

◆2版·综合新闻
格力电器一季报出炉
营收增16.29%

◆2版·综合新闻
“美的侵权案”
入选中国十大知识产权案例

◆3版·市场动态
撬动5000亿市场
格力率先普及物联网空调

◆4版·副刊
格力巴西传递爱心
与敬老院签署援助协议

要 闻 速 递

格力变频空调销量稳居行业第一

本报讯 日前,中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合发布2011年全国大型零售企业商品销售调查监测统计数据。根据统计显示,2011年“格力”牌房间空调器和“格力”牌变频空调均列同类产品市场综合占有率第一位。“格力”还同时荣获“消费市场华彩20年,中国消费市场最具影响力品牌”。

数据显示,2011年“格力”牌房间空调器以及变频空调的市场综合占有率、市场覆盖面及市场销售份额均稳居行业第一。其中,格力变频空调的市场销售份额达35.24%,高出第二名近9个百分点。

格力中央空调销量蝉联行业冠军

本报讯 近日,暖通空调传媒机构发布了2011年度企业及年度人物评选结果,格力再一次用业绩证明了自己在中国中央空调行业中的地位,获评2011年度企业奖。

据《暖通空调资讯》杂志发布的2011年度中国中央空调行业发展分析报告显示:2011年度,格力中央空调以11.4%的市场占有率,蝉联民族中央空调第一。

格力电器领衔珠海市“税收贡献百强”

本报讯 近日,珠海市国家税务局、珠海市地方税务局联合发布了《关于表彰珠海市2011年度“税收贡献百强”纳税户的通告》(以下简称《通告》)。《通告》对包括珠海格力电器股份有限公司在内的百家企业,给予了2011年度“税收贡献百强”表彰,并评价道,“他们是珠海市税收收入的主要来源,又是依法纳税的楷模,较好地发挥了诚信纳税的模范带头作用。”

《通告》公布2011年度珠海市“税收贡献百强”排行榜,格力电器高居排行榜榜首,而一同入榜的还包括格力电器下属的格力电器龙山精密机械制造分公司、格力电器全资控股的珠海凯邦电机制造有限公司。

格力品牌顾客满意度蝉联行业第一

本报讯 近日,中国标准化研究院顾客满意度测评中心和清华大学中国企业研究中心联合发布《2012年中国顾客满意度手册》,“格力电器”以83.8分的最高分蝉联空调品牌顾客满意度第一品牌。并且在“品牌形象”、“满足需求程度”、“产品可靠性”、“性价比”、“服务质量”等五项硬指标的评价均为“五星级”,受到顾客的最高评价。

2011年营收835.17亿元,同比增长37.35% 格力电器连续7年位居全球销量冠军

本报讯 4月24日,格力电器发布了2011年年度报告。报告显示,2011年,格力电器实现营业总收入835.17亿元,同比增长37.35%;归属于上市公司股东的净利润52.37亿元,同比增长22.48%;基本每股收益1.86元,同比增长22.37%,继续保持稳健的发展态势。

对比各大企业的年报发现,依托强大的科研实力和产品力,格力空调的增长幅度依然位居行业第一,并且营业收入和第二名的差距日益拉大,强者恒强。格力电器总裁董明珠表示,“危机也意味机遇,掌握核心技术、顺应市场潮

流的企业将战胜挑战,赢得市场。”她同时指出,“企业真正的竞争力不能依赖于外部,要靠内在的实力。就像输血一样,我们最终不能靠输血,要靠自身造血。”

2011年,格力电器继续保持了快速增长。报告显示,2011年,格力电器国内市场的营业收入为622.09亿元,占比81.05%,同比增长33.49%;海外市场的营业收入为145.46亿元,占比18.95%,同比增长49.17%,增幅高于国内市场。据空调行业2011年家电下乡市场分析报告显示,格力空调全年下乡市场销售额持续领先,2011年度销售额为136.94

亿元,市场整体占比40.42%;销售量达428万套,市场整体占比为40.23%。

董明珠认为,2012年空调行业将保持适度增长,而随着空调行业转型升级的加快,行业可能会面临新一轮的洗牌。空调行业竞争将会促使龙头优势企业进一步提升集中度。

此外,格力电器还将坚持以制冷设备为核心,加大关键零部件、配件的研发力度,加强和完善空调压缩机、电机等核心部件的配套生产能力;不断提升产品科技含量,进一步完善产品线和优化产品结构,实现产业升级。



格力电器携高效直流变频离心机组、GMV5全直流变频多联机组、盐水螺杆式液体冷却机组、格力GIMS智能管理系统等核心技术产品亮相第二十三届中国制冷展

格力闪耀中国制冷展,冠军品牌再发力

本报讯 第二十三届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会(简称“中国制冷展”)于4月11日-13日在中国国际展览中心(新馆)举行。冠军品牌格力电器携高效直流变频离心机组、GMV5全直流变频多联机组、盐水螺杆式液体冷却机组、格力GIMS智能管理系统等核心技术产品亮相E3馆E3F71展位,向国内外行业人士展示核心科技实力。

本届展会由中国国际贸易促进委

员会北京市分会、中国制冷学会、中国制冷空调工业协会共同主办,以“创新发展,节能减排”为主题,有来自30多个国家和地区的1100多家厂商参展。

潜心研发 核心技术领航行业

本届制冷展,格力电器以全场最大的展位面积强势出击。来自世界各地的客商可在格力展位现场近距离接触到格力展出的明星新品——格力高效直流变频离心机组。据悉,该离心机组已于

2011年12月17日成功下线,被来自中科院理化所、清华大学、西安交通大学、中国制冷学会、中国制冷空调工业协会等权威机构的专家一致鉴定为“国际领先”水平。

据专家介绍,格力高效直流变频离心机组IPLV达11.2,比普通离心式冷水机组节能40%以上,机组效率提升65%以上,是迄今为止最节能的大型中央空调,对我国大型建设节能乃至能源战略具有重大意义。(下转二版)

节能 40% 格力高效直流变频离心机组制冷展上倍受瞩目 格力闪耀中国制冷展, 冠军品牌再发力



格力高效直流变频离心机组全球首展

(上接一版)在格力展位可以看到,特意前来格力展位参观、洽谈的国内外观众、客户络绎不绝。他们对格力带来的高效直流变频离心机组、GMV5 全直流变频多联机组、盐水螺杆式液体冷却机组、格力 GIMS 智能管理系统、直流变频多联空调热水机组、R290 新冷媒应用、物联网空调、空气能热水器等核心技术产品表示出了浓厚的兴

趣,使得格力展位成为了本次制冷展盛会中人气最旺的展位之一。

驰骋市场,国际化全面提速

格力电器 4 月 24 日公布的 2011 年年报显示,公司全年实现营业总收入 835.17 亿元,同比增长 37.35%; 净利润 52.37 亿元,同比增长 22.48%。至此,格力家用空调产销量自

1995 年起连续 17 年位居中国第一,自 2005 年起连续 7 年世界第一。

同时,据行业权威媒体暖通空调资讯的 2011 中央空调行业发展分析报告数据显示,格力中央空调在 2011 年度的市场占有率达到 11.4%,蝉联国产中央空调销量冠军。

业界预测,如果格力电器 2012 年保持 20% 的增长速度,则全年营收有望达到 1000 亿元,将成为中国家电行业唯一依靠空调单一品类进入千亿行列的企业,创造家电行业新的传奇。

据悉,今年 3 月,继国家形象片之后,格力的形象片在被称为“世界十字路口”的美国纽约时代广场大屏幕亮相,每天吸引了数十万各国游客的驻足观看。

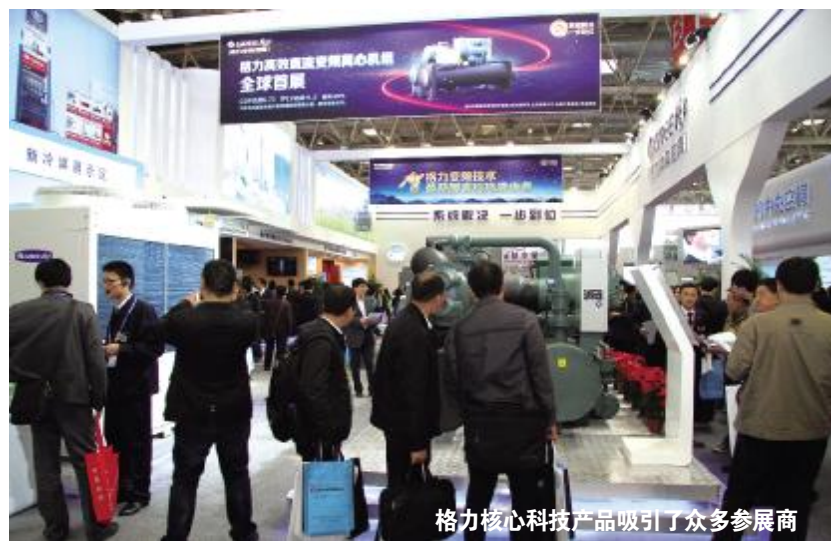
行业观察家刘步尘表示,从 2011 年格力电器在美国成立分公司到如今形象片的上映,作为全球空调行业的领军

者和“中国创造”引领者,格力电器的国际化战略再次迈出历史性一步,这极大地显示了中国企业搏击国际市场的强大决心及远景规划。

一年一度的“中国制冷展”是全球制冷空调暖通行业规模最大的专业展览会之一,为我国制冷空调行业搭建了产、学、研、设、用相结合的综合性交流平台,是全球空调企业产品技术的比拼擂台。

业内人士表示,格力电器携旗下最新的产品、最前端的技术,以最大的展位面积在全球行业人士面前高调亮相,体现了格力对中央空调市场发展的决心和信心。

专家预计,未来国内中央空调市场仍将以年均约 20% 的速度增长,在品牌格局和产品格局愈发成熟的背景下,格力中央空调凭借强大的产品竞争力,必将迎来更加强势的发展。



格力核心科技产品吸引了众多参展商

格力电器一季报出炉 营收增 16.29%

本报讯 4 月 26 日晚间,格力电器发布 2012 年一季报。报告显示,格力电器一季度实现营业总收入 200.88 亿元,同比增长 16.29%; 净利润 11.73 亿元,同比增长 25.56%。

对比其他家电企业发布的一季报可以发现,格力一季度不仅逆市增长,而且营业收入与利润率均居同行首位。

格力电器表示,2012 年一季度营业收入较上年同期增加 16.29%,主要是公司积极开拓市场、调整产品结构,再加上国内外市场需求强劲、格力品牌效应与渠道优势日益显著,产品销售量大幅增长。

业内专家预测,随着格力空调产品种类的增加及全产业链优势的架构,再加上海外市场的稳健扩张,格力未来若干年仍有望保持适度高速发展。

专家同时指出,未来两年空调市场格局在变频技术变革、原材料成本提升等因素的推动下将进入新一轮的洗牌阶段,龙头企业市场份额呈现进一步提升之势。

4 月 24 日,格力电器发布了 2011 年年度报告。报告显示,2011 年,格力电器国内市场的营业收入为 622.09 亿元,占

比 81.05%,同比增长 33.49%; 海外市场的营业收入为 145.46 亿元,占比 18.95%,同比增长 49.17%,增幅高于国内市场。至此,格力空调已连续 7 年位居空调行业销售冠军。

对此,格力电器负责人表示,海外市场将是格力电器今后主要的经济增长点之一。

当地时间 3 月 16 日晚,继国家形象片之后,格力形象片在被称为“世界十字路口”的美国纽约时代广场郑重亮相。该形象片时长 30 秒,播出频率最高时为每天 160 次,初定连续播出 5 年。格力电器有望成为在纽约时代广场投放力度最大、播出时间最长的中国企业。从 2011 年 6 月成立美国分公司到今年格力形象片的上映,格力电器的加速国际化步伐的意图不言而喻。

业内专家表示,如果 2012 年格力电器继续保持 20% 以上的增长幅度,全年营业收入有望超过 1000 亿元,成为继海尔、美的之后第三家年营收达千亿的企业。

与海尔、美的不同的是,格力电器将是依靠单一空调品类实现千亿的空调企业。这是中国家电行业新的历史突破。

粤高院终审判决美的判赔格力 200 万元 “美的侵权案”入选中国十大知识产权案例

本报讯 近日,最高人民法院和广东省高级人民法院分别向社会公布 2011 年度十大知识产权审判典型案例,涉及淘宝、百度、美的、腾讯等知名企业或品牌。其中,美的侵犯格力卧室空调技术专利案先后入选《2011 年度广东十大知识产权审判典型案例》和《2011 年中国知识产权司法保护 10 大案件》,引起了社会的广泛关注,成为警示企业自强、自律的鲜活教材。

据悉,今年的十大案例都是在全国具有重大影响的知识产权案例,与往年相比,今年的案例更加突出涉及与社会公众的民生、生活息息相关的知识产权领域。

广东省高级人民法院副院长徐春建告诉记者,目前,涉及知识产权的竞争方式已逐渐从传统的价格竞争、服务竞争向更高形态的技术竞争转变。格力与美的之间关于卧室空调技术专利的纠纷就是很好的例子。

2011 年 11 月,对峙长达 3 年的美的侵犯格力卧室空调“按照自定义曲线运行的方法”专利侵权案终于尘埃落定,广东省高级人民法院终审判决美的侵权行为成立,判令其立刻停止销售、许诺销售侵权的空调产品,并赔偿格力电

器经济损失 200 万元。

这场专利拉锯战最终以格力的胜诉而落下帷幕,回看案件中关于知识产权诉求法律保护的全过程,却是一波三折。

2007 年 4 月,格力自主研发了用户可以根据自己的睡眠习惯,控制房间温度变化,从而提高睡眠质量的技术,即“控制空调器按照自定义曲线运行的方法”。同年 4 月 28 日,格力向国家知识产权局申请发明专利,并于 2008 年 9 月 3 日获得专利证书。

2007 年 8 月至 11 月期间,格力先后向市场推出应用了该技术发明专利的卧室空调“睡梦宝”、“睡美人”等系列产品,引起了消费者的极大兴趣,出现供不应求的市场现象。

同年 12 月,美的推出“梦静星”系列睡眠空调产品。格力发现,美的该系列产品不仅侵犯格力所拥有的“控制空调器按照自定义曲线运行的方法”的技术发明专利,而且美的还利用各种宣传渠道,大肆利用该卖点以促销该产品获取非法利益。

格力认为,美的这种剽窃行为严重违反了国家鼓励企业自主创新的政策,违背了企业公平竞争的道德,并给自主创新企业带来巨大的经济损失。在多次交涉无果的情况下,

迫使格力用法律武器保护自己的创新成果。2008 年末,格力向珠海市中级人民法院提起诉讼,以涉嫌侵犯专利使用权为由状告美的,要求美的立即停止对格力的侵权行为并赔偿相应经济损失。

经过两年多时间的调查取证,2011 年 4 月,珠海市中级人民法院认定美的侵权行为成立,并依法判决美的立刻停止使用格力“控制空调器按照自定义曲线运行的方法”专利,立刻停止销售、许诺销售侵权的产品,并赔偿格力经济损失 200 万元。

美的不服一审判决,向广东省高级人民法院提起上诉,请求撤销原审判决,驳回格力的全部诉讼请求。经审理,广东省高级人民法院最终认定原审判决事实清楚,适用法律正确,依法驳回美的的上诉,维持原判。

科技的创新带来产品技术的革新,也给人们带来更优越的体验。对于企业而言,核心技术的研发和运用是其赢得市场的关键。业内专家表示,在“美的侵权案”的判决中,法院以严谨的逻辑推理和详尽的论述,准确地运用了权利要求的解释、等同侵权判定、证据披露和证据妨碍等规则,同时规范了市场秩序,维护了技术创新,对同类案件有较强的指导意义。

精彩亮相广交会 格力力推低碳空调

本报讯 4月15日,第111届中国进出口商品交易会(又称“广交会”)在广州琶洲国际会展中心拉开帷幕。作为规模最大、技术实力最强的空调企业,格力携低碳节能、自主创新的空调产品精彩亮相,成为本届广交会上最耀眼的明星。

据了解,在本届广交会上格力电器共有31个国际标准展位,面积达279平方米,向世界各地的客商展示了包括家用、商用空调产品在内的100多个精品,满足了不同国家、地区客户的需求。

作为本次展会推出的明星产品,格力GMV5全直流变频多

联机组的节能性不容小觑。该产品采用格力变频技术,比普通多联机最多可省电59%。同时具有“自动、强制”双模式运行控制,最大可实现节能20%。同时,可在室外零下20℃的环境下实现制热。

业内专家表示,从格力电器本次亮相的产品阵容来看,大多数是基于变频科技的低碳产品。低碳作为目前空调市场的发展主流,已经成为衡量一个空调企业综合竞争力的核心指标。

根据海关统计数据,空调产品在去年第四季度出口量与往年同期相比下降约37.1%。更

有市场数据显示,2012冷年开始以来,空调出口量同比下滑了15.8%,遭遇“五连跌”。

面对整体市场较低靡的状态,格力电器却依然保持了高速增长。格力电器2011年年报显示,格力电器实现营业总收入835.17亿元,同比增长37.35%;净利润52.37亿元,同比增长22.48%。业内人士认为,格力业绩的大幅上升,主要原因是其积极开拓市场、调整产品结构、产品销售量增价所致。

家电行业专家刘步尘认为,格力今年在技术研发上的深度逐渐加强,在产品力和利润率上将进一步与其它企业拉



中国机电产品进出口商会刘春秘书长(左一)、商务部机电和科技产业司刘少军副巡视员(左二)、钱景汾处长(右一)在格力电器总裁董明珠陪同下参观格力电器展位

开距离。无论是对于发达国家市场还是对于发展中国家的市场,对于出口企业来说,将来赢

得市场的根本立足点仍然是依靠自己的品牌、技术和高附加值,这样才能立于不败之地。

撬动5000亿市场 格力率先普及物联网空调



第二十三届中国国际制冷展上,格力提供物联网空调给参观者现场试用

本报讯 4月11日,在第二十三届中国制冷展上,格力电器携手中国移动发布了最新的物联网空调产品。

在现场,格力电器向来自全球的参展商描绘了物联网空调的美好前景和当前应用:“闷热的夏天,只要通过手机或电脑就可以提前对家里的空调进行遥控,远程设定温度,一进门就能享受彻底的清凉。”这是无数消费者设想过的智能生活场景,如今,格力“e”系列物联网空调让这种美好的智能家居生活变成了现实。据了解,“e”系列物联网空调是格力电器联合中国移动共同开发的全新物联网空调产品,共有“e尊”、“e铂”、“e炫”三大系列的产品,目前已上市销售,受到新潮消费者的青睐。这也标志着我国的物联网技术提前在空调领域实现了真正的产业化。

近年来,物联网成为全球关注的热点领域,被认为是继互联网之后最大的科技创新。世界各国都将物联网发展作为当前世界新一轮经济和科技发展的战略制高点之一,如美国已将物联网上升为国家创新战略的重点之一;欧盟制定了促

进物联网发展的14点行动计划;日本的U-Japan计划将物联网作为四项重点战略领域之一;韩国的IT839战略将物联网作为三大基础建设重点之一。发达国家一方面加大力度发展传感器节点核心芯片、嵌入式操作系统、智能计算机等核心技术,另一方面加快标准制定和产业化进程,谋求在未来物联网的大规模发展及国际竞争中占据有利位置。

在我国,物联网发展也已经成为未来五年的重要规划之一,并制定了《物联网“十二五”发展规划》。据新华社发布的《2010-2011年中国物联网发展年度报告》预计,到2015年我国物联网产业将实现5000多亿元的规模,年均增长率为11%左右。

在此背景下,2011年5月,格力电器和中国移动两大行业巨头跨界强强联手,整合行业内的优势资源和前沿技术,成功研制出中国首款物联网空调“e炫”,正式开始了智能空调在中国的产业化进程。

在第三代无线通信技术的依托下,格力电器在感知、传输、处理、应用等物联网空调关

键核心技术上取得重大突破:通过无线传输与业务平台、用户手机之间形成了一个巨大的智能网络,实现人与物、物与物的通信交互——无论你远在何方,通过手机或互联网输入指令,就能冲破时空阻隔,对家庭空调的开关、模式、温度、风速、扫风等功能进行全方位远程操控,实现轻松方便智能生活。

据介绍,目前我国物联网发展与全球同处于起步阶段,尽管前景广阔,但还存在着一些瓶颈和制约因素,主要表现在核心技术不足,高端系统集成服务能力不强,缺乏骨干龙头企业,应用水平较低,且规模化应用少,信息安全方面存在隐患等。因此,很多企业虽然看到了物联网广阔的发展前景,不遗余力宣传物联网概念,试图占位物联网产业,但受技术和市场的制约,大都只闻其声,鲜有产品问世。物联网产业化之路还任重道远。业内人士认为,此次格力电器与中国移动的合作,不仅使美好的智能家居生活变成了现实,更重要的是使物联网空调的产业化之路实现了破冰之旅,为物联网的跨行业合作提供了一个成功的模式和范本。

据悉,此次发布的格力物联网空调“e尊”、“e铂”、“e炫”三大系列十多款产品,涵盖变频空调1级到3级能效,能够满足所有家庭用户的需求。“智能将是空调的发展方向之一。”格力电器相关负责人透露,“物联网功能将成为格力空调的标准配置,逐步应用到全部产品中。”

专家认为,格力物联网“e系列”空调的大规模上市,预示着中国物联网技术的产业化全面提速。

格力深耕三四级市场 空调下乡再拔头筹

本报讯 最新出炉的2012年3月家电下乡销售数据显示,格力空调销售量以45.94%的市场整体占比位居行业第一,是第二名的2倍多。

今年3月,全国家电下乡空调产品销量达61.23万台,实现销售额19.19亿元,环比略有增长,分别为3.48%和2.80%。格力3月份下乡市场销售额8.73亿元,市场整体占比45.48%,销售量为281,270套,市场整体占比45.94%,销售额、销售量均位居行业第一。

至此,2012年前三个月格力空调的销售量累计占市场整体的45.95%,销售额累计占市场整体的45.60%,再次成为家电下乡的“双冠王”。排在第二名的美的空调的销售量占比仅为20.02%,不及格力的一半。

近年来,农民收入逐渐增多,购买力也持续增长,这决定了我国农村市场潜力不可小视。专家分析,随着农村电网改造、公路建设等基础设施的改善,农村空调消费环境逐渐成熟,在农民收入水平提高的支撑下,三四级空调市场有可期的增长空间。另外,长期以来各空调企业着力于渠道下沉,三四级市场的渠道建设和家电下乡的实施,促进了农村销售网络的成熟,是这也将推动空调在农村市场的增长。

据了解,2012年,多家空调企业都制定了自己的经销、零售网络和专卖店数量目标。快速提升三四级市场占有率,成为各家企业2012年年度规划之重。由此可见三四级市场将成为今年空调企业的主战场。

“2012绿色之旅”格力电器 全国巡回新品推广培训

本报讯 由珠海格力电器组织的“2012绿色之旅”全国新品推广培训会正如火如荼地开展,本次活动由客户培训部、商经部联合举办,由11位讲师分3条线同步在全国进行巡回培训。目前,全国共计开展培训88场次,总培训人数达1020人。

本次巡回培训的目的在于推广格力电器最新研发出的中央空调产品,包括被鉴定为“国际领先”水平的高效直流变频离心机、全直流变频多联机GMV5、新一代侧出风多联机、D系列模块机、自制螺杆机、新风末端产品和热水机系列。

此次培训课程相较以往有了很大的精简和深化,技术性更强,更加符合销售经理和经销商的需要。例如全直流变频多联机的PPT,就摒弃了传统

PPT的模式,从“客户需要什么、我们可以提供什么、与竞品相比我们的优势是什么”三个方面进行内容规划,使重点更突出。不仅为各销售公司展示了公司的新产品,拓宽了销售人员对中央空调产品的认知,而且也增强了销售团队的凝聚力以及作为格力员工的荣誉感。而在与一线销售人员的交流中,更是得到了许多信息反馈,真正实现信息沟通的双向化。

据了解,本次培训三条线分别为华南、华中和华北。其中华南线已完成了珠海、佛山、广州3站培训,华中线完成了杭州、宁波、南京、淮安、苏州5站培训,华北线已进行了济南、石家庄、保定3站培训。目前各条线的培训还在进行当中。

(客户培训部 雷鸣)



强化企业责任 为员工幸福保驾护航

近两年,制造业“用工荒”现象加剧,招工难困扰着制造业,特别是家电生产制造企业,甚至有部分家电企业通过减少招工量、降低劳动力待遇等方式来解决此难题。但格力电器却用强烈的企业责任感,走出了一条截然相反的道路。

2月20日,中共中央政治局就实施更加积极的就业政策进行第三十二次集体学习。中共中央总书记胡锦涛在主持学习时强调,实施更加积极的就业政策,把促进就业放在经济社会发展的优先位置,努力实现社会就业更加充分,关系亿万人民群众切身利益,关系改革发展稳定大局,对推动科学发展、促进社会和谐具有十分重要的意义。

“切实落实就业优先战略、支持劳动者多渠道就业,是格

力多年不变的社会责任体现。”格力电器总裁董明珠表示,格力始终致力于创建和谐的劳动关系,提升员工幸福感,践行企业社会责任,这是企业发展壮大的奥秘之一。

当前,原材料成本、用工成本大幅上涨,任何一家企业都逃不开这个问题,格力是如何应对的?格力人给出了答案:通过提升薪酬待遇、给予员工更多的关爱与尊重、让员工拥有更大的发展空间等举措,从而激发出员工的积极性和向心力,为破解“用工荒”问题开辟了一条新路。

据介绍,格力现有员工数量为8万人。在20年时间里,格力建立了一整套自己的“选、育、用、留”人才培养体系,95%以上的中层干部都是来自格力内部的人才培养体系。

除了为员工提供畅通的晋升渠道外,格力通过职业生涯规划、内部培训、“能者上,庸者下”的晋升机制以及各种激励机制,努力为员工搭建事业发展的平台,提供广阔的发展空间。此外,格力还设立了科技进步奖、管理创新奖、合理化建议奖、季度奖、年终奖等多样化的奖金体系,通过多种方式激励各岗位员工不断创新、发挥所长、提高工作效率。

“格力电器正在把和谐的劳资关系当成核心竞争力。”格力电器总裁董明珠如是说。在用工成本越来越高昂的今天,格力电器每年还为员工平均加薪10%,高于大多数家电行业。

除了涨薪以外,格力电器为了让优秀的一线员工和企业骨干能安居乐业,还投入巨资建立员工生活区,对已婚买不

起房的员工安排过渡房。在格力看来,一个真正有社会责任感的企業,就是要给予员工强烈的归属感。在生活上尽全力给予员工无微不至的关怀。

从更深的层次来看,用这样的方式破解“用工荒”难题,实际上考验的却是格力电器的“硬实力”。格力也坦承,能够加薪、关爱员工,离不开强大的技术创新和盈利能力。

2011年,格力电器自主研发的“R290环保冷媒空调”、“多功能一体地暖户式中央空调”、“高效直流变频离心式冷水机组”三大“国际领先”技术全球首发,标志着格力电器在空调核心科技研发上已牢牢掌握全球空调行业话语权;2012年初,格力又凭借其在变频空调关键技术上的突破与创新,一举获得了国家科技进步奖,成为该

奖设立以来唯一获奖的专业化空调企业。而在企业营收方面,格力同样取得了快速、稳步增长,在2010年实现营收608亿元的基础上,2011年其营业总收入预计将突破800亿元。

用实力去赢得资本市场、消费市场对企业品牌及产品品牌的一致认可,用企业社会责任感来从内部打造和谐统一的用工环境,可以归纳为格力制胜的两大法宝。

和谐是一种精神,是一种内外协调、左右逢源、上下有序的状态,强调的是“天地人和”。在空调业界,格力电器用事实和业绩诠释了“万物并育而不相害,道并行而不相悖”的和谐理念,成为构建和谐社会的楷模。企业发展与员工幸福相辅相成。在格力,只有员工幸福,企业才能幸福。

格力“顾客满意”的服务密码

文 / 客服中心 李志

近日,中国标准化研究院顾客满意度测评中心和清华大学中国企业研究中心联合发布《2012年中国顾客满意度手册》。其中,“格力”品牌以83.8分的最高分蝉联空调品牌顾客满意度第一品牌。

2010年至2012年,格力已连续三年被评为家电业顾客最满意品牌。“服务质量”指标经格力售后人不懈努力实现了“三级跳”,用户评价由4颗星、4颗半星升至最高等级5颗星!

格力顾客满意度的提升正是基于其自身强大核心科技和健全的客户服务体系建设。

一、日益发展完善的服务网络

格力已经发展培养出近6000家服务网点,约十万人的服务队伍。除台湾外,全国各省、直辖市甚至乡镇都建有格力的售后网点。现正大力推进总部——省级服务中心——市县级区域服务中心——终端服务网点的四级服务网络管理体系建设。每年向各服务单位提供多种形式的培训、讲座、交流等,要求安装维修工持证上岗,致力于提高服务人员的职业素养。通过这张服务网络为全国亿万格力用户提供及时、有效的高质量服务。

二、统一的服务热线和严格的服务标准

格力公司为统一企业服务形象和整合服务资源,设立了全国服务热线:4008365315,实现了全天候24小时的人工接听。无论用户身在何地,一经拨打服务热线,信息系统会优先

将其接通到电话号码所在地的客服中心。

同时,格力全国售后网点按照统一的时效标准提供服务——用户投诉信息24小时解决,即客户服务中心接到用户投诉后,通知网点安排维修人员上门服务必须在24小时内解决用户的问题。

三、配件与配件库建设

现代战争打得就是后勤。配件就是售后服务战争的弹药粮草。格力公司高度重视配件的软件管理:一方面强化配件申请的计划性和安全储备适应产品的六年包修,另一方面大力完善推广配件管理系统,配件种类、数量、编码、价格、所属状态等信息即查即用,全数字化管理,严格控制仓储成本提升库存流转率。

同时,格力售后稳步加强配件库的硬件建设,构建覆盖全国的配件库网络,从公司总部到省、市、县级服务中心都必须有一定量的配件储备,保证网点配件需求的及时供应。

四、安装质量管理

空调行业有句俗语,空调是“三分质量,七分安装”。格力客服一直将安装质量管理视为基础性重点工作。一是自2004年起,全国各销售公司客服中心开展安装质量巡视工作,要求配备专职安装质量巡视员到用户的安装现场实地查看,每月至少检查上月安装量千分之五的空调安装质量,发现问题立即采取考核整改措施并按时足额上报巡视材料;二是除安

装后电话回访用户外,还定期抽取一定比例的用户进行短信、邮件的回访,专项调查安装服务质量,如:服务态度、抽真空、装空气开关、是否收费等。

五、行业标杆的服务政策

格力的服务宗旨:用户满意!格力客服人在以“实”为核心的企业文化指引下,坚持不懈的践行、追求用户满意的宗旨:

2005年,格力率先发布“家用空调六年包修”政策,将空调行业从低层次的价格战提升到“增加顾客价值”为核心的服务竞争。

2012年,格力再次率先推出“变频空调两年包换”政策,进一步引领行业服务承诺,规范企业竞争行为,有力保证了用户放心消费,满意消费。

2011年7月,珠海格力客服中心收到了一封河南封丘县的用户来信:“贵公司安装员工训练有素,考虑用户意见,努力达到用户满意;当我们提出将机器安装在窗户下面会影响外观效果,要求将机器移到窗户左侧时,因人力不能完成,所以安装人员联系大型吊车来协助安装。工人吊在高空20多米处,顶着30多度的高温作业。完成后,整体外观效果好,领导非常满意。贵公司处处为用户着想,不怕麻烦,安装工人展现了一丝不苟的工作态度。空调就选格力!”

格力空调质量好的理念已深入消费者的心中。格力客户服务将秉持“用户的每件小事,都是格力的大事”的服务理念,一如既往给消费者提供更优质、更满意的服务。好服务,格力做!

格力巴西传递爱心 与敬老院签署援助协议



中国驻圣保罗总领馆商务参赞李海通(左三)、格力电器巴西有限公司总经理谢东波(左四)与伊塔雅伊市市长代表等共同出席签字仪式

本报讯 巴西当地时间3月31日,格力电器巴西公司(下称“巴西格力”)向巴西圣卡塔林娜州伊塔雅伊市敬老院捐赠了空调、供暖设备和食品等物资。并与该敬老院签订长期给予援助的协议书。中国驻圣保罗总领馆商务参赞李海通,格力电器巴西有限公司总经理谢东波出席签字仪式,并在仪式上讲话。

此次接受格力电器捐助的伊塔雅伊市唐·博斯克敬老院已有76年历史,目前居住着77名老人,平均年龄82岁,最年长者已有99岁高龄。巴西格力在了解到这家敬老院的老人夏天备受酷暑煎熬,冬季又不得不忍受低温时,毅然决定向其赠送多台高性能的制冷和供暖设备产品。据了解,此次捐赠的物资总价值约1.7万美元。

巴西格力总经理谢东波

表示,自11年前在巴西建厂以来,一直秉承“责任让爱心前行”的宗旨,积极参与社会公益活动,融入和回馈当地社会,让巴西民众在享受格力空调带来清凉的同时,也能体会到因为格力的爱心而为社会带来的温暖。他还表示,这次捐赠是一个良好的开始,巴西格力日后还将一如既往地参与当地的公益事业,希望让爱心在每一个人的手中传递!

中国驻圣保罗总领馆经济商务领事李海通说,格力自进入巴西市场,不仅致力于为当地消费者提供优质产品和服务,也一直在努力促进中巴两国之间更深层次的社会文化交流,赢得业界一致好评。

李海通希望,未来能有更多像格力一样的中国企业,为巴西朋友营造更加美好的生活,共同建设一个持久、和平、共同繁荣的和谐世界!