

2005年8月31日出版
总第153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

GREELECTRICNEWSPAPER

本期导读

- 一家国企“走出去”的另类思维 (2A)
■ 公司召开2006年销售会议 (3A)
■ 《格力电器》改版读者反馈 (4A)

上半年销售收入同比劲增37.66%
保持行业领先地位 格力电器再占鳌头

8月24日,格力电器公布的半年报显示,上半年公司主营收入和净利润均获得大幅度增长,其中主营业务收入达92.56亿元,同比增长37.66%,实现净利润2.68亿元,同比增长22.32%,收入达到0.50元,继续保持空调行业的领先地位。

行业经营的下,格力电器之能续保增并大市场,分为,主于格力电器有品、的产品质、强大的分、续的主发入和的规成。其是收机企业,公司大产能和大规模进行发入,公司空调行业的

机获得市场的续上升,格力电器前4.6新增的240机产能年内成产,格力电器续实力,进一步市场,从、的上行业得大的竞争,公司的发前加。格力电器的业增

了保的注,排名大流通!之第四、五位的保102、108"合续增,合#达到1484,\$分显示了%&格力电器发前的'。(据显示,)国空调行业续保增,*市场续+,-品中。根据国家.电器

行业/O#(据,格力等6大品已经1据了空调行业2半的34,其中,格力2004年19%市场的高居榜首。国5发6中联合'7产业部8部门9的调:,;显示,格力等10个排名<前的品1的市场高达85.47%。空,调行业“强%=强、>%=>”的日?显。

打破美日技术 首台“中国造”离心机格力发运

国内家电业首@有主知知识产权A的大型中B空调—C式DE机”8月24日 格力电器正式下F,并GH发I到安JK4一五L级MN—中国JO大MN入安P调Q.RS.T 空调行业的有 U家V,到格力电器现场W了该机”的下F、发,并Y高评Z。

C式DE机”是[前国\上能效最高的大型中B空调机”,主.于8平]^上的大型_`[,R前a有美国、日等发达国家的b(几家企业cd了其和e产fg。

U家示,格力 hC式DE机”的ij,kI了“美”“日”等国n中B空调企业 &大型中B空调的no,pq了中国家电企业大型中B空调的空r,s有中国主知知识产权A的大型中B空调能tm国品uv,并大大提升中国空调品国内m市场的竞争力。



图为:发明人(右)和格力—中国温州大型空调生产基地一为格力离心机冷压机。

国家发改委公布“空调节能榜”

8月8日,国家发改委、国家质检总局近日根据《能源效率标识管理办法》联合发布公告,公布已备案的16家空调能源效率等级达到一、二级的产品规格型号及企业名称。格力空调高居榜首,并有15个规格型号的产品能源效率等级达到一级,是其中最多规格型号能效等级达到一级的企业,成为业内名副其实的“节能大王”。

《财富》“中国上市公司百强”揭晓

近日,由美国著名财经杂志——《财富》(中文版)评选的“2004年中国上市公司100强”正式揭晓,格力电器榜上有名。

值得注意的是,今年由于入围门槛大幅提高和家电行业竞争惨烈市场现状,再加上中国网通、平安保险等几家新上市大型企业入选,导致了前四次均入选的部分家电上市公司或出局,或名次下滑。格力电器激流勇进,成为唯一一家连续五年进入该榜,且排名从去年63位上升到今年56位的家电上市公司。

7月29日,由全球三大知名评级机构之一的标准普尔(Standard&Poor's)评选的“中国最大的100家上市公司”出炉,格力电器连续两年进入该榜,并排名第48位。

“品中国”评选wxy榜

由中国e产力zO和中{f|}报主办的“品中国——2005~+j·的中国品”评选wx日前北京揭晓。格力电器从众多参选企业中脱颖而出,囊括三大奖,成为次评选wx的最大赢家,其中格力电器获得“中国品国\市场竞争力奖”,格鬼器~+国\市场的案例被评为“中国品国\市场大成功案例”,“格力”品创始人朱3洪董事被评为“中国品国\市场大杰出人物”。

8 省“概念!”#\$到空调的% &、生产'(.)*,从“冷静王”到“+,2000”-到“节能王.”, /年-01,格力2年3\$45 6789行节能:;<开&=>?@9展,格力AB家C空调 D(E空调产品FGHI了(L的节能JK,MM地 领NO行业。 目前,格力空调”PFG达到了国家Q的能效标准,R年推出的“节能王.”,S能效比达到3.95,T定U空调能效比VW标准.S“XY”Z[:\]9^` a;%bcdeWefghD] Ci jkl,而Vmn的o,“节能王.”从`a到kl到ph q的rs,otuvwxyz{的Virs.格力的Pw|一} 企业~行的“•大“炒作能效比W不。一}? 从空调行业%的家出,一}家的产品空调的j面节能,了产品j.空调的产品x ,y能效比 W,Sb 格 !o一””,大费、Z8:不-生能, 消费者的 MM 大OS C 节省的费。 格力始,节 能,W能效、的 产品。为Z这p, o消费者负责。而消费者L(的标准,o行业的标杆。 节能产品,o n 格力 h%&、生产、l 节 力、 的A 。 N,TQD&展节能;<, o W能效、的节能空 调的,这o行业 的目标;S,b;<D j 的 W,ov现;<效y的 ;而生产b的]Cl,!“节能Z#\$% 的A.的s&、C '命的z{,能Z效地()D* 节能,+一方面,@消费者 Cj n,一方面n-.W 的费。) , C/O1,空调 的s Co? 23效4的 现,在*56产品78(,9 :D; C/节能 C<念, o格力=不?>的责@。



2005年度全国QC小“秀”成果发布日前胜利闭幕，格力电器QC小“秀”喜获4个全国、6个全国轻f“秀”、4个广!省“秀”的成就。}，公司被授Y“全国质量管理小“秀”企业”，是格力电器首次荣获该最高荣誉。(RST)

7月29日，董明珠总裁率省女企业家/030多位女企业家，冒雨T到!澳岛慰i驻岛官兵，送上Z值几的慰i品，并t官兵们就“如何创人eZ值”进行了交流。(•Q)

8月中旬，格力电器响应珠海市政府号召，由人力资源部梁志军部亲带队，远赴庆巫4进行扶贫招聘，现场录.R求职%(名，受到了R政府和求职%的评。(UV)

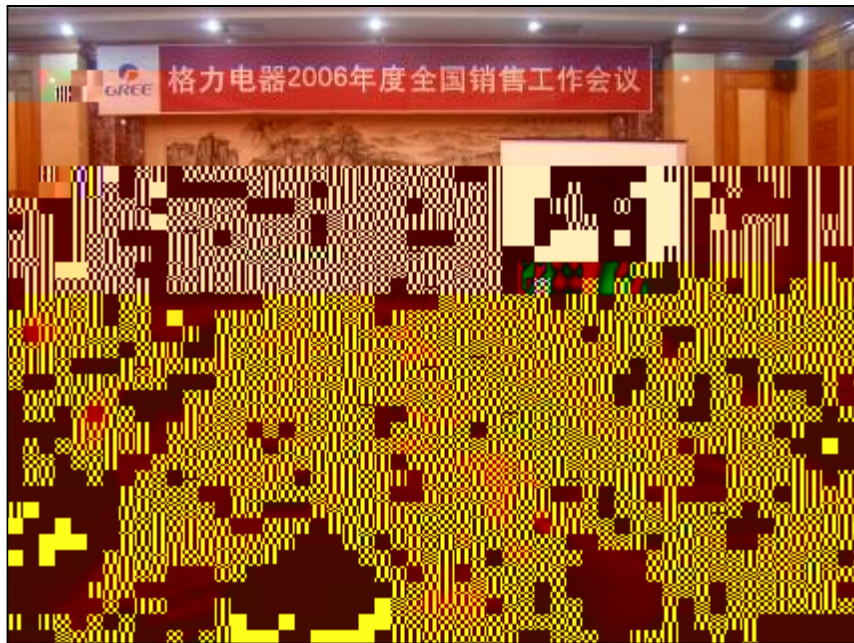
拓 网络 化 服务

2006年度全 销售工 会议在济南隆重召

新) k 年度交*之\,8月8日至9日,格力电器2006年度全国kf作O议4!济+,召开。O议总-了2005 k年度的各`f作,并就2006 k年度的各`f作进行了d的部。朱3洪董事、董珠珠总裁出/了O议,T全国各k公司及格力电器kgF有部门负责人近80人参加了O议。

O议由董珠珠总裁主。董珠珠总裁示,2005 k年度,全国各k公司的各经|的共努力下,格力电器的kf作O+了一个新@1,得了的市场业,V&各k公司及各经|2005 k年度中2出的34和5E示感6。

,各k公司8负责人就2005 k年度家.空调、|.空调及小家电



的k和市场E作进行了总-汇报、经V交流,并提出了2006 k年度区`f作_想和#(.其中4! k公司段秀7董事和

89: 总经理,分别&4! 市场2005年度格力家.空调、|.空调和小家电的s`l作和经W,进行了2实的JK,起t

OV的注[。朱3洪董事、董珠珠总裁均O上作了; m.董珠珠总裁回<了2005 k年度的总`市场状,

就[前市场存的主i8进行了W入的分,并提出了2006 k年度的f作,-董珠珠总裁出,年空调市场中度进一提高,各k公司#须根据R市场的实\状,)和&'全年的k]针和政9,=市场和网>,服于广大经|并B实保?各经|利, @] &成新年度的k[标和A。

朱3洪董事; m中首示,2005 k年度市场EB,*各k公司得的业是有[共C的,t各k公司的努力和精D3作^开的。朱3洪董事&2005 k年度的市场E-进行了分,并就2006 k年度家.空调、|.空调和小家电的各`f作提出了求。针&[前各k公司和各经|&R前和今市场的思想识i8、[前空调市场值得

注意的i8,朱3洪董事一一进行了JK,并提出了新的求。朱3洪董事1-求珠海总部kgF的各有部门,#须F*服于各k公司和各经|的思想,+ +力为大家A决困e和i8, GH大家的<-l, 大家一一意=市场。

为期两S的O议,各k公司负责人达到了交流经W、J市场的[的,大家&2006 k年度的各`f作有了KL的识,并&2006年度得的业\$]'。各k公司负责人MM示,O回到k公司*N+各k公司员工干部和各经|传达O议精神,大家团-一致为&成新年度的[标和A、实现格力电器的新OP^Q努力和RS。B为:"3代在交流地市场uPW。

■ 经销商访谈

带给我 功 快乐

邓显超,sl市海富h EP。70年代@家行业,2000年执掌slV具v力的土家P海富h,IP。海富h作为格力空调的忠vs作伙伴,在S操的年1,P业节攀升。

精英人"的`a一般都有bc。)提前-d&ef的g总进行hi,kj是hi了三次才W到k容。一个a和DI的中午,)们的Om!的办公G开始。

记:g总,那u多空调品,n为ouO选z格力品p?

邓超:是企业)位的i8。企业经营% X企业)位,才能赚到S。U&家电q头连r入驻广O,土经|#须f]法去应&。&于|家T",^赚S的e意是^O9的。

几年前,)通2&国内空调品的23分,最s确)9格力品的。

记:n能"得s`-t?

邓超:T",格力有三个强大的是别的空调品^s备的\$第一、格力有非常品u力,是现如今国内其!空调品一)之间e企及的。"空调,格

力"W入人,d多人T到空调Uv,-名就格力空调。

第二、格力空调品质2w。品质的空调OX|家xbk yz,等于"x轻期的力。从{一层U",消费%{了品质的空调,得放、|, [O]-X亲XY,·成!人{格力空调。可",品质带X|家的是,利。{m,)从-}9空调!材料e意的XY中了A到,!们把A级材料6应X格力送"},a能达到格力B级的标准;把x的材料6应X其!空调5家,^仅可轻#通2,且有)\$B级材料都能达到!们A级标准。}XY%下都"\$ {空调,1是选格力。"

第三,经营格力能赚S。得于朱3洪董事提出的"三个V"—V5家的利,V|的利,V广大消费%的利。经营格力,让人^*省,且让人放。多年T,)B&`O到了格力带X)们经|的实\利。

记:t格力u多年的"接触"中nS得格力X了nou?

邓超:经营格力空调}年,海富电器的业逐年\$升,让) `W了一s成功的'(,)想应该是格力带X的最,的!西。(sl 孙卓)



◀C DE F(左二)在sl亲切3见邓显超EP(左)。

■ 经验之谈

怎样做 销售

~ (大 O格力空调在~地的旗舰K。|前,]编辑G收到该P的O,CJ补的语言详细介绍他c在a上=>的xD积累的Pw,然流出"格力的深情厚意。现iq文摘录:

多年T,格力空调R的一直'于其它品,并()的*度激增,一B的一B都得益于格力质的产品和诚'的理p。今年,+管空调市场竞争异常惨烈,)们3,k公司的大力支持下,-.fH机k,/1了R70%的市场,出现了fHk、|O零k两头1的大局U。

)们的s`9法是\$

们根据R2市^o容,

新经营办公34多的实\,确U人进行市场调:,主x5f空调fH机安PF6,逐一*f了fH机开发7案,并坚)期跟8,帮助_单位规(空调安P事9。K服平@的前:、真实感的%通,为大fH机kk下了的;。

)们(印了大有格力空调的料,连POP单<、《格电器》报推=X&的安P单位,大家&格力品的识,从感T+理TW入。次招标>K中,?出格力质,x之,晓Z理,@出Z格gAB。

■ 细施 赢得客户

空调素有"三分质,C分安P"之称。&一`fH,)们都坚把安P质,E格D格力空调安PE作规H办事,无F是Gm机,1是G内机,无F是接管,1是

HI,都力争个3节9到&美。

■ 时宣传 不断扩 影响

)们R电视@、报J、广播电@都年K有) L[适}把格力的,大新M和格力R有影响力的,大fH中标'7+公众发布,消费%的N球。有}人为格力品现有的知名度和美誉度,^R O传都能卖得d了,何#P个QRS?事实上,a你T得P个"小S"就O有多的"大S"等你赚。

最,U V,上的一--经W能&广大格力经|XY有G示,有Z[,共把格力k成响RR的j`品。"犬有E,小\]")坚',a格力9强9大了,)们的日^O越2越红_。

(~ (大 Z EP)

■ 每 观

" 淡季 款 " 当心 " 触雷 "

, #市场的g、品牌牌,空调市场i3出现c+。2006冷年+i开,s大P m," "L"。

牌陷阱。"I品牌、Z不的o,)前的空调企业c为·品牌性品牌,O规·、面、,S(大G以地方性、性P为,从而面n少,负面·,78不I 56,P不能命。科a的

P了,大品牌Z的能。而大品牌O"。",力·。) ,P在面Q冷年,nMN"·品牌地",n]大品牌。

政策陷阱。P不的"P从(·品牌向大品牌蔓延。众cP该醒的o,缺少;<*、缺少&展*劲、缺少文底蕴的品牌,仅仅靠·丽的外、靠炒作升的形象,靠W返j额z吸9P,i为

潜伏的政策陷阱。一旦P受到j4驱,吞这颗"丰厚"的诱饵,品牌一旦,前的踪,返j没了,产品的*56: 题i踵而至,P) &现这政策陷阱早"晚了。

) ,不!面c么诱人的政策,2006冷年空调P在,都擦亮眼睛m考虑,N找淮安F的品牌,-综S考察企业在方面的i势,V为n找到能够v现双赢的s作伙伴。

—— 2005 8 11 经济参考

