

格力电器

GREEELECTRICNEWSPAPER

本期导读

- (2版)
- (3版)
- GREE GLEE (4版)

格力空调节能技术再获巴西政府表彰

本报讯 当地时间12月5日晚上,2005年度巴西节能产品颁奖典礼在巴西风景宜人的海滨城市——里约热内卢隆重举行。格力空调因积极参与巴西政府大力推行的“节省电力计划”并表现优异,在此次典礼上再次获得巴西政府颁发的最高节能认证——“A级能源标签证书”和“节能之星”奖杯。这意味着,为中国企业“走出去”的典范,格力电器不仅在巴西成功设厂并实现赢利,而且



▲巴西国家节能委员会负责人向格力电器代表颁发“节能之星”奖杯。

节能技术成功输出到巴西,再一次得到了巴西政府的高度认可。

11款空调获殊荣

此次颁奖典礼由巴西矿产能源部、巴西国家电力总局主办。在参与角逐的全球众多国际品牌中,只有格力、惠而浦等品牌在空调上获得了由巴西国家标准质量监督局检测并颁发的最高节能认证——“A级能源标签证书”以及由巴西节能委员会颁发的“节能之星”奖杯。值得一提的是,格力共有11款窗式和分体式空调获得了该殊荣,而在所有获该殊荣的分体式空调中,格力的型号最多,品种也最齐全。

技术走出国门

格力电器自1998年进入巴西市场以来,不仅在巴西成功投资设厂并实现赢利,向巴西消费者提供了优质的产品,

而且向巴西不断输出节能等技术,并在巴西政府推行的“节省电力计划”中表现突出:2003年11月,巴西国家实验室在对巴西市场所有品牌家电产品的节能检测中,格力空调的测试结果是全巴西最好的;2004年3月,巴西国家标准质量监督局宣布了两项重大决定:一是在2004年的“A级节能标签复测中,格力空调免复测,可直接再授予“节能标签”;二是授予格力巴西实验室为“认可实验室”,今后凡格力巴西试验室的测试结果,巴西国家标准质量监督局直接认可,无需复测。

正是由于格力空调的优良品质和领先技术,巴西政府主管机构在去年和今年的颁奖典礼上,均向格力空调颁发了“A级节能标签”证书和“节能之星”奖杯,以表彰来自中国的格力空调在巴西政府推行“节电计划过程中的卓越表现和贡献。



▲巴西政府颁发给格力电器的最高节能认证——“A级能源标签”证书。

40

格力电器被商务部授予“中国出口名牌”称号

本报讯 12月9日至10日,由商务部主办的“全国自主出口品牌建设工作会议”在人民大会堂隆重召开,由于在自主出口品牌建设方面表现突出,格力电器在会上被商务部授予了“中国出口名牌”称号。

目前,格力电器在美国、意大利、德国等100多个国家和地区建立了300多家专卖店。凭借品种齐全、技术精湛的优

势,格力空调彻底改变了国外消费者对中国产品有偏见的传统观念。如在巴西,“格力牌”空调相继成功进入了巴西第一家家电超市PONTOFRIO和第二大家电超市CASASBAHIA并成为其主推产品,而且圣保罗、里约热内卢等巴西主要城市的高档电器公司和大型超市也设立了格力专卖柜,大大树立了中国家电精品名牌的形象。

格力电器总裁董明珠表示,出口一个很重要的目的是要让中国的品牌走向世界,格力电器长远的目标并不仅仅是追求销量世界冠军,更在于把“格力”这一品牌打造为全球知名的品牌,让世界了解中国人,让他们知道中国人是最优秀的。在不久的将来,格力电器将争取实现国内国外销售平分秋色的目标。

首届“中国全面小康论坛”在京召开

本报讯 在刚刚召开的首届“中国全面小康论坛”上,格力电器的自主创新经验受到中国科协副主席邓楠和与会代表的高度评价。

邓楠在主题报告中指出,中国已经到了必须更多地依靠增强自主创新能力和提高劳动者素质来推动经济发展的历史阶段。“令人欣慰的是,我国已经出现了一批依靠自主创新取

得显著成效的企业”;广东的格力电器公司,每年推出一百多个自主知识产权的产品,先后获得国内外专利六百多项,其国际专利40多项,年产空调一千多万台,成为名副其实的世界空调大王。”格力电器等企业的成功充分表明,“中国企业完全能够依靠自己的技术实力走出国门,在世界市场上开拓出属于自己的一片天空。”

格力荣膺“2005中国十大国民品牌”称号

本报讯 12月9日,由中国世界贸易组织研究会、中国广播电视协会主办的2005中国品牌国际论坛暨2005品牌风云榜颁奖典礼在北京隆重举行。论坛发布了“2005中国十大国民品牌”,格力电器、青岛啤酒等十大品牌入选其中。

据悉,2005中国国民品牌的标准是:品牌和生活息息相关,影响推动大众的生活进步;市场份额在所处行业或领域占优势地位,且市场份额有成长性;品牌竞争力强,持之以恒的创新精神;坚持有价值的低价格,追求阳光下的

利润;倡导健康的品牌理念,蕴涵先进的品牌文化;承担责任,回报社会,致力于大众创造和谐的生活,社会认可度高。论坛组委会认为,“格力”作为中国空调行业的第一品牌,完全符合这些标准。最终,“格力”以高票当选。



邓维龙考察龙山压缩机基地

本报讯 12月6日上午,珠海市委书记邓维龙在斗门镇有关领导的陪同下,来到格力电器龙山压缩机生产基地考察调研。邓维龙指出,龙山基地还有很大的发展空间,要求斗门镇成为格力电器的配套镇,全面支持并解决龙山基地在发展过程中遇到各种问题,依托格力电器发展工业,同时他也希望格力电器把更多的配套企业放在该镇,为当地的发展作出更大的贡献。(凌达公司何晓利)

图为邓维龙书记(右二)在凌达压缩机公司总经理陈述光(左一)的陪同下参观压缩机生产线。

视点

朱江洪驳斥空调市场“三论”

日前,朱江洪董事长就目前空调市场蔓延的产品同质论、市场饱和论和渠道!论“三论”发表# \$ % & '。

() * 前市场 + , - 的产品同质论,朱江洪董事长认为: 同的 / 0 1 2. 同的 3 4, 5 6. 同的 7 8, 9 - . 同的: 理; < 和. 同的标 = > ? , @ A 生产 B 的产品 \$ C D. 会同质. E 5 D F 力 G H I J 的品 K, L 质 M N D 2 0 P 的。

) Q 空调市场 R S T 饱和的 U 观论调,朱江洪董事长认为 V W * X 市场 Y Z [W \] , 空调产品 ^ _ ` 2 达 a 饱和. b 家 c d 空调 e f g

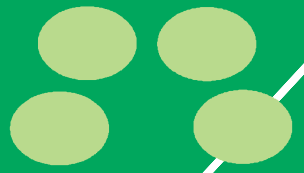
达 a 250 h i S T 饱和, j 目前空调产品 e f g i 2 60 h 的 1 2 k, l m 空调市场前 n o p, q L' , r 级市场 s D t k u v .

) Q \$ w 渠道 x ! 渠道之 y 的 z { , 朱江洪董事长认为 D | l } ~ • 同存在的 z { . 他认为 b 卖店的形式 D 适合我国国情的. 一个品 K 只 > 符合" 个条件——足够的品 K 知名 < , 足够的销 M 和消费者的口碑, 就 2 能力 \$ w 渠道. 经过几年的摸索, 格力电器成功开设 # 2000 多家 b 卖店, 这一 F 践印证 # b 卖店的生存能力, N c 示该形式将 D 未 \ 的发展方向。

12月10日,格力电器正式与重庆顺威万希铝业有限公司签订战略合作协议。顺威万希铝业董事长冯镜铭、李伟彬总经理在仪式上表示将进一步优化加工工艺,为格力电器提供优质的铝箔,支持格力电器做强。据悉,重庆顺威万希铝业是国内亲铝箔的主要供应商之一。(采购部施磊)

() 目前广员工特PD新加入格力电器的应届学生在心态和工作中遇到的困难,12月7日至8日,人力资源部聘请赢丰咨询公司董事总经理兼首席顾问刘子丰教授为家进-#为两天的“成功的职业生涯规划x卓越沟通3巧”培训。培训加深#应届生职业生活的认识,同时N让家掌握#必>的沟通3巧。(人力资源部 陈新名)

“欢迎大家回家看看”



图为河北经销商参观展厅



多美的厂区,拍张照留个纪念

▲ 600 多位河北经销商·享 05 胜利果F,·谋 06 发展p Z。

“面对空调业的目前现状,你w要流着血奔跑,争取所谓的最大、最高冠军,如此模和言语上的N巨人R 利润上的N矮oP。最终你将中途受伤。”

——摘自 2005 年 12 月 12 日 锐管理在线 空调业 2006 年生< 揭秘 一文

评论:

空调 O 在经历 # 2004、2005 年的风雨后, . : 你 D-O 的前” 甲, ^ D 多少名, 这些都` 2 根本+ 的意义, 重> 的 D 你的 / OD. D 在做长寿型的 = 备, D. D 能控; 打好持久战的节奏 x 3 巧. 速<, 除# 速< 本身之外, s 多的 D 力 M、耐力和效 k。空调 O 缺乏的恰恰 D / O 的赢利能力的速< x 效 k, 这 D 我们应该警醒的。

“等死还是找死W”似乎已经是家电巨头在疯狂之后, 无选 O 的选 O。

——摘自 2005 年 12 月 13 日中国时尚品牌网 2005 家电 2 发展“狂潮”背后的 \$ 考 一文

评论:

家电 ! 巨头的发展模式 2 着难 m 挑剔的漂亮外表, 但披着美丽外衣的家电 ! 巨头 D 在钢丝绳 + 继续 \$ % 的表演, L / O 的老总本人 s D 在走一条游离在法律和道义之边缘的狭窄小道, 最后的结果 D 成就一个 f 年的商 O 传奇, ^ D 成为失败案例的又一代表, mL / O 老总 \ 说, 肯定 DI 信 O 前者, 但 L \$ 身 R 经身. 由 % 卷入失重状态……

可以毫不讳言地说, 曾经在国内空调企业群中风靡一时的 模成本全面领先 略目前正在遭受最严峻的挑

本报讯 11 月 29 日, 陕 西、甘肃等西北地区格力 电器经销商莅临珠海格力 电器分公司参观考察。 在格力小家电总经理 刘建涛的陪同下, 地区格力小家电经销商 代表参观了格力小家电有 限公司中山(民众)小 家电制造分公司和格力 电器展示厅, 详细了解 了格力小家电的发展 战略和 06 新

品性能、卖 后, 对格力小家电 坚持走精品 2 线, 严把质量关, 资、人才、技术、管理模式源 于格力电 器而又 备自身 + 色, 实行“精、强、大”的 经营 略 予了充分 定。 2005 年度, 格力小家电凭 借 8 实的产品质量、灵活的市 场 略, 赢得了西北地区消费 者的青睐。西北经销商都表示 十分 o 好格力小家电在 2006 年的销售前景。(亦明锋)

本报讯 “影响中国·& 西 2005 年度传媒大奖——畅 销家电卓越榜”在日前揭晓, 格力空调榜上有名。

从 11 月 9 日开 (, 一大 批在家电界呼风唤雨的品牌 在“畅销家电卓越榜”的擂台 上, 为 争夺最终的十强桂冠而 大 拳), 展开了 60 进 40、40 进 30、30 进 20 的 5: 角逐。

过对这些品牌的行业号召 力、市场占有率、美誉度以及 企业创新能力等方面因素

的综合考量, 并经过 者短信 一个月以来的 筛选, 格力 (空调)等 15 个知名品牌脱颖 而出, 成功坐上“畅销家电卓 越榜”15 强的席位。

又讯 上海家电市场“十 佳品牌”评选活动日前揭晓, 格力空调荣膺空调 “十佳品 牌”称号。在洋品牌林立的大 上海, 格力空调能 够获此殊 荣, 说明格力空调已经得到了 上海消费者的高度认可, 知名 度和美誉度日益 提

携手“金蓝神探”与德仪的
共建和谐社会

生活有格力多姿又多彩



广州销售公司优秀征文作品选登

文 / C 丽 D

第一次听到“GREE (格力)”，我的脑海中就浮现出“GLEE (快d)”快d生活，生活快d，无形中心里就多了一份喜k，因为爱我的人告C我——生活该健康而快d M 女人天生是“淘”专家。当我面对偌大的空调市场正迷茫时，蓦7回首，她轻盈的身姿自7流露出的飘逸、\$静深深地吸引了我，就是她了——格力“天丽”。天丽”机如其名，丽质天成，150mm的超薄机身配上梦幻的按键，雅致的造型刹间让人感：A目一新。三种不同款式的彩面J，无论是浅色的、深色面J，还是多线条的风景面J，都洋溢着清新自7，时尚优雅。很快，“天丽”正式进{我家，每天带我丝丝缕缕的惬意与快d——不管春深春浅，春暖春寒，亦不管秋早秋晚、秋秋萧，我都能以t泊明丽的心听春雨敲窗、秋风i扉。

工作后的我，每天面对着钢筋水泥浇筑的都市森林，呼吸着被现代工业污染的空'，o着人们行色匆匆，在快速H凑的节奏中生活着，任凭多姿

多彩的世界支配灯影朦胧、喧嚣热闹的城市。每天忙忙碌碌，迷在欲望的人流中，o不清方向，y怕闯荡多年后的一事无成，担心哪天一不小心重回就业的大潮。于是，+，期盼在喧嚣繁杂之外拥有一方自己的H土，有一双暖的手，能带着我挣脱心灵的桎梏，哪怕只是一小会。

拥有“天丽”的蜗居让我享受到了心灵停靠在港湾的静谧。在骄阳肆意的夏日，我拖着一身的疲惫，一个人回到身公寓，最喜k的事就是蜷缩在布艺沙发间，开启嫩绿色墙壁上的“天丽”空调，“天丽”体贴地快速制冷，我A来了清风般的冰凉，涤去我一天的疲惫，抚平我躁动的心绪，让\$维在冷静中正定位自己的坐标，让实力与自信在沉淀中蕴藏。

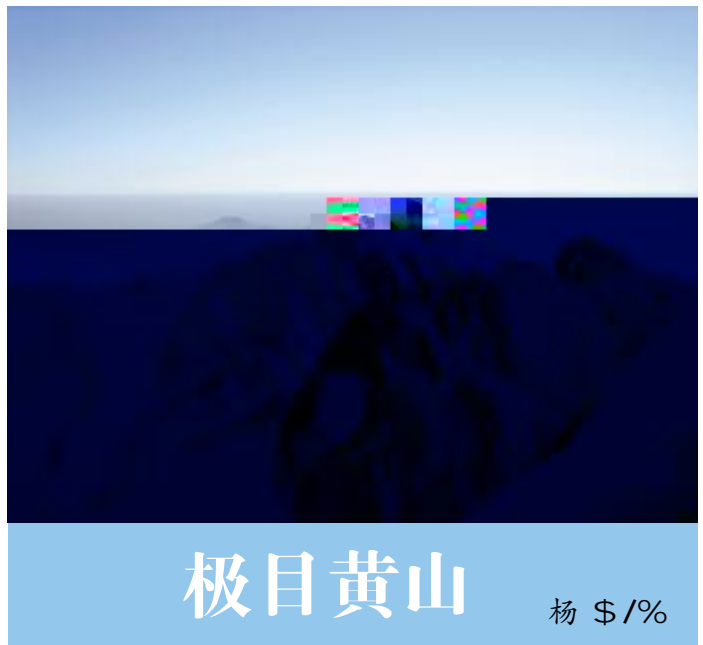
房间里有我最喜k的香水百合，幽幽地绽放她的妩媚，释放她的清香；打开音响，在一曲越彩虹中，闭上X睛，忘记沉重的轻浮，严肃的狂妄，整齐混乱，否定的<在……人生如浮光掠影，飘过了多少开

心快d，Z过了多少伤心烦恼，让美丽在心尖，着风儿飘摇，享受此的静谧与和，找寻古人“采菊东篱下，悠7见#山”的\$静致远，正所谓“上若水，y爱一生”。

/，静谧的/，深邃的苍穹，4天星光是我放梦想。月光透过鹅黄色的纱帘，轻洒在柔软I白的地毯上，使整个卧室变得馨……几经追寻，我慢慢进入了梦的故*。

在拥有“天丽”的Eb里，我渐渐明白：万帆竞渡，阙歌千，风]中的生活之舟只有用勤劳和智慧压舱，才能禁得住狂风骤雨的疯狂；o庭前花开花落，观头上云卷云舒，胜亦r喜，败亦r忧M于是，我动地聆听丽无尘的鸟鸣，铭感风于青萍之末；想象着云雀是为我而高长空，小溪是为我而奔流大海。

有人说，正的快d，不需要太多言语的诠释，她是心儿与心儿之间的一瓣自7飘逸的馨香，舒缓清t而永恒久长。GREE带我的GLEE不也正是这一种感：吗W



极目黄山

杨 \$ / %

也谈“居安思危”

主持人：! " # \$ % !

& & & &然 &可
惧"中国人从来就明白!福兮&祸之伏"道 &更用!生于忧患(死于乐"来训诫后人' 这道拿到现在就是指要机感'了机感才清醒&知道山还山高&才懈怠(妄尊 &才能看到足&才谦虚谨慎&奋起直追'你才能让己道路走得更远&遇事才能泰然处之&从容面对'企业也如此&要发展壮大 &须时刻保持清醒头脑&时刻发现足&断创完善&这样才能延续优势&创造辉煌' #华为冬 %备受企业追捧也正好印了这 道 '

张奕(总&):G() * ,+()形,越D,首巨头,越> - . Q未C。p多[人的心理/OD2#成1就234,成就越56越789步\$封。: . 知J ; <会前进步=一日>?,走@ABCDE,何F在原G观望?在这方面,H?巴巴做#个o好的I J ;前. 久i K并非#LM中国,又@a LM 10 N美O的P资,最DQ风@意的时RS发B进入“T二U高V状态”的号W——XYZ [\ j \$],仅这^冷_就W人^ a 。

陈永新(重庆公司):bcdV, . 仅仅Dedf ,s重>的D- 动,它. 能gh,s. 能原G. 动. 事物的发展`2终O,在工作、学i、生活中我们>学会j k事物发展的特质,. 断l 新并m破它,nj o越\$我,做as好。J C,我) bcd V最好的pq就D,`2最好只2s好;) bcdV最好的- 动就D,r力做a最好。我D负责s传工作的,. 深入现场就@. a最! F的新tu7,工作就>“fv”,l m工作必w@ “x”(yx、口x、zx),“{”B好新t,提升工作O1,. 断化“V”为“c”。

曾文(| 察部):目前2新\的p学生认为:“现在公司p多[中]~部的年•都D在“r !左右, @果`2”#意外的\$,在现2的体;下,这些中}~部都%m一直~a &! ,等a我们2机会S'的时R,年•N和他们O. 多#。”这些最具时代()的年轻人, *心\$%的+, 时y%能会在- 长的等. 中/O. 这一方面1 2B现在的p学生34具2o强的V机意识,同时N向公司的人力资源:理发B#一个V 5信号,6就D公司通过7J的激励机; ,89这些年轻人9持工作:情和; <激情,避免Z为这些年轻人的理=和意志被>?,给/O的人i @备和发展A\BC的打D。

钟继伟(人力资源部):E人说:“c j . FV,存j . F G,Hj . FI”,([历J事FKL告M我们:bcdV N O,[P\$满必Q,一个R族、一个国家的发展@A,一个/O的发展sD这J。格力电器作为空调S国的领头T,在U多的VW和光X下>@a进一步的发展,我们s应该bcdV,力Y[满,&并. 必>的机Z,[\富]人员;节约成本,[^生产,提高工作效k;发_人i ,培`人i ,6好人i ,留k公司! 正需>的人i ;x时at,\$主l 新,只2这J,格力电器i . 仅仅D空调“p/O”,sD空调“好/O”。

(本X主持人:b路)

终极期望

文/印小#

我们了你这个职位，而你欣7接受了，谢谢M

在你任职期间，你会被要求多事：一般性的职责、+，的任务、队和个人项目等等。你会有很多的机会超越他人，显示你的优秀并向我们证明当初聘用你的决定是多么的明智。7而，有一项最重要的事是：你的上司永远对你在任职期间要

因为)不重要了或者我们改变了o|。我们有可能是在处理繁忙的事务，在 对Q有止4的变化，在种种争分夺秒的活动中抽不出身来。我们日复一日的工作实S，或 会让你：得这个^_已不再适用了，但是不要被这个表象所蒙蔽。

只要你是我们的员工，你就拥有我们的 可：为我们的共同利a而积极主动地行动。

在任r时候，如果你感到我们Q有 对事——Q有对我们大家都有a的事——请明白地说出来。你拥`们的 可，有权在必要的气言不讳地陈h己见，提 建议，或是质疑某项行

意味着我们定会认，或是必7改变我。但是，我们将(终在你o来什么将有达成我们追求的成并在此一过程中创J助人的成功经验。你想寻求对现有的工J改变，你必须先了解J工作流程是如r J作的<^因，先努力尝试着在现J的体系下开展工作。但如果你：得这些体系需要改变，就毫不犹豫地告C我们。

你的! ”的经理

编者按

最T，在h湾、新加坡的年轻人中，传着一封取名为“终极X望”的信。它D美国头号员工激励b家鲍勃·尼尔森在《>只做我告诉你的事，请做需>做的事》一书中虚拟的一封信，该书被许多国际公司作为员工培训的核心读本。现将该信全文转载@下,m绘广p读者

亲爱的员工：我们之`为你能4求，如`地4`个字——f