

2013 年第 04 期
珠海格力电器股份有限公司主办
2013 年 5 月 5 日出版
总第 248 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

**格力核心技术凸显
广交会成交额达 3 亿元**

◆ 2 版·综合新闻

首届“金叶轮奖”暖通空调设计大赛在上海启动

◆ 3 版·市场动态

格力变频空调市场占有率 48.78%

◆ 4 版·副刊

**格力全球员工踊跃捐款
支援灾区建设**

要 闻 速 递

格力压缩机专利获广东专利金奖

本报讯 近日,广东省人力资源和社会保障厅、广东省知识产权局公布了 2013 年度广东省专利奖表彰名单。珠海格力电器股份有限公司的“单转子压缩机的转矩自动补偿系统和转矩自动补偿方法”专利获广东专利奖金奖,这是珠海市本届唯一获专利金奖企业。

同时,格力电器的“空气能热水器”以及“电机转子位置估算方法及电机驱动控制方法”两项专利获专利优秀奖。

格力多联机获评中国机械工业优质品牌

本报讯 日前,中国机械工业品牌推进工作大会在北京举行。大会对珠海格力电器股份有限公司的多联式空调(热泵)机组等主机产品、北京华德液压工业集团有限责任公司液压产品等关键基础件、上海柴油机股份有限公司的重型商用车用 D 系列柴油发动机等核心部件及安徽影星银幕有限责任公司的反射银幕等文化办公设备产品进行表彰,授予 2012 年度中国机械工业优质品牌。

此次获得表彰的格力多联式空调(热泵)机组经过多年的优化,已于 2012 年 1 月,重磅推出第五代——GMV5 全直流变频多联机组以及 GMV 水源热泵多联空调机组。该机组具有业内领先的能效比,并在舒适性、设计自由度方面全新突破,综合能效比高达 5.8,节能效果显著提升。

格力全能王空气能热水器入选节能惠民目录

本报讯 近日,从国家发改委、财政部及工信部发布的 2013 年第 13 号公告了解到,格力电器全能王空气能热水器顺利入选了《节能产品惠民工程高效节能空气源热泵热水器(机)推广目录(第四批)》,这预示着作为国际首款采用双级变频压缩机的全能王空气能热水器再一次获得了国家级节能的认可,这将进一步推动节能科技向经济效益的转化,进而引领整个空气能行业的发展。

据了解,空气能热水器作为继燃气热水器、电热水器及太阳能热水器之后的第四代热水器,凭借着更加节能、安全、舒适的优势,在激烈的热水器市场中脱颖而出,受到越来越多的消费者的青睐。

此次入选的全能王空气能热水器,作为一款高端产品,采用了双级变频压缩机,能效比更高,在此次节能惠民工程中可享受 500 元的补贴。

2012 年净利增四成,2013 年开局稳健 格力电器营收净利持续“双增长”

本报讯 4 月 26 日晚间,格力电器 2012 年度报告及 2013 年第一季度报告同时出炉。

报告显示,2012 年格力电器实现营业收入 1001.10 亿元,同比增长 19.87%;实现净利润 73.80 亿元,同比增长 40.92%;基本每股收益 2.47 元/股,同比增长 32.80%,继续领跑行业,成为首家实现千亿的专业化家电企业。

回顾 2012 年,格力电器通过科技创新,在取得亮丽业绩的同时,家用空调和商用空调“两驾马车”齐头并进,其市场地位得到了空前提高,行业话语权不断加强。

在代表空调未来发展方向的变频领域,其自主研发的 1 赫兹变频技术荣获国家科技进步奖,双级变频压缩技术开创空调行业“双级变频”时代。据产业在线,2012 年 8 月至今,格力家用变频空调的市场占有率持续超过 50%。

在商用领域,2012 年格力中央空调以 14.3% 的市场占有率成为我国中央空调市场的销售冠军,结束了外资品牌长达数十年的“一哥”地位。而随着格力直流变频离心机的系列化量产,这款全球迄今为止最节能的大型中央空调,将引发中央空调市场格局的进一步调整,中央空调市场的“中国时代”正在来临。

在营销策略上,格力电器集中优势资源加大自主品牌的出口,在巩固南美、中东、俄罗斯等传统市场的同时,大力开拓新兴市场。尽管全球经济跌宕起伏,但格力电器依然实现出口收入 157.90 亿元,同比增长 8.55%,是仅有的几家海外业绩增长的空调企业。

格力电器 2013 年一季度报显示,公司实现营业收入 222.93 亿元,同比增长 10.98%;实现净利润 13.35 亿元,同比增长 13.77%,增速稳健,高于行业平均水平。2013 年公司将继续通过加大科技研发力度,加强国内外市场开拓,加快产品产能扩张,着力打造国际化家电企业。



格力引领大型中央空调走进“直流变频时代”

本报讯 4 月 8 日,“第二十四届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会”(简称中国制冷展)在上海新国际博览中心隆重开幕。中国中央空调第一品牌格力,今年携旗下的直流变频离心机组、GMV5S 全直流变频多联机和格力全能一体机等众多核心科技产品,参与这场制冷空调暖通行业最大的年度盛会。

8 日上午,在格力展位举行了一场隆重的格力直流变频离心机系列化揭幕仪式。中国工程院院士饶芳权、中国制冷空调工业协会秘书长张朝晖、中国制冷学会秘书长金嘉玮、合肥通用机电产品检测院院长李江等行业权威专家及格

力电器副总裁黄辉、格力电器总裁助理谭建明出席了活动,共同见证了格力直流变频离心机系列化的正式面世。

据悉,2011 年 12 月 17 日,格力电器成功研制出世界首台直流变频离心机,被权威专家一致鉴定为“国际领先水平”,并表示该技术有重大应用价值,建议尽快开展从小容量到大容量产品的系列开发。

经过一年多的不懈努力,2013 年 4 月 8 日,格力电器正式推出了 250 冷吨到 1500 冷吨的直流变频离心机系列产品。该系列产品在技术上有了进一步的突破,IPLV 提升至 11.68,是迄今为止最节能的离心机组,再次改写了大型中央

空调产品的节能标准。

目前,格力直流变频离心机组在市场上供不应求,自面市以来,已成功中标清华大学金融学院、烟台高新区大学生创业园、深圳市中百饰文化发展有限公司、广州市龙归商业城、东澳岛南沙湾酒店、佛山智慧新城等 50 多个大型项目,中标工程遍布全国 20 多个省份。

在 8 日上午的格力直流变频离心机系列化揭幕仪式上,专家团表示,格力直流变频离心机的系列化生产,这意味着中国企业掌握了中央空调的最高技术,将引发中央空调市场的格局进一步变革,从技术到市场,大型中央空调市场正在进入直流变频时代。

格力核心技术凸显 广交会成交额达3亿元

本报讯 第113届中国进出口商品交易会(简称“广交会”)第一期于4月19日落下帷幕,据广交会官方统计,本届到会客商较去年同期下降2.2%,其中欧美日等传统市场均有下降,而非洲等新兴市场的采购商却有明显的增加。

尽管广交会到会客商数对比去年同此呈现下降,但家电企业对出口的信心指数均有所回升。格力相关负责人透露,“尽管广交会现场很少有直接的订单落实执行,但是今年的意向性订单比往年同期要多,我们的订单总额将近3亿美金,较上届同比增长约21%。”

据悉,格力电器展出家用

新品“全能王”系列、直流变频离心式冷水机组、房车空调、新能源空调、空气能热水器、空气净化器等产品,其绿色节能、自主创新的特点,在展会上掀起了技术环保的新浪潮,成为行业发展的风向标。

此次格力展出的系列产品均应用了格力自主研发的国际领先技术,其技术性能和品质均达到行业领先水平。据格力相关负责人透露,随着格力自主品牌在新兴市场的推广和占领,今年格力海外市场的增幅有望达到20%。4月16日,格力电器发布一季度业绩快报,快报显示报告期内公司实现营业总收入222.93亿元,同比增长

10.98%;实现归属上市公司股东净利润13.41亿元,同比增长14.27%;主要经营指标增速季节性放缓,但全部仍保持在10%以上,好于行业平均水平。

尽管全球经济形势仍然不乐观,但格力电器保持着稳健的国际化发展态势,“格力”自主品牌空调产品在国际市场上的销售网络已遍及全球100多个国家和地区。格力坚持“不急于求成,稳健发展”的原则,通过领先技术和优质产品占领国外市场,打动消费者。

“自主品牌是格力电器把握市场的基本保障。”格力电器海外销售公司负责人表示。目前,格力出口的空调产品约1/3

使用自主品牌,而这个比例也在逐年增长。行内专家指出:“随着格力自主品牌在欧美等传统市场的稳健发展,加强开拓新兴市场将成为其主要目

标,并将以核心技术产品引导市场。”其中,格力直流变频离心机成为广交会的焦点,众多海外客商,在详细询问了产品性能参数后,纷纷表达了订购意向。



图片新闻:4月15日上午,中国商务部副部长李金早一行视察格力广交会展位,详细了解了格力新产品和新技术,并对格力的发展给予了充分的肯定。

首届“金叶轮奖”暖通空调设计大赛在上海启动

本报讯 4月8日下午,首届“金叶轮奖”暖通空调设计大赛在第二十四届中国制冷展格力展位正式启动。中国勘察设计协会建筑环境与设备分会理事长罗继杰、副理事长方国昌、寿炜炜、潘云钢等专家出席了启动仪式。

据悉,本次“金叶轮奖”暖通空调设计大赛是由中国勘察设计协会建筑环境与设备分会、国家节能环保制冷设备工程技术研究中心主办,珠海格力电器股份有限公司协办,以“变频·创新未来”为主题,面向全国范围开展的一次大型暖通设计大赛。

据悉,首届“金叶轮奖”暖通空调设计大赛有着与众不同的基因。国内现有的设计大赛主要针对多联机或家庭中央空

调,而本次大赛是行业里唯一针对大型中央空调的专业暖通大赛,向全社会征集大型中央空调系统解决方案,由国内知名暖通专家进行权威评选。

在启动仪式的现场,中国勘察设计协会建筑环境与设备分会的相关负责人告诉记者,本次大赛的初衷是为了鼓励设计师

在设计阶段针对节能减排进行创新与实践,旨在引导暖通空调行业对变频技术在集中空调水系统设计中的合理应用,同时也可作为“全国建筑环境与设备工程青年设计师大奖赛”提供更多可供参考的优秀设计作品,促进暖通空调行业的深入交流以及水平提升。



美的空调“一晚一度电”遭质疑 概念炒作误导公众

“一晚只需一度电”这条颇为吸引人的宣传口号,留给很多消费者这么一个印象,“美的空调用一个晚上只需要一度电”。然而近日,市民杨先生致电人民网潍坊频道称,自己因为看到“一晚一度电”的广告,在去年十一国庆期间购买了一台KFR-35GW/BP3DN1Y-KA(2)的美的空调。然而该空调根本无法达到宣传的效果。

网友质疑:“一晚一度电”是虚假宣传

在交电费时,杨先生发现了美的空调之后电费多了三四百块钱,而家中并未添置其他电器。他由此质疑空调“一晚一度电”名不副实。杨先生致电

美的客服,客服人员告诉他,原来所宣传的“一晚一度电”并不是这款机型,而只限于另一款产品,而这款空调节能仅限制冷模式。经过了解,他才知道除了“制热”不节能外,要达到“一晚一度电”的效果,还必须在特定的使用环境里才能实现。“这些关键点为什么在广告中没用体现?!这不是误导咱们消费者吗?这明显是夸大宣传,欺骗消费者。”杨先生告诉记者。

调查:“一晚一度电”只限特定产品的特定模式

记者了解到,像杨先生这种情况,并不是个例。不久前就曾有网友发帖称购买的“一晚一度电”的空调“名不副实”。记

者随后就这一情况展开调查。

5月2日,记者来到了位于新华路的某大型家电卖场二楼的空调区,在美的空调销售专区,挂着很多“一晚一度电”的宣传海报。

记者翻阅了美的宣传册时发现,在“全直流一晚一度电一度畅享凉爽舒适的夜晚”的标题下方,列出了“焱弧”、“尚弧”、“炫弧”、“悦弧”、“蓝丝月”、“丽弧”、“彩弧”、“晶弧”8款空调的图片。记者以消费者身份询问销售人员是否这些型号都能“一晚上一度电”,销售人员指着标注着“尚弧”字样的的一款产品对记者说:“只有这款可以。”记者追问是否真的

能达到整晚只用一度电时,她解释说:“这款尚弧在使用时必须是在制冷模式下,选择ECO节能模式,从晚上10点钟到次日早上6点,这8小时的耗电量为一度电。”

记者看到在美的宣传单的右下角不显眼处注有一行小字“数据来源国家权威机构检测结果,以26KB(1)为例,不同机型耗电量有差异,其中‘一晚’是指8小时睡眠时间使用ECO节能运行模式。”

“这几款空调不能达到一晚一度电,为什么还贴着‘一晚一度电’的广告标语?”客服人员给出的解释是,这些都是一个系列的,都是节能产品,因机

型不同耗电量也不同。

专家:空调节能效果切莫夸大宣传

“在ECO模式下‘一晚只需要一度电’测试条件非常特殊,而且需要以特定的房间热负荷为对象。一晚一度电实际在使用过程中可能性很小,一般家庭的使用环境根本不可能满足实验室的要求。”一位从事家电销售多年的资深人士告诉记者。“夸大后的宣传容易误导消费者,一旦消费者意识到没有宣传的节能效果,反而失去消费者的信任。企业应该多宣传消费者实际使用时的耗电量,切莫过于夸大实际效果,顾此失彼。”(摘自人民网,有删节)

格力变频空调市场占有率 48.78%

本报讯 日前，第三方权威调查机构产业在线公布家用变频空调及其压缩机供给月度报告，报告显示：

2013年2月，变频空调销售总量为192.61万台，同比下降5.1%。2月变频占家用空调总销售量27.1%，同比增长1.6个百分点，制冷行业寡头格力电器则在2013年2月进一步扩大了家用变频空调市场上的

领先优势。

具体到品牌，格力电器仍然毫无悬念地继续排名第一。据月报数据显示：2013年2月，格力获得38.94%的市场占有率，位列中国家用变频空调市场第一，同时，2013冷年至2月，格力获得48.78%的市场占有率，远高于位列第二的品牌21.09%。这意味着，在变频空调领域，格力电器与竞争对手的

差距进一步拉大。

据此前发布的1月数据：2013年1月，变频空调销售总量为228.84万台，同比增长79.7%。1月变频空调销量同比增长明显，从数据上看主要是格力这一龙头企业大幅增长，格力同比增长218.2%，龙头企业的市场份额进一步加大。

从数据可看到2013年前两月市场的风云变幻，1月销量

暴涨与2月下月滑形成鲜明对比：1月，变频空调销售总量同比增长79.7%，呈现高速增长态势；2月则不增反降，同比下降5.1%。在这一剧烈的市场变化中，作为行业龙头老大的格力空调，销量始终保持增长态势。足可见其市场核心竞争力与逆市恒强的不凡实力。

湘财证券行业分析师介绍，在竞争对手战略调整的时

期，格力电器凭借强大的品牌影响力及渠道下沉，抢占了更多的市场份额，寡头优势日渐显现。

制冷行业专家则表示，龙头企业在规模、核心科技上拥有先天优势，在技术研发上用功足，转型快，绝大部分情况下扮演市场领导者的角色，很容易抢占市场先机，扩大市场领先优势。

西坝河旗舰店开业 格力中央空调耀眼北三环

本报讯 在车来车往、人流量很大的东三环与北三环把角的地方，暗红色的格力中央空调体验中心门脸吸引了双向车道上的人们。在这么一个广告效应极佳的黄金地段，醒目、大气的门店门脸为格力西坝河中央空调智能体验中心招徕了不少优质客户。

格力西坝河中央空调智能

体验中心(即格力西坝河旗舰店)也许算得上是格力在北京所有门店当中最醒目最霸气的了。因为位于东北三环的这家格力旗舰店，正好把住了东三环和北三环的把角之地。加上在终日繁忙的三环上，东北三环转弯处是个有名的“堵点”，这使得该门店实现了更高的“出镜率”。

据了解，格力西坝河旗舰店于2012年11月8日开业，店面分为上下两层，面积达到300平方米，销售格力家用空调、中央空调，格力小家电以及晶弘冰箱等全系列产品。格力西坝河旗舰店经理聂学安介绍，当时在选中这个店址的时候，有多家商户争抢，最后格力高价胜出。而这一紧贴着三环主路的黄金旺铺确实也为格力招徕了不少客户，而且多为优质客户，“许多上门的顾客都说自己之前经常在三环上看到格力的门脸，脑子中都留下印象了，要买空调就直接找过来了”。

虽然既不靠近别墅区也不临近CBD，但是得益于优越的店面位置，格力西坝河旗舰店中央空调产品卖得特别好，家用中央空调和大型商用中央空调，一个月总计能够售出15套以上。聂学安说，西坝河旗舰店在一定程度上充当了北京格力的品牌宣传店。



东莞格力空调两天销售 2万台套



本报讯 4月13-14日，东莞格力开展第二届“万人空巷抢格力”大型促销活动，格力家用空调、空气能热水器、净水机，格力小家电、晶弘冰箱等产品全线参与本次“万人空巷抢格力”活动。东莞格力方面称，短短两日，格力空调全东莞的抢购量达20000台套。

据了解，近段时间东莞多雨，但经策划以及经销商的配合，在天气、经济环境没有明显好转的情况下，仍然取得不俗的成绩。活动前期准备阶段，公司、经销商、导购员发送点对点短

信、修改QQ头像及签名、转发微博等。各经销商进行终端布置，用拱门、彩旗、气球等装饰，烘托活动气氛。

东莞格力经销商透露，去年的活动取得成功，在很大程度上增强了格力经销商对品牌的信心，在今年3月份时就开始盼望格力公司再开展“万人空巷抢格力”活动。在格力专卖店购买了格力最新空调“全能王”U尊的顾小姐说：“去年格力搞活动的时候买了三台空调，很优惠，今年发现还有这个活动，所以赶紧过来购买。”(东莞销售公司 林银银)

格力家用空气能热水器 问鼎行业销量冠军

本报讯 据热泵行业权威媒体《热泵热水机资讯》发布的《2012行业发展分析报告》显示，格力家用空气能热水器市场占有率达到19.7%，雄踞家用机市场中的第一品牌。报告指出，与2011年相比，格力2012年度在家用机市场占有率的提升超过5个百分点。

众所周知，格力在空调领域是当之无愧的领头羊，产销量连续8年全球第一，产品品质及研发实力毋庸置疑。而格力空气能热水器，传承空调核心技术，采用热泵原理，相对于燃气热水器、电热水器等传统热水器更加节能、安全、舒适的优势，逐渐赢得了越来越多消费者的青睐。在2012年，格力家用空气能热水器以19.7%的市场占有率成为第一品牌。

格力作为国内最早研发、生产、销售空气能热水器的厂

家之一，传承空调核心技术，拥有深厚的技术积累，拥有超过140项专利，累计取得65款产品的节能认证证书，“超高效节能空气源热泵热水器”等项目列入了“国家火炬计划”。

格力空气能热水器目前已拥有爱沐壁挂式、御系列、恋系列以及海洋之韵整体式、善水方别墅专用、全能王舒尊等多个系列热水机产品，在2012年，国家发改委、财政部及工信部联合开展的“节能产品惠民工程”中，格力空气能热水器全系列共计126个型号顺利入围。其中全能王-舒尊空气能热水器以高达5.4的能效比成为行业的标杆。

格力全能王-舒尊空气能热水器所采用的双级变频压缩机，经过以中国工程院院士王浚、天津大学教授马一太、合肥通用机械研究院副院长田旭东

等为代表的专家团队的鉴定，获得了“国际领先”认定。格力全能王热水器综合应用了双级变频压缩机技术、全直流变频技术、压缩机频率多参数控制技术和增焓控制技术，能效比进入“超5”时代，节能模式下高达5.4，省电超过80%，制热性能比普通空气能热水器提升60%；同时突破了传统热水器的使用局限，可在-25℃至45℃环境下正常运行，最高出水温度可达到75℃。

专家表示，近年来我国的空气能热水器有了爆发式的增长。这一方面源于国家对新能源发展的重视，另一方面我国的热泵行业处于导入期，产品在节能、安全、舒适方面的优势逐渐得到消费者的认可。而格力凭借掌握的核心科技以及产品卓越品质的不断追求，让节能科技逐渐走进了千家万户。

红四月鲁、苏格力空调销量劲增



本报讯 山东消息 已连续举办四年的齐鲁空调盛会“格力红四月”，在活动开始的两日后传来好消息。据格力内部人士透露，今年万人空巷抢格力活动开始当天，格力相关产品销量比往年增长超过200%。

(山东销售公司 马宏伟)

又据江苏消息 4月20日，格力空调江苏淮安楚州专卖店盛装开幕，以全新的面貌出现。该专卖店兼具体验、销售和服务功能为一体，给消费者提供最专业的服务和最舒适的购物环境。据了解，专卖店开业当日，狂销800多台。

(江苏销售公司 周林)

格力人为雅安地震灾区人民祈福 凝聚大爱 雅安加油!



格力全球员工踊跃捐款支援灾区建设

2013年4月20日北京时间8时02分,四川雅安发生7.0级强烈地震,这一突如其来的灾难给灾区同胞造成了巨大的生命和财产损失。截至23日12点,地震造成193人遇难,11470人受伤(其中重伤968人),灾情牵涉17个市州114个县县的1992894人受灾。

本报讯 天灾无情,人间有爱。雅安地震发生后,灾情牵动着全球格力人的心。格力电器珠海总部及重庆、合肥等所有子分公司、全国各销售公司连日来开展了形式多样的献爱心活动。

4月20日,格力电器四川销售公司第一时间宣布四川地区所有位于平层一楼的格力专卖店24小时开放,为当地高层住户提供避难及休息场所,并无限量供应茶水,无偿提供手机充电服务。

4月21日,格力电器四川销

售公司雅安分公司组织了车两必需物质送到灾民手中。

4月23日,格力电器重庆、石家庄生产基地员工自发为灾区募集善款。

4月24日上午11:30,格力电器珠海总部及合肥、武汉、郑州、芜湖等生产基地员工同步自发组织“万人爱心捐款”活动。

格力电器董事长董明珠表示:“一方有难,八方支援,是中华民族的传统美德,更是企业义不容辞的责任和义务。”

据了解,万人爱心捐款活动在格力电器已经不是第一次发生,512汶川地震、西南干旱等灾害面前,格力电器员工都自发为灾区捐款。

家电产业知名观察家刘步尘表示,热心公益、关爱社会已经内化为格力企业文化的灵魂,融入了格力人的血脉中。

在捐款现场,格力电器绵阳籍员工袁文君告诉大家:“2008年汶川地震时,家里的房子被夷为平地,最后能找回的钱物不足200

元,庆幸的是家人都平安。公司领导在获悉我的情况后,通过公司的阳光基金给予我很大的帮助。今天,我也要格力的爱心传递给雅安同胞,希望能与他们共度难关。”

雅安籍员工杨超则表示:“我特别感激公司对家乡人民的关心和帮助。”

多年来,格力电器在自身稳健发展的同时,积极承担社会责任,投身社会公益,践行企业公民应尽的责任。据不完全统计,格力电器已累计捐款捐物超过1亿元。

格力全球生产基地员工“万人献爱心”活动现场回放



1. 合肥格力基地员工为灾区献爱心;
2. 武汉格力基地员工举行“我为雅安祈福”捐款仪式;
3. 重庆凯邦员工在捐款前为灾民默哀、祈福;
4. 珠海格力电器总部启动浩大的“情系雅安,万人爱心捐款”仪式;
5. 郑州格力基地员工为灾区献爱心;
6. 石家庄格力基地员工为灾区献爱心;
7. 重庆格力基地举行“我们都是雅安人”现场捐款仪式;
8. 格力新员工为灾区献爱心。