

2013 年第 03 期
珠海格力电器股份有限公司主办
2013 年 4 月 5 日出版
总第 247 期
粤内登字 C 第 00039 号
(内部资料 免费交流)

格力电器

GREE ELECTRIC NEWSPAPER



扫描二维码,登录格力官网

<http://www.gree.com.cn>

投稿邮箱: greenews@gree.com.cn

◆2 版·综合新闻
格力电器携创新节能产品亮相上海家博会

◆2 版·综合新闻
**每百元纳税 7.3 元
格力承担更多社会责任**

◆3 版·市场动态
**一通老用户的来电
“只要质量好,我都会支持”**

◆4 版·副刊
追求卓越铸就格力梦想

要 闻 速 递

问鼎中央空调市场销售冠军 格力开创中央空调“直流变频时代”

本报讯 日前,业内权威杂志《暖通空调资讯》发布“2012 年度中国中央空调行业发展分析报告”指出:2012 年度,格力电器超越大金,以 14.3% 的市场占有率成为我国中央空调市场的销售冠军。

这正式宣告,我国中央空调产业经过数十年的发展,民族品牌首次屹立于行业的最高点。

2013 年,格力直流变频离心机实现系列化量产, IPLV 提升至 11.68。专家指出,格力直流变频离心机重新定义了中央空调的节能标准,开创了中央空调领域的“直流变频时代”。

更低碳更节能 格力电器再获艾普兰奖

本报讯 备受家电业界瞩目的中国家电艾普兰奖于 3 月 21 日在中国家电博览会揭晓。格力热泵热水器以其高效、节能、环保的显著性能从 300 多款申报产品中脱颖而出,荣膺艾普兰低碳环保奖。同时,格力 U 系列超薄空调 U 尊获评艾普兰空调产品奖。

格力热泵热水器 SXD200LCJW-D 采用新环保冷媒 R134A,在不启动电加热的情况下最高水温可以达到 75℃。

作为一款节能产品,其输出能量利用率高达 400%,而普通电热水器的利用率最高仅为 95%,燃气热水器仅有 60%。

GREE 牌压缩机获评“广东省名牌产品”称号

本报讯 近日,广东省名牌产品评价中心公布了 2012 年度广东名牌产品(工业类)最终评选名单,GREE 牌家用电器压缩机通过广东省名牌产品推进委员会的综合评价,荣获“2012 年广东省名牌产品”称号。

GREE 牌家用电器压缩机主要匹配出口空调,其优势在于技术创新、质量管理与安全保障。(格力凌达 李梦阳)

郑州格力四项专利喜获授权

本报讯 近日,国家知识产权局发布实用新型专利的授权,郑州格力于 2011 年 11 月提交的各项技术申请中,“一种管翅式散热器”、“一种管翅式翅片散热器”、“一种独立换气装置及使用该独立换气装置的空调器”、“旋转定位机构及具有该旋转定位机构的旋转工艺板装置”等 4 项实用新型专利喜获授权。

据悉,截至目前郑州格力正式获得的实用新型专利授权已达 6 项。

(郑州格力 周多多)

格力电器董事长董明珠： 用技术创新改变生活

本报讯 这已经是格力电器董事长董明珠履行全国人大代表职能的第 11 个年头了,作为一位“老代表”,董明珠在今天的两会上,又带来三份提案。分别是利用新技术实现“无污染供暖”、立法规定家用电器强制性报废标准、完善“城市矿山”资源利用立法。

这三个提案的关键词是“环保”。“企业的发展不能只关心利润,而是用技术创新去改变更多东西,用好产品真正改变人们的生活,要让天空更蓝,大地更绿。”董明珠接受采访时表示。

利用新技术实现“无污染供暖”

刚刚过去的寒冬让不少南方的百姓羡慕北方的集中供暖生活,一时间,冬季供暖成为社会议论的焦点话题。由于集中供暖不仅关涉民生,也涉及到节能减排、环保等系列问题,采取何种供暖方式也引起广泛热议。

由于目前我国冬天供暖区域采用的供暖方式为集中供暖,消耗的能源主要为煤或柴油,存在污染环境、效率低、能源浪费等问题。

“双级热泵技术能够在 -30℃ 至

54℃ 范围内广泛应用,涵盖了我国的大部分寒冷区域,其良好的低温制热效果、节能又环保的特点引起包括院士在内的诸多行业专家的高度重视。”董明珠说。

2012 年,格力成功研发双级变频热泵技术,突破传统热泵技术超低温制热的限制,制热性能大幅提升,在室外温度 -20℃,室内温度 20℃ 的情况下,制热能效比高达 1.97;室外温度 -15℃,室内温度 20℃ 时,制能热效比高达 3.0。从超低温制热性能来看,能够适应我国绝大部分寒冷地区的供暖需求。(下转二版)



格力中央空调开创集中供暖新格局

本报讯 3 月 9 日,格力直流变频离心机采暖应用技术研讨会在河北石家庄召开,空军工程设计研究局副局长罗继杰、中国建筑设计研究院副总工程师潘云钢等近百位权威专家出席研讨会,并对我国当前集中供暖现状、格力直流变频离心机采暖应用等内容展开了深入的研讨。

现有供暖方式能耗高、污染大

目前,我国北方城镇及农村建筑主要依靠燃煤采暖,煤的燃烧产生大量污染物排放到空气中,成为首屈一指的大气污染源。而且现有的燃煤采暖方式

还会造成巨大的能源浪费,每平方米每年能耗达 20 公斤标准煤。城镇集中供暖产生的能耗已高达 1.6 亿吨标准煤。

据统计,主要依靠热电联产、燃煤、燃气、电等形式实现的北方城市供暖是我国建筑能耗最大的领域。

格力开创集中供暖新格局

天津大学教授马一太通过科学论证,提出“直接燃煤供暖利用效率不高,不利于我国节能减排政策的实施”,认为“双级压缩变频热泵技术”为代表的高效热泵技术“对推进我国低碳、节能、环保政策发展具有重大社会和经济意义”。

以全国最大的工业余热热泵供暖项目——石家庄循环化工基地周边工业余热热泵供暖项目为例,当中的丽景湾小区占地 10 万平方米,2011 年采用燃气锅炉供热成本高,断热时有发生。2012 年更换为格力直流变频热泵离心机,利用双级压缩变频热泵技术实现冬季供暖,室内温度稳定,能耗比 2011 年减少了 40% 以上。

在本次直流变频离心机采暖应用技术研讨会上,专家表示,该技术拥有良好的节能性以及稳定性,可以大幅降低建筑能耗,节能效果非常显著,是未来离心机发展的重要方向。

格力电器携创新节能产品亮相上海家博会

本报讯 3月19日，中国家电博览会(简称“家博会”)在上海新国际博览中心隆重开幕。据悉，本届家博会的展出面积达到4.5万平方米，共迎来国内外近400家企业、万余件家电新品一同亮相。

作为消费引导型展会，家博会秉承“关爱环境、享受生活”的主题，向消费市场展现最具时尚感、科技含量最高的家电消费潮流，是家电行业消费趋势的风向标。据介绍，本届家博会在巩固传统大白电、厨卫电器展示的基础上，进一步加强消费电子、生活电器、水处理电器、空气净化器、新能源电器等领域的展示。

节能环保 绿色产品受好评

“博览前沿科技魅力 共享全球家电生活”作为享誉国际的世界名牌产品，格力空调在

本届展会上亮丽登场。以绿色节能、自主创新的空调产品，展现了如何在享受生活的同时更好地关爱环境、实现节能环保的企业责任。

格力电器展区位于国际高端家电展区，面积达216平方米，向世界各地的客商展示家用空调、空气能热水器等近百种精品，充分体现了格力的企业生产规模、研发实力、质量水准。全能王系列空调U尊、i尊是格力电器此次展出的核心空调产品，以出色的节能效果和环保指数备受瞩目，成为家博会上的明星产品。

格力全能王空调是业界首款采用双级压缩技术的变频空调，其将传统压缩机只有一次的压缩过程升级为两次压缩，大大拓宽空调冷暖制冷的范围，实现家用空调低温-30℃环境下的强劲制冷和高温54℃环

境下的强劲制冷，制热量提升40%，制冷量提高25%以上。双级压缩技术不仅突破了传统空调的制动极限，而且大大减轻空调压缩机本身的工作负担，提高空调的使用性能和效率。

核心科技 彰显企业社会责任

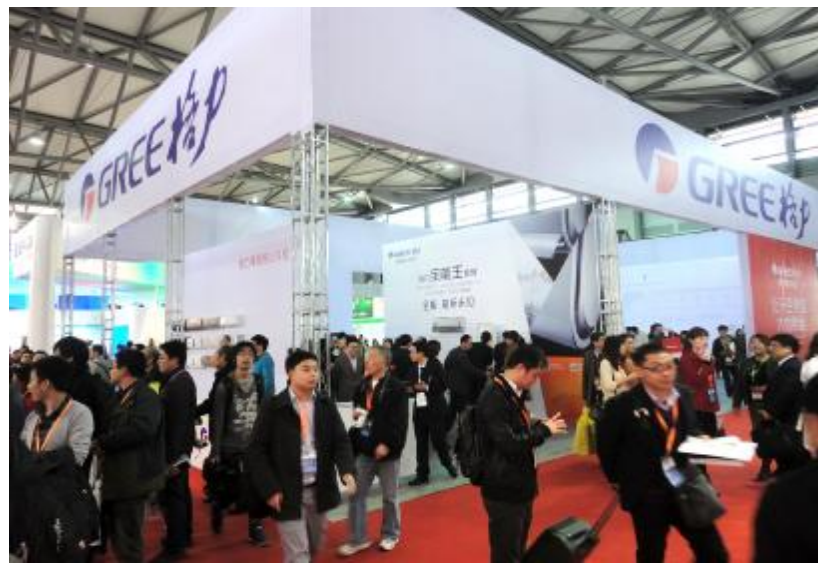
“关爱环境、享受生活”是企业的社会责任，它体现了企业的环保意识，引领行业发展绿色经济，满足更高层次的社会需求。目前，空调等家电产品的广泛应用，改变了人们的生活方式，对人们的生活起到越来越大的影响。

针对实现低碳环保、绿色经济的供暖技术创新，格力电器董事长董明珠在十二届全国人大一次会议上提出——利用双级变频压缩技术实现“无污染供暖”的议案。据介绍，双级变频热泵技术供暖，以电和空

气作为供热能源，使超低温制热性能大幅提升，在供暖方面具有高效节能、低碳环保、满足用户的个性化需求、降低使用成本等优点。中国工程院院士江亿、中国工程院院士王浚、天津大学马一太教授指出，“格力双级变频压缩技术对推进我国

低碳、节能、环保政策发展具有重大社会和经济意义。”

董明珠在接受媒体采访时表示，“企业的发展不能只关心净利润，而是要用技术创新去改变更多东西，要用好产品真正改变人们的生活，要让天空更蓝，大地更绿。”



董明珠蝉联亚洲商界权势女性

本报讯 日前，《福布斯》发布2013亚洲商界权势女性榜，榜单上的50名权势女性中共有25名来自中国，占据半壁江山。值得关注的是，格力电器董事长、总裁董明珠再次上榜，从2012年的13位上升了2个位次，排名第11，连续两年成为榜单上家电领域的第一人。

《福布斯》指出，要登上2013亚洲50商界权势女性榜，意味着要在全球活跃度最高的亚洲地区叱咤风云，才能在关注度上从数以千计的知名高管、投资人中脱颖而出。

在风云激荡的2012年，中国经济增长放缓、美国复苏乏力以及欧元区经济出现的震颤，对亚洲的经济增长造成不少干扰。2013亚洲商界权势女

性榜评选标准中包括了最近一年的业绩表现，《福布斯》认为“大多数上榜的商界女性创造了胜人一筹的利润”。

作为创始人之一，董明珠带领格力电器长期保持高速增长。2012年5月，董明珠升任董事长，在行业整体不景气的大环境下，将格力电器领进了“千亿俱乐部”。

2012年，格力电器实现营业收入1000.84亿元，同比增长19.84%；净利润73.78亿元，同比增长40.88%。这意味着格力电器连续8年位居全球空调业销量冠军，更成为第一家凭借单一产品类别实现年营收破千亿的家电企业。

虽不是技术出身，但董明珠却崇尚创造性产品，甚至给

格力电器研发人员提出“任何一个产品都要追求完美”的设计目标。很显然，董明珠在按照一个技术绝对领先型企业的标准来要求格力的研发人员。

据中国知识产权网公布的数据显示，2012年上半年格力电器以563件发明专利申请量位居第9，成为中国实施专利制度以来唯一上榜的家电企业。据了解，格力电器拥有国内外专利8000多项，其中发明专利2000多项，仅2012年一年，格力电器申请的专利数量达2400多项，平均每天7项专利问世。

董明珠表示，“对今天的格力来说，真正的挑战不是对手，而是自己。只有不断挑战自己、超越自己，才能成为空调行业永远的领导者。”

每百元纳税 7.3 元 格力承担更多社会责任

本报讯 两会期间，国资委表示提高国企红利上缴比例目前不是最佳时机，除了关注上缴红利之外，社会更应关注企业上缴的税。

根据国家统计局的数据，国有企业每百元销售收入缴税8.3元，外资企业每百元销售收入缴税3.5元，民营企业每百元销售收入缴税3.8元。专家指出，“纳税是衡量一个企业好坏的基本标准之一。”也就是说，同等收入额度下，纳税额越高，创造的社会财富就越多。

据了解，2012年格力电器实现营业收入1000.84亿元，纳税超过74亿元，同比增长40%以上，连续十一年位居中国

家电行业纳税榜首。每百元销售收入缴税7.3元，明显高于其他家电企业。格力董事长董明珠表示，企业发展不能仅仅停留在关注利润增长上，更要看企业能给社会带来什么。

诚信纳税是企业社会责任的最重要表现，纳税的多少反映出企业创造社会财富的多寡，是企业承担社会责任的重要内容。一般认为，衡量一个企业社会价值大小最重要的硬指标就是纳税金额。从这个层面来说，纳税越多的企业，创造了越多的社会财富，同时也承担了更多的社会责任。

而对员工负责，是企业履行社会责任的另一重要指标。

据悉，格力电器先后共投资6亿元兴建员工生活区，可容纳近2万名员工居住，配备有足球场、篮球场、游泳池等文体娱乐设施以及超市、医院、银行等生活设施。接下来，格力电器的目标是在近年内实现一线员工的“一人一居室”。

在全球经济形势低迷的大环境下，同行企业大规模裁员，董明珠多次明确表示，决不裁员。员工是企业的财富，在危机之下，企业有责任保护员工而不是把员工推向社会。

同时，格力电器积极筹建工程技术学院，为员工提供深造的机会，以行动诠释着“授之以鱼，不如授之以渔”的真理。

(上接一版)

据测算，在寒冷地区，采用双级变频热泵技术供暖，对比集中供暖，能源的消耗可以降低44%。

董明珠建议，政府应引导和鼓励新增供暖需求单位采用双级变频热泵技术进行供暖，并逐步对集中供暖进行改造；在寒冷区域小城镇、农村推广双级变频热泵技术；由政府牵头建设双级变频热泵技术供暖方式示范点和样板工程，促进供暖方式的逐渐转变。

完善“城市矿山”资源利用立法

随着生活水平不断提高，家电、电脑、手机等电器产品已经更新换代，上亿的电器产品已经进入淘汰期。这些废旧电子产品中蕴含大量我国稀缺的金属资源，本质上就是“城市矿山”资源。

发达国家如日本和欧盟已经形成完整环保的城市矿山资源利用产业链条。从某种意义上讲，“城市矿山”的开发，更环保、更生态、更具有经济价值。

董明珠认为，尽管现有的《废弃电器电子产品回收处理管理条例》当中规范了相关方责任，但稍嫌笼统，操作性不强。《条例》中存在对电子电器产品生产者、废弃者和回收处理者的职责划分不明确；未提及针对培养国民环保意识的具体措施；对生产企业参与处理的鼓励政策不明确；监督管理措施没有细化，惩罚力度也远远不够等等一系列问题。

“如果以上问题没有解决，那将导致回收处理工作难以规范操作，‘正规军’和‘游击队’冰火两重天的局面仍然不可能有实质性的改变。”董明珠说，董明珠认为，如何颠覆目前分散无序、游击队式的传统

资源回收模式，建立和完善现代化的回收体系是开采城市矿山资源的关键环节。

她建议政府针对回收系统出台强制性政策，加强政府、消费者、回收商/生产商和回收基金管理委员会等四方面的责任，大力实施资源回收、垃圾减量工作，通过回馈方式鼓励全民参与，以此来建立和完善回收体系。同时建议政府成立专门的管理部门，全面负责管理废弃家电和电子产品循环利用的整个过程，防止出现“九龙治水”的无序局面。

家电应实施强制性报废

在汽车、船舶等领域实行强制性报废制度，是世界上通行做法，其目的是保障道路交通安全、保护环境及节约能源。其实家用电器也有经济使用寿命和安全使用寿命的问题。

“超过电器正常的使用时间后，它的能源消耗大等问题逐步显现，并且面临安全隐患。”董明珠说。

按照国人勤俭的传统美德，家电不到不能使用是不会放弃的，超过经济使用期限后，能耗、效率方面就会大打折扣，如果及时更换新产品，不仅能降低消费者的使用成本，也为节能减排作出贡献。

董明珠认为通过立法规定家用电器强制性报废标准可以减少安全事故，有利于节能减排，有利于启动内需，有利于理清责任。

“因此，我建议立法规定家用电器强制性报废标准，主要规定电器产品的经济使用和安全使用年限，提请用户到期报废和责任问题，并建立报废家电的回收网络，促进循环经济的发展。”

(摘自《科技日报》，有删节)

一通老用户的来电 “只要质量好,我都会支持”

本报讯 1962年,购买上海保温瓶,期间换过一次外壳,内胆保温性能至今良好,仍在用;

1985年,为学校实验室采购两台加湿器,国内知名家电品牌,质量非常差,多次跟客服协商未改善;

1998年,选购家里第一台空调,柜机,日本品牌,安装后出现运转8分钟后自动停机的毛病,经售后人员反复修理,仍未彻底解决;

2000年,家里购买一台挂式空调,品牌为格力,至今仍在用,从未出现任何毛病;

2006年,家里添购第二台挂式空调,品牌为格力,至今仍在用,安装以后无任何毛病;

……

马燕生拿着记录本在电话中讲述着他与所购买产品的故事,电话里可以听到他翻动纸张的声音。

上世纪50年代末,马燕生进入北京邮电大学负责实验室教学,因经验丰富,在学校小有名气。因为职业的原因,马燕生酷爱研究各种东西,喜欢实验测试,家里使用的家电产品更是他测试研究的重点。

2013年3月26日,马燕生拨通格力电器客户服务中心的电话,“你们产品过硬不是吹牛吹出来的,我家装了两台格力的空调,一台是2000年装的,另外一台也有7年了,冬天制热,夏天制冷,毫不含糊,安装使用至今没有出现任何毛病,今天给你们打这个电话,主要

是想表示一下我的感谢……”

“我这个人崇尚洋品牌,在国内也能买到很多国外知名品牌,我也买过,但是不一定好用。格力这个品牌,我很认可,一个厂家生产的产品,不管是什么产品,只要质量好,我都会支持。”

在马燕生的记录本里有一个安装师傅的名字——袁兴强。电话里面马燕生也特别提到了这位袁师傅。

2006年,马燕生家里的第二台挂式空调是这位袁师傅安装的。马燕生家住18层,19层的房子也是他的,安装时他要求把空调外机装在19层的阳台上,而空调内机装在18层的房间里。安装过程非常复杂,需要在地板、墙面等多个地方打

孔,所需的管道也比较长。袁师傅按照马燕生的要求一丝不苟的完成了安装工作。

马燕生说,当时对袁师傅并没有太深刻的印象,但是一年一年过去了,空调从没出现过任何问题,他却慢慢想起了这位工作踏实仔细的安装师傅。在电话里,他要求务必找到袁师傅,表彰这位工作认真负责的格力人。

经过几番寻访,我们联系到袁兴强师傅所在的专卖店。

袁兴强,山东人,30多岁,2001年进入北京海淀区大慧寺格力专卖店,从事空调安装工作至今,“活儿细,技术好”是他的金字招牌。

当记者说到有老客户专门打电话到公司对袁师傅表示感

谢的时候,专卖店负责人却很淡定的表示,以前也有很多客户打电话过来表扬他,这不是第一次了。

在格力,像袁兴强这样优秀的安装师傅还有很多。格力电器对安装师傅有着非常严格的要求,入职之前,每一个安装工都必须参加系统的制冷基础知识及安装技术培训,入职后实行“一带一”的方式,由经验丰富的老员工带挈新员工,学徒一般要经过长达1-2年的实操学习,通过考核后才能取得独立操作的资格,成为一名格力空调的安装师傅。

正是凭借好产品、好员工、好服务,格力空调得到全球2.5亿用户的大力支持,连续8年产量世界第一。

俄罗斯制冷展格力空调展雄风



本报讯 2013年3月11日至3月14日,第九届俄罗斯暖通空调通风制冷展在莫斯科会展中心举行。

此次制冷展是由俄罗斯空调通风制冷专业协会联合当地最大展览公司组织的俄罗斯国际采暖供热、空调及通风设备

展,是俄罗斯唯一以供暖、制热、空调及通风为主题的专业展会,也是全球知名空调厂商展示尖端技术和最新产品的重要舞台。

展会吸引了来自加拿大、意大利、捷克、波兰、土耳其、英国、法国、西班牙、德国、韩国、

日本及中国等22个国家和地区的482家参展商,包括格力、松下、大金、开利、LG、三星等国际知名企业。

在本次展会中格力电器的U系列空调、i铂柜式空调、空气能热水器依旧成为参展观众的围观对象。i铂柜式空调独特的太空舱设计、超薄空调的U形机身以及节能环保的研发理念充分展现出格力空调在高端技术领域的科研实力,凸显格力践行“中国创造”的决心。

尽管目前全球经济复苏乏力,但危机之中也蕴含着机会。对于那些依赖购买技术和贴牌生产的企业,显然这将是—次残酷的市场洗牌;但对于注重在海外市场发展自主品牌,拥有独立知识产权,产品具备较高附加值的格力来讲,这又将是一次扩张市场的绝好机会。如此,与其他展位门可罗雀相比,格力展位门庭若市就不难理解了。(出口部 李建灿)

厦门格力服务车队集体亮相 助威“万人空巷抢格力”

本报讯 3月24日,近60辆展示着“万人空巷抢格力”车贴的格力空调服务车及名贵房车组成一条车龙,集体亮相厦门主要交通要道,壮观的场面引起过往行人的高度关注。

“万人空巷抢格力”作为格力电器一年一度的精品活动,备受消费者青睐,与此同时也引发了竞品的跟风模仿。

厦门格力电器总经理李诗源在活动筹备会上指出:“今年的‘万人空巷抢格力’活动不仅要在内容形式有所改变,更要在宣传手段上有所创新。”

为此,市场部多次召开策划协调会,集思广益,最终确定采用格力空调服务车队集体亮相的宣传方案。“空调服务车队助阵‘万人空巷抢格力’”的创意一经提出就受到公司领导及相关部门的高度肯定。

事实证明,该创新举措有效增强了活动整体气势和宣传效果,不仅扩大活动的影响力,更向消费者展现格力电器的雄厚实力,首次集体亮相的空调

服务车强大的阵容正是格力做好售后服务工作强有力的保障。

为了扩大游行车队的影响力,厦门格力向各经销商发出征集通知,很快就得到广大经销商的积极响应。

在活动认筹开始的前一天,经销商各自开着最好的私家车到来,奔驰、宝马、奥迪等名贵房车纷纷加入车队阵容。广大经销商的鼎力支持,不仅体现了格力大家庭的凝聚力,而且充分展示各大经销商在新的一年里再创佳绩的昂扬斗志。

在厦门市中心匀速游行的格力空调服务车龙,吸引过往行人拿起手机拍照,途经的许多车辆纷纷放慢车速,共同见证这一壮观的场面。

通过后期各专卖店反馈的认筹数量上看,本次活动的宣传效果远超预期,厦门格力电器继续在3月28日、3月29日、4月2日和4月3日多次举行格力空调服务车队游行活动,成为厦门市一道亮丽的风景。

(厦门格力 沈俊伟)

格力电器2013年度售后服务会议隆重召开

本报讯 2月19日,格力电器2013年度售后服务工作会议在珠海总部圆满落下帷幕。本次会议为期3天,共有来自全国30个办事处的47位售后经理出席这次会议。

各地售后经理在大会上对所在地区2012年度售后工作进行总结,并汇报2013年度工作规划。珠海总部相关负责人就当前各地售后服务工作情况进行交流探讨。

客服中心副部长毛国定向各地售后经理传达2012年度

格力电器干部会议精神,并强调售后经理必须贯彻“公平公正、公开透明、公私分明”的管理方针,践行“讲真话、干实事;讲原则,办好事;讲奉献,成大事”的行为准则,将格力电器认真务实的奉献精神落实到全国各地的售后服务工作中。

会上,客服中心部长胡文丰认真听取全国各地售后经理的意见和建议,并指出总部作为大后方将竭尽全力为全国办事处提供支援。2013年将是变革的一年,变革思维方式,变革

管理方法,为打开售后工作的新局面不懈努力。

随后,全国各销售公司陆续召开工作会议,分析当前售后服务工作面临的问题和挑战,探讨新年度重点工作。

其中,深圳格力销售公司售后服务工作会议规模空前,出席人数超过500人,会议邀请众多一线安装维修人员参加,并现场表彰了过去一年在售后服务工作中表现突出的优秀单位和个人。

(客服中心 林春媛)





追求卓越铸就格力梦想

“任何一个产品都要追求完美。”这正是格力电器追求卓越的精髓所在。梦想只能靠实干完成。正如一个国家只有通过实干才能进步，一个企业只有通过实干才能获得实实在在的增长。格力梦，需要一代又一代的格力人共同为之奋斗。

夺冠军难，保冠军更难。

最好的防守就是进攻。

这是体育圈的老话。其实，商界竞争之激烈一点也不亚于体育界。

但是，格力电器在空调领域拿了多年的世界冠军，尤其是在2012年营收突破千亿元大关后，对于“世界冠军”的内涵有了新的理解和诠释。

“格力在空调行业里永远是领导者，可以被别人学习，但是不可以被超越。任何一个产

品都要追求完美。”

“格力最大的梦想就是希望全世界70亿人都用上格力空调。”

格力对“世界冠军”的理解如此超然，但是，这正是格力电器追求卓越的精髓所在。

格力电器追求卓越的精神体现在它的企业发展理念和价值观上。格力人以自己是一个负责任的纳税人而自豪。在它们的发展理念中只对两个主体负责：一是对国家和社会负责，为国家上缴更多的税收，为社会创造更多的财富；二是对企业员工和投资者负责，调动一切积极因素为企业发展努力，并为一切有贡献者提供回报。

格力电器追求卓越的精神体现在率先全面转型升级。有人说格力成功是因为重视技

术，或者说是某一个产品。但是，格力人认为，这并不完整，一个优秀企业不能单靠一个点来实现转型升级或者说走向成功，而是要在研发的每一个细节，生产的每一个工序，管理的每一个环节，销售的每一个链条，都全面发力，真正全面实现转型升级。

格力电器追求卓越的精神体现在锐意创新上。通过创新掌握核心技术，这是印烙在格力骨子里的理念，也是实现格力梦想的底气所在。即使今天格力某个产品达到领先地位，但还会有不足的地方，还要再次超越。格力人甚至梦想自己将来能“智造”出没有风的空调、不会有空调病的空调。格力就想“智造”一个又一个奇迹。

格力电器追求卓越的精神

体现在产品品质上。如果没有质量做支撑，营销就是行骗。只有不折不扣地抓好产品品质，才能换来坚如磐石的市场美誉。质量是企业的生命线，格力人实现了一个个“梦想”的根本原因就在于格力踏踏实实地把质量管控做到了位、做到了家。

格力电器追求卓越的精神体现在拼搏实干上。无论是产品创新、渠道建设，还是节能减排、品牌管理，格力这些年取得的成绩无一不是靠全体员工实干得来的。为此格力提出了“公平公正、公开透明、公私分明”的12字管理方针。常人喜欢遮丑，格力的管理风格从来都是揭疤。比如格力开会，大家只讲缺点，不讲优点，这已经形成习惯，成为企业文化的一部分。严格公正透明的管理方式也成为

“千亿格力”一块稳固的基石。

习近平总书记在论述“中国梦”时指出，实现中华民族伟大复兴是一项光荣而艰巨的事业，需要一代又一代中国人共同为之努力。空谈误国，实干兴邦。

追求卓越的格力人也有一个“中国梦”。下一个五年，格力的目标实现2000亿，还有再下一个五年目标……甚至希望有一天全世界70亿人都用上格力空调。

但是，梦想只能靠实干完成。正如一个国家只有通过实干才能进步，一个企业只有通过实干才能获得实实在在的增长。格力的脚步还在向前迈进，和中华民族的复兴脚步一同向前迈进。格力梦，需要一代又一代的格力人共同为之奋斗。

（摘自《珠海特区报》，有删节）



格力电器员工生活区

畅想格力美好未来

2012年，格力成功突破千亿元销售目标，这也意味着格力将迎来新一轮跨越性的发展。在新形势下，前行的道路艰辛曲折，但在此，我想跟大家一起畅想格力未来的美好场景。

第一个是购买场景：全球消费者如果需要购买电器，第一个想到的就是格力，好比买车就想到奔驰，买手机就想到苹果。

第二个是媒介场景：格力的新品发布会是消费者及媒体关注的焦点，我们也有自己的粉丝，他们每时每刻都在讨论着、期待着格力新品的诞生，因为格

力产品包含着“改变人类未来生活的梦想”。

第三个是开发场景：我们的产品开发分为硬件和软件两个大体系。我们做的工作可能是：U3空调硬件开发，G6系统软件升级，或者代号为“X”的全新产品开发。因硬件和软件的“风格化、模块化”，我们的标准化及自动化也达到了全新的高度。

最后是人才场景：加入格力开发团队是全球优秀设计师、工程师最大的梦想，因为，那是实现个人价值的最佳平台。

（工业设计中心 吴欢龙）



格力电器员工生活区

格力梦

在十二届全国人大一次会议闭幕会上，习近平总书记将近25分钟的讲话，9次提及“中国梦”，44次提到“人民”，用了三个“共同享有”向代表系统阐述“中国梦”，激起人们无尽的憧憬与向往。同时，习总书记用“三个必须”指明实现“中国梦”的路径。向着民族复兴的中国梦，中国又站在新的历史起点，满怀豪情和自信。

对于格力人而言，要实现“中国梦”，首先要实现每一位格力人的“格力梦”。

关于格力梦，归纳起来，也可以用三个“共同享有”进行阐述，用“三个必须”指明方向。

生活在奋进中的格力的格力人，共同享有实现人生价值的机会，共同享有实现梦想的机会，共同享有与格力携手前行的机会。

而实现格力梦则必须走格力特有的专业化发展道路，必须弘扬敢于奉献的格力精神，必须凝聚八万格力人的力量。

将每一件产品做到极致，以造福社会为己任，恪尽职守，夙夜在公。我认为，5年就可以实现格力梦的初级阶段：

场景一：公正透明、高效廉洁。随着格力“大部制”的深化改革，避免各部门的职能交叉、多头管理，通过减少部门数量，提高整体运作效率，完善制度监督，为员工营造更加公正广阔的发展平台。

场景二：安居乐业。随着格力“安居乐业”、“自我价值提升”等幸福工程的推进，夯实幸福之基、巩固幸福之本、拓展幸福之源，让八万格力人住有所居、学有所用，从物质和精神多层层面激发格力人的凝聚力和向

心力，实现企业与员工的双赢。

场景三：争下基层。随着公司自动化工作的深入推进，生产一线的工作环境及劳动强度将发生重大的变化。舒适洁净的现代化工厂，格力人操控着愈加先进的生产设备，打造一台台趋于完美的产品。

场景四：格力全能王。随着格力人对创新的孜孜追求以及对核心技术的充分掌握，格力的产品将无可替代，无法超越。消费者如果需要购买空调，第一个想到的就是格力。“全能”是对格力产品性能的概括，而“王”则准确地表达了格力在家电产业中的地位和优势。

格力梦是所有格力人的梦，只要八万格力人的心往一处想，劲往一处使。我们有理由相信：格力人的未来不是梦。

（管路一厂 钟雪梅）



格力电器员工生活区