

15 日出版
期
C0007 号
ee.com.cn
力电器股份有限公司
交流)

格力电器

GREEELECTRICNEWSPAPER

本期导读

- 品牌是企业最强竞争力 (2)
- 乡镇市场凸现格力优势 (3)
- 格力——精彩的舞台 (4)

2004 年纳税超过 5.2 亿元 高居家电业首位

格力电器连续五年入选“中国纳税百强”

国家税务总局与中国
评选的 2004 年
行榜 9 月 10 日
布。格力电器以
413 亿元在中国
(总排名)中排名
上市公司纳税百
均是家电行业中
七外,在2004 年
与税 20 强排行
第 1 位,不仅如

此,格力电器
中国所有家电

唯一?

值
纳税百
草、电
业居
业
不

纳税额还在中
居于首位。

选家电企业

在历年的中国
均以石油、烟
行等垄断行业企
竞争激烈的行
企业,今年也
纳税百强排
唯一连续 5

年均进入中国上市公司纳税百强榜
的家电企业,而且连续 5 年在家电
行业和空调行业中保持纳税额第
一,成为家电行业稳健发展、诚信纳
税的企业典范。

倡导诚信纳税

在我国经济市场化程度日益提
高,全社会倡导诚信纳税的今天,纳
税数据已成为衡量企业经济实力、
取信于客户和社会公众的重要指标

之一。作为目前唯一走专业化道路
的大型家电企业,格力电器近年来
在取得良好经济效益的同时,一直
坚持“守法经营、诚信纳税”的经营
理念:从公司高层领导到财务办税
人员,从整体经营理念到具体财务
制度,方方面面都贯穿和体现了良
好的诚信纳税意识和强烈的社会责
任感,每年向国家和地方缴纳了大
量的税收。据统计,自 1995 年以来,
格力电器累计纳税已超过 30 亿元。

相关链接

'()*+,-./0
1234)*,56*789
:;<,>=-./?@A
BCD(E*FGH 2004 I
JKL I M) NO* 500 P
QRS I M) TU* 100
PQORL VW* DXUY
Z[\ AB.!(?@,;:0,1,2



评论员文章

位
生产
生产

电风扇
几各
器
及管
生产
近
厂房
车间
,建
'栋
也正



乡镇市场凸现 格力优势



格力空调在广大乡镇市场的销售已呈现出一片繁荣。

编者按)vwxFy 从 MI 8Yz?4{L|}~· ·,在!l“”·-“O#{ \$了%&不;Lwk。O'() * #n+w9L 1/6, , 这 -“”·-“,|}uW。/()O下?Fy 40%Lw9,1 @A品234j 5、67无 8;9wmL: D和对*+L ;3=也^a<=。

决胜终，但哪里才是终？当空调销售的触角不断向乡镇三、四市场伸的时候；当二、三线品牌在中心城市被击溃出逃，乡镇成了他们苟延残喘的避难所时，乡镇终于成为了空调行业剑拔弩张的第二主战场。商场如战场，谁抢得先机，谁就掌控了市场的主动权。珠海销售公司在2005冷冻年度一开始，就派专人到片区各市县考察市场，研究对

策，制定了符合珠海片区空调市场实际的“天涯海角摸乡镇”、“全面签约覆盖乡镇”、“门头展架点亮乡镇、诚意诚信感召乡镇”、“春季动员启动乡镇”四步走的乡镇推广战略，并严格执行。这样，不但在战略上，而且在行动上把竞争对手远远地抛在了后面。

珠海销售公司市场部负责人告诉记者，在推广战略执行期间，为体现格力的效率和诚信，珠海销售公司要求每位员工每次拜访经销商都必须无条件兑现上次拜访时的承诺，如在签约时，珠海销售公司总经理过年给所有经销商一点年货。当何！总经理带着春节大礼包出现在各点时，很多经销商都被格力的诚信而感动，信心大增。

今年春节刚过完，珠海销售公司就召开了片区经销商动员大会，难言3月份某知名品牌通知召开经销商大会时，广大经销商都说“还开什么开，单都全给格力了”。天道酬勤，*+乡镇在“五一”的优异表现其实也是珠海销售公司意料之中的。

()vwxFy v>)

@AAB >>>

开拓广阔的三、四市场能带来多大的利润呢？能否摆脱目前空调业残酷竞争的局面吗？进入三、四市场又有哪些要注意的问题呢？这些都是在对空调业热进三、四市场的过程中不得不进行的一系列冷静思考。

■冷思考一：

能分得多少羹？

所谓三、四市场就是传统意义上的乡镇市场，我国的地域非常辽阔，各地乡镇市场的居民购买力差异非常大，消费特点、消费心理也表现出十分明显的不同。三、四市场由于其市场特性造成了品牌认知度较低、购买力较弱、信息传播分散、市场分散的特点。因此，很容易就让厂商陷入投入大产出小的困境。而且，由于没有成熟的渠道体系，管理难度也较高，“窜货”现象很难避免。所以空调企业首先要选择合适的三、四市场进入，而不是所有的乡镇市场都适合进入的。

■冷思考二：

渠道对市场的制约？

三、四市场的发展程度还很低，很多家电大卖场出于自身安全的考虑，暂时还没有介入三、四市场。这样一来，空调企业无法依靠家电大卖场来销售。企业自己建立可控的渠道，就显得十分重要。因此开拓三、四市场，首要问题就是选择合适的零售商。

■冷思考三：

能否提供好的售后服务？

乡镇消费者对电器使用常识缺乏，一旦碰到什么使用障碍，又没能得到及时解决，可能就会对品牌产生误解。在乡镇市场关系营销、口碑营销是非常重的，如果一个品牌得不到某一位消费者的认同，那么一传十，十传百，这个品牌在这个区域就很难有生存空间。因此，完善的售后服务点是让广大乡镇消费者买得安心的一种保证。

(J ^ 2005 1 7Y 15日《E电`a》)

每月观察

2006年度空调业趋势分析

厂商合资引发渠道变革

于目前家电连已经完成一市场布局，进一步三四市场必然加，这就直到目前各大品牌的销售网络，因此厂商成立合资公司这一特模式将会引发渠道深度，空调道模式将向家电连、自建络、合资公司三种模式并的格局发展。

空调代理商面临生死抉择

2006年将会有大批小规模代理商面临着生择，要么空调转入其它行业，要么组建联合公司成立实力大的联合公司，要么参

上游制造商组建区域份公司，这是目前空调代理商所面的三条生。

服务大战仍将一片炮火

2005年各大品牌继续提高服务引服务大战，可以测2006年服务大战将继续成为各大品牌作战空调市场的一大手段，并成为大品牌小品牌的手。

空调企业痛苦转型

着道资本的起、原代理商道的没，空调业由式经营向精化经营，必定是各个品牌2006年的营销战略的主要内

容，就是加强市场运作，巩固总部一分公司一办处的市场职能，特别是加强终运作体系建设，提升整体市场运作质量，底从单一格战到综合值战的转型。

国际化形势更加严峻

着我国在世界经济地位的提高，必然来自外界的各种数将得更加不可测，加之WEEE与ROHS两大指以及来自反倾销因，可以测2006年国际化形势将更加峻，这也提多企业不要再指望国营销成为救命稻草。(J ^ 2005 1 9Y 8日《E电u》)

告消费者

专家质疑氧吧空调

近年来，一种“- . 空调”出现在空调市场上，并引了不少人的目光。据介绍，“- . 空调”利用-分O通过1-2的度3其他分O4的特性，把通过1-2的-气5度由21%提高到30%，再运用气泵将6-量30%7的空气导入室内，从而达到保持室内空气8新的目的。

9:专家指出，人体内；每时每刻都在进行气体交<，在此过程中会产生-自由基(活性-)其性质极为活=，对机体具>作用。在正常人的机体内，自由基的形成和8?常处于一种动@平衡中，一旦这种动@平衡被破A，即自由基

在机体内积累过多时，就会重地B；2，器C功能，D发多种EF，如G高压、H心F等。从I:角度来说，健康人是没有必要/-的，空气中的-气足以供应-J人的需要。即使人体在进行重体力K动或者在集中用L时，人的心MN系统也会自动增加对-气的O入。

联P到现在的“- . 空调”，如果正常人长期在这种空调制造的1-中生活，很容易造成身体Q多方面的不适，出现对-气的依R现象，并容易引发一些EF。(J ^ 2005 1 8Y 31日《pT?Z》)

市场动态

总结经验继往开来

——各地销售公司相继召开2006年度销售工作会议

编者按：Z[\ 4Fy 8Y]在^_`_ azL*+ 电器 2006 l = ? (wx He FI 精 b, 近日, cE、DE、d”、LM、) v、e^f = > wxFy Ug azn+9wmFI ,Gj 9验, 展hi C。j K^_` ak l m n, , o·9wm在FRpp表 l 对*+^_在2006 l =Lw x}~JK5心。

湖北:政策聚焦经销商利益

8月31日,S北地区2006冷冻年度经销商会&在TUV行,600W名当地经销商参加。X明珠总裁亲会场并发表重要。会上,Y对众多经销商所关心的政策问题,S北销售公司总经理黄光Z露,2006年度公司将在销售政策上推出的一系列新计划,保经销商利益。

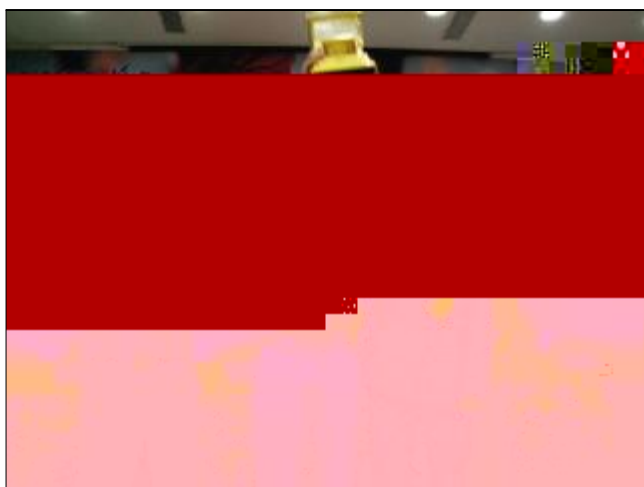
珠海:继续推广乡镇市场战略

8月31日,珠海销售公司2006年度经销商会&在格力电器[重召开。此会&也是珠海销售公司成立5周年\念大会,同时还是开发乡镇市场取得辉]成绩后的首次经销商大会。

珠海销售公司总经理何!在会上表示,今后将继续推广乡镇市场战略的成功模式,进一步开发并完善乡镇市场络建设,加强终零售管理。

江苏:会议形式丰富多彩

在8月30日召开的江^2006年度全省代理商会&上,不仅决策层_总在区域发展的`观方面做了精发言,而且业务人员也就区域的工作做了a的经验介绍。重而热烈的新年度代理区域协&签约b式更是把会&的气c推向了高d。



- ① CoDE wx Fy 2005 l = Gj • FG 2006 l = wx He FI L 9wm对 2006 l Lw x}~JK 5心。
- ② x: LMwx Fy G9^ LN(O)与9wmPqn+代^ QI。
- ③ x:)vwxFy G9^ RS(O)、*+ 电器E用^_9T@@CTU?(O): 2005 l =) v V n优W9wmXY。

■ 格力人

格力——精彩的人生舞台



我w然只是x x人海中的一y z { ,平| 而又} 小,可是平| 的我也有自己的精 和自豪——我是格力人—

• P三年前,一部《棋行天下》让我义无反顾地踏上了珠海这片热土,追寻自己的梦P。机缘巧合,让我成为格力出口部招聘时面试的第一个应聘者,更让我在众多的应聘者中脱颖而出,成为格力这个大家庭中的一员。当时的欢呼雀=至今仍记忆犹新,我 信这是珍贵的缘分,是超命的安排。格力,在我的眼中是一个精 的奇迹。短短十四年的时间,格力从一个年产量不

过两万台空调的小厂, =成为今天国内空调行业名副其实的龙头企业。我为自己是格力人而# 感骄傲。和格力共同走过的三年,是我人生中最有意义的一段时光,我从一个踌躇满志而又懵懂无知的青年 走向成 。在自己成长的同时也见证了格力的成长。

在格力这个精 的大舞台上,每天都有 多多的 正在发生,而我只是舞台上一个小小的角色。下面我所 的四个小 不过是沧海一粟,但是窥斑见豹,从中我们可以看到格力人奋斗的足迹、格力成功的步伐。

故事一：珍贵的荣誉

2004年11月15日是一个我终身难忘的日子,因为正在拉美访问的胡锦涛主席来到了巴+ 圣保罗,并 见了巴+ 的中资企业代表。我和格力巴+ 联合电器岳海平总经理作为格力巴+ 的代表,也受到了主席的 见,并和主席合 留念。这对于我这样一个年轻人来说,是无上的光荣,也是莫大的鼓励。感谢格力,给了我这次难得的机会,这份珍贵的荣誉。

故事二：无私的奉献

古时有大禹三过家门而不入的 ,现在也同样有 多格力人为了一个共同的 业,为了格力这个大家,而 了自己的小家。在巴+ 工作的 多同 都远离自己的父母、妻儿、朋友,长年在异国他乡忍受着对亲人和 乡的思念、(辛)工作。格力巴+ 联合电器岳海平总经理更是以身作则,在他可爱的小女儿刚刚出生仅几天后,就匆匆

• 到巴+,全心投入到工作中。

故事三：有趣的投诉

自从1999年格力进入巴+ 市场,在巴+ 格力人的不懈努力下,格力空调在巴+ 的销量节节攀升,而客户对格力空调的质量投诉也是鲜有听j 。我到巴+ 工作近两年来 到的第一个投诉,也是唯一一个投诉,更是让我忍俊不禁,难以忘怀。2003年,我出差到了巴+ 维多利亚市,入住酒店后,竟惊喜地发现房间安装的是格力空调。可是第二天,当打扫房间的服务生得知我是格力的工作人员之后,竟然向我提出了“投诉”。他告诉我以前他打扫房间之前,都是贴着门听听里面有没有空调声音,如果没有声音就说明客人不在房间,就可以进去打扫了,这一方法屡试不爽。但是自从酒店安装了格力空调之后,他就经常听错,因为格力空调的噪音实在太小了。听到他充满赞扬的投诉,我无3 高兴,这是对格力人

辛) 出最好的• g。

故事四：无奈的抱怨

“好空调,格力造”是百姓耳熟能a 的广告,也是格力对空调品质做出的保证。格力和其他强调“售后服务”的商家不一样,我们注重的是“售前售中服务”,以免去客户的后顾之忧。可是,正所谓“众口难调”,当我们的客户满意而归的时候,格力巴+ 的售后维修点却提出了抱怨,由于格力 空调质量太好,几乎不需要售后服务,以致他们的生意冷8,难以维持。对于这样的抱怨,我们当然是希望多多益善。质量是格力首要的追求目标。我们理念是:不需要售后服务的才是最好的服务。

“海阔凭鱼=,天高任鸟! ”。我坚信,在格力这个精 的大舞台上,只要我们全心全意演好自己的角色,就一定能够演绎最完美的人生、缔造最辉] 的格力神 ~

(v) wx 电器 \$y)

格力电器开通讯员培训讲座

本报讯 9月3日下e, 各单位通f 员共 300 W人在公司多功能g 告厅参加了2005年通f 员培训 h。此次培训由《i 方日g》资深新j 人张k l 主任实地mn。

张k l 主任从 新j 工作已有二十W年,有着丰1 的o 历和工作经验,他为我们p 单介绍了gq 的

发展和其 在的r 力,s 样做新j 工作、如何获取新j 信息、s 样做好企业通f 员、s 样做好格力电器的g 道等问题展开评t 。并以《格力g》作为案例教u, 对如何提取新j 点进行 解。此次的培训 h 使通f 员受益v 浅。

(质t @ uu ()

■ 作品欣赏

红军过草地

—9G抗日• I
胜! 六十周I

Kr 分厂• 3俊峰 / 画



■ 员工生活



▲ 8Y 28日, 由* +电HHF 组织L 2005I * +电H羽毛球团A 赛\ 下帷幕。8: h 伍、52人Co、历x 1 Y。Wdg# 1h 夺# 冠?, 亚? 和季? 分别是设备(+ @和# F 室。

■ 美文欣赏

送一片故乡的月色给你

月亮又挂在深蓝色的苍穹上了, 今天是十五, 月亮很圆, 月色也很明亮。柔和的月光 过5密的梧桐树漏下斑斑点点的碎 , 撒在楼前的空地上。远处的河面上波光粼粼, 像撒上了一层 碎的银片儿。大地与河水在月光的怀抱中睡得是 样香甜。

月辉如水, 轻柔地洒在这寂静的街市、林立的楼 , 还有站在高楼阳台上, 心中盛满思念的我。默默地, 我在这月辉中徘徊, 任 恬淡的感觉流连在心头。P 到你我真挚的友 , 我在思忖: 月明中秋, 我该 一份什么 “物”给你?

摘一片 乡的月色, 给漂泊的你。面对它, 你会P 起 乡的小城, P 起 伴你的友人, 还有些爱着、梦着、追忆, 会让你唤• 人生中曾经的美丽和动人的憧憬, 尔后, 你

将会被一种无形的力量鼓舞着, 迈着坚实的脚步向前而去。

摘一片 乡的月色, 给跋涉人生之旅的你。 感盈怀之 , 你会P 起母亲, P 起家人, P 起初行的 , 于是你沉寂的人生不再涌泻泪雨, 你腾达的岁月不再跌入凄迷, 脊梁背后关注的目光, 会让你多一分8 , 少一分醉意, 冷静地面对世间的灯红酒绿, 豁达地迎 人生的冷暖凉淡, 坦然地走过生命的荣辱浮沉。

摘一片 乡的月色 给你, 我P 对你说: “慧星雨美丽, 可它只能刹那划过苍穹; 月辉无语, 可它永照朗朗乾坤。”在这迎中秋贺国庆的双佳时节, 愿你, 愿我, 愿所有热爱生活的人们, 一步一个脚印, 踏实坚韧如 空中的满月, 沉稳有力地走向生命灿烂的未来。(扬扬)

■ 职场故事

z { | /}

我合作过的韩国客户(三)

7; ~• = ' L6 真是在2002I 7Y, A希h 向y z . r 风扇, PA 刚好赶R 冬季, 便尝试了pyFyL 电暖器。C 回 { 了几- 邮件T, A 提出要几台样dr ~ 好在o 州酒店t `。

j 天FyLL 士头戴载着4 台样d 送y Mo 州。L 士头不q J K ` 内, yh8) 找L 士赶M~ • = ' ~ 好L 酒店。刚好碰RF y Mo 州# s L m f 别克顺r 搭乘, 在R Ry 盘算着, A 既i 要~ 台样d, 下定单LPq 性应该. • , 不K 怎样3 抱着一定下单L 决心吧。y @ ^ 了一下+ 定单L 要<。所要mpL 内容心里已有谱, 又很顺! ; 达了} L >, y 便O 愉快L 心D \ 坐在酒店茶室。轻柔L 8u 声飘散在@ • 厅, 一S 绿茶L 清香顺着柔滑L 杯{ 沁K 心脾。话题直+ J K 了^ 已设定L 要W, r 很快一# ; 了r 认。~• = ' 答应回韩(T 按y Fy 纸箱 ` 5e 菲林。看C 这笔定单蛮有希h L, 人' L 第一笔单3 在眼a 了, 心里渐渐喜滋滋。

+ 着考虑回EL 问题了, 这x 才& 起别克g, 希hq 载Ry 回) v。电话打过M, Az 却告! y, 别克g 刚刚cz 了o 州

城。Az 将y 孤一人撇下了, 一阵\ 寞孤寂感宛O 酒店o L 夜幕笼R 心头, ~• = ' 似乎看出一朵刚刚盛z L 花焉了。关M > 问v: “是不是没有g 回M?” y 慌忙掩饰说: “不是。回) v L g 很m。”

AF 是很歉疚> 说: “下- y z F 是M 你z H Γ p 吧。”一丝安抚拂过心坎, 看C 遇; 了一 慈善L I 人, 这笔单该是+ 定了。很快7; 了~• = ' 寄过C L 纸箱菲林。5 用证也7; 了, 2 40 尺柜L 电暖器。~• = ' 在韩(也# ^ 了KETI 证书。紧+ 着下达' 产通知, Q_ 交货O。

这是y 人' L 第一笔定单, r 且是独^ 一人敲定, G 了y 很• L 5 心。y G j r 悟出, 与I 户opW 关键L 是p 要W, \ U 而简洁。y 非常L 珍惜这- d F。在邮件L 回R * o 卖+。y 没有别L 特C, * 有带G I 户优质服务# y L - V 天^。

10 Y 22 日货柜; 达了韩(。 , yi 7; I 户货物7 妥L 回%。5 用证项下所有7 续` 已# 妥, 款项在一 星OT; 帐了, - M 似乎很顺!。

11 Y 4 日~• = ' L' }

翻译打C 电话, 说货物有@ 分损坏。y 要求~• = ' 提供AB, O 便yz 了psDL 真U。11 Y 6 日7; 了~• = ' L 邮件。天呀, 这是Wn 呀! n 件' n 了好几3 照V, 画` 里纸箱破破烂烂L, y 仔细查看了一下, 两 货柜L 门敞z 着, 柜里装L 是y { 出ML 电暖器, P 纸箱怎n F 破破烂烂呢?) 仔细查看~• = ' L 邮件, 原C 产品在运输途' 出| 了一k 问题。] r ^ 清T, y 将DE 真4 > V 映GFy < 2, 希h G 一妥善L p 决X 案。Fy 将所有L 责6 承担了T C, 答应赔偿I 户76 台电暖器, 在+ 下CL 1 40 尺柜定单' 补GA。

虽i y f 没有寻找; @ A I 户, 对这- s 件L ~ ^, y 认: y F ye 了很• LLK, ! T 对该I 户LUF ~ ^ 应O 谨慎v 心, y 使这样y F 是抱着K 腔L: D 勤勤恳恳写邮件, 说服Az 与yz xe, r OhAz 着跟着* + - N { 展壮•。

而船Fy X ` , Az 提出没有F 正性L 证(, | 索船Fy L 责6 成了泡影。这- G 了y 很深L 教训和OT He L 9 验。

(未完待续)