝、小绿园、小金宝等系列产品分获“节能空调明星”、“最佳科技创新空调明星”、“最佳绿色环保空调明星”、“最佳性价比空调明星”，格空调也实至名归地获得了本次评选中分量最重的“最喜爱空调品牌”和最佳售后服务空调品牌”大奖。(雷艳珍)



安徽 “格力杯”少儿书画大赛

本报讯 由安徽销售公司主办，寄托着发掘“安徽艺术文化精英”梦想的2006“格力杯”全省少儿书画大赛为全省少年儿童奉献了一场艺术文化比拼的盛宴。本次书画大赛得到有关各方的热烈响应，大赛共收到参赛作品5180件，书法类作品1770件，书画类作品3410件。(陈婷婷)



广州 再助白血病患者

本报讯 格力电器的爱心接力棒近日到达了白血病患者陈秋歧的手中，广州市红十字会副会长欧阳炳惠代表患者家属接受了格力电器5万元捐赠款。同时，广州市红十字会、广东省和广州市消委会与广州销售公司联合在三元里广场为陈秋歧举行了义卖活动。(张灿伟 孙卓)

草根还是树根

四川销售公司·蒲为民

06 盛夏，如火如荼的世界杯成为万众瞩目的焦点，甚至对空调市场也起到了明显的拉动作用，继 5.1 黄金周后，6 月伊始，销售高潮再度涌现。

当罗纳尔多略显肥壮的双腿在崇尚技术的日本队禁区内随意起舞，当瑞士军刀冷冷的寒光直射素以意志力顽强著称的韩国队大门，整个亚洲倒下了，一瞬间便从四年前一夜暴富的辉煌中返还原形。

格力空调最近投播了一条广告：

A: 巴西队为什么多次夺冠？

B: 人家技术好，实力强嘛。

A: 对了，其实空调也是讲究技术和实力的，正是凭借突出的技术和品质优势，格力空调连续 11 年蝉联行业冠军，并成功夺取了全球空调界的世界杯。

之所以将空调与世界杯联系在一起说事，是因为体育竞技和市场竞争实质上都有一个共通的道理，最终决定成绩和地位的只可能是技术和实力，即使是足球这项最容易爆冷的项目也不例外。

虽然承受了原材料暴涨等重大事件影响，今年的空调市场仍表现得异常沉稳、宁静，这种特点正是整个行业摆脱恶性竞争泥潭，去伪存真、回归理性发展轨道的象征。

从上世纪 90 年代中期开始，空调产业突然成为千军万马蜂拥抢食的蛋糕，由此便上演了一出持续近十年的闹剧，价格战、概念战、口水战、服务战烽烟滚滚、此起彼伏，类似于大跃进时期“人有多大胆，地有多大产”般的浮躁、浮夸之风如

传染病似地迅速蔓延，大狗小狗都在叫，小猫小羊学狗叫，一时间黑马辈出，无名企业可在一夜之间成为“引领潮流”的速成品牌，大有超英赶美、颠覆行业格局之势，众多连起码的生产、检测设备都不具备的“螺丝刀工厂”也跟着起哄：“空调产品已经同质化了”。而透过热闹、繁荣的表象，在各种战事、各种炒作的背后我们看到的却尽是弄虚作假、偷工减料、混淆视听、利用消费者的无知或不成熟牟取暴利、哄抢份额的丑恶用意。技术、品质、消费者的利益似乎与他们毫无干系。

俗话说，纸是包不住火的”随着消费者从饱受低劣产品伤害的伤痛中逐渐觉醒、成熟，国家对行业的监管力度开始加强，同时，行业的自救、自

律意识也不断提升，格力率先推出的整机 6 年免费包修的超长标准为行业打造了一根全新标杆，返朴归真、品质是本、口碑是金”成为了整个行业和消费者的共同呼声，闹剧终于开始收场了，如同当初蜂拥入市一样，各路品牌争相消失、退市成为近两年空调行业的主旋律，品牌数量从数百个骤减至数十个，幸存者中，仍有大部分处于苦苦支撑的艰难境地，至 06 年度，空调行业已经成为名副其实的少数人的游戏。

但是，冲动是要付出代价的。如果说日本届世界杯的惨败是在为 4 年前的狂妄还债的话，空调行业所要接受的惩罚就大多了，姑且不论长期过度透支对行业发展造成的不利影响，仅就难以数计的退市品

牌所遗留的大量尸横万家的孤儿空调，便已成为困扰行业甚至社会的一大难题。今年 3 月，因投诉猛增，四川省消费者权益保护委员会委托四川格力电器销售公司开展的“退市空调”救助行动，在短短一个月时间里，便接到省内各地千余名用户、涉及 50 余个退市品牌的救助申请，其中不乏声泪俱下的沉痛控诉。

恶梦醒来是黎明，值得庆幸的是，痛定思痛中，空调行业毕竟已经迈出了回归理性的坚定步伐，而随着越来越多消费者消费理念的成熟觉醒则宣告了那些浑水摸鱼的杂牌、实力不济的弱牌再想利用炒作、作秀等投机行为一夜暴富的黑马时代的结束：毕竟草根不是树根，是不可能长出参天大树的。

合作进取成功

山东销售公司·耿俊美

听闻自己被山东销售公司评为 2006 年度优秀导购员，我并未当真，但是当山东销售公司段董拿着鲜花，淄博金帝购物广场李总拿着荣誉证书来到我面前时，内心顿时激动不已。因为之前我在金帝购物广场工作虽也取得许多荣誉，如十佳标兵、先进工作者等，但这次是我加入格力公司后获得的第一份奖励。我看重这份荣誉，它意味着公司对终端导购人员工作的高度重视，也是对我个人工作的肯定。

被格力公司评为优秀导购员不仅是我的荣誉，也是我的合作伙伴的荣誉。他们同样认真地工作，无私地奉献，我只是他们中的一个代表，我不能独享这份荣誉。在多年的工作中，我深深体会到在现场销售中团队作用的重要性，俗话说，“三个篱笆三个桩，一个好汉三个帮。”独木难成林”，合作是取得成功的关键，而个人的努力是取得成功的基础。

一个人要想取得一定的成绩，我认为必须做出以下几点：

一、要爱岗敬业，要有无私奉献精神。每个人只有热爱自己的工作才能兢兢业业，只有热爱自己的企业才能无私奉献。空调属于季节性消费品，淡旺季明显。旺季的来临既给我们带来快乐，也给我们带来“痛苦”。快乐源于空调销售的直线上升，能为公司多做贡献，“痛苦”则在于我们不仅要上全天，还需要不断加班，甚至没时间吃饭，身体极度疲惫。但是我们愿意选择“痛

苦”愿意享受这份“痛苦”所带来的快乐，痛并快乐着——我们选择的生活。

二、要有全心全意为消费者服务的精神，要有娴熟的技能。消费者是我们的衣食父母，我们要有全心全意为消费者服务的意识，要想消费者所想，急消费者所急，学会换位思考，让消费者真正享受到“衣食父母”应有的服务。这不是一句空话，它需要我们下苦功夫来练就娴熟的业务技能。熟知多种型号的性能、特点、适用对象甚至型号的不足，方能因人而异，向顾客推介其最适合的产品。行业竞争日趋激烈的今天，商品宣传活跃，商业活动多样，能为不知所措的消费者提供切实的服务，显得尤为重要。

三、要学点心理学，学会察言观色，熟悉消费者的心理活动。现在的市场是买方市场，商品的多样化必然会带来消费者选择的多样化，我们在推介产品时，若能准确把握消费者的购买心理，就能达到事半功倍的效果。一般情况而言，夫妻双方来购买商品，要更关注妻子；一家三口购买商品，若儿女在 20 岁左右，要更关注青年人。当然，在介绍商品时要边介绍边观察顾客，根据顾客的反应随时调整关注对象，做到具体情况具体分析，不同情况分别对待，而不能固守教条。

作为格力的一名普通导购员，我将不辜负公司的领导对我的期望，尽我所能，做好自己的本职工作，让“优秀导购员”风采更优。



员工 绘画作品

空二分厂·陈洪

雄视	雁如意
百合	百草鸟



工作周年随想

几天前，偶然碰见 2006 应届大学生前来报到，才恍然发觉自己已经度过了职业生涯的第一年。看着他们意气风发的样子，模糊间好像看见了去年的自己，充满着激情与期待。晚上静坐独思，有失落、彷徨、但更多的是收获，不再好高骛远，以平常心对待周遭的一切，所谓宽容，即为成熟。

初来格力，军训与企业文化培训的交叉让来自不同地区的 2005 应届毕业生和陆地融和在一起，至今还记得室内演练的破冰行动，消除隔阂，认识彼此，当时的热情即使现在在心中仍然存在温暖的感觉。如今有些同事已经离开了，但曾有的回忆丝毫没有褪色，用透明胶和几根吸管融合团队智慧的宝塔至今还耸立在我们的心中。

三个月的分厂实习，从新奇陌生到熟悉麻木，期间经历了对实习无限期拖延的恐惧、再次招聘的艰难抉择，有人离开，有人面对。对每一个人的抉择都给予了足够的尊重，无所谓得与失，因为评判标准在各自心中。也正是这样一段难忘的经历，锻铸了彼

此的友谊，共同的经历有着共同的回忆，也就有着不一般的情感，真诚而厚重。

真正回到各自的工作岗位上，真正成为格力电器的一颗螺丝钉，我们才认识到自己的稚嫩和渺小。要学的还有很多，做人做事，然后在自己年少轻狂付出代价后慢慢地稳重起来，沉淀自己，厚积薄发。沉默并不意味着消沉，它更可能是改变，一种爆发前悄无声息的酝酿。也许它没有爆发时刻那么夺目绚烂，但它却更弥足珍贵，准备是一种需要耐得住寂寞的旅程。

在格力的一年，我抱怨过，但我更心存感激。为初出校门的我们提供学习平台的格力电器让我们有机会在一个良好的环境中去锻炼自己，发现自己的不足，不断完善自身。也许以后，我们优秀，但现今，我们是在格力电器给予的空间中打磨自己，给我们积累发挥的资本。翱翔是惬意的，但是在翱翔之前有着长时间的准备和无数次的尝试。所以即使以后离开，我仍感激在格力的点点滴滴，因为这些，我成长，因为这些，我能翱翔。（绿茶）