

格力电器

2008 10
\$ % & ' () * + , - . / 0
1 ! 195
2 3 4 5 6 7 C0007 5
(8 9 : ; < = > ?)

http://www.gree.com.cn
2008 10 @ 20 A B C
DE 9 756-8669684/8668027
F G H I : greenews@gree.com.cn

GREE ELECTRIC NEWSPAPER

◆ 2版·综合新闻

格力首创“办公·厅”空调

◆ 2版·综合新闻

董明珠获神秘“大礼”

◆ 3版·市场动态

格力的对手就是自己

◆ 4版·企业文化

篮球联赛开战



■ 要 闻 速 递

2007

500

格力电器纳税八载居家电制造业首位

本报讯 10月11日,国家税务总局公布了“2007年度中国企业纳税500强”排行榜,格力电器连续八年蝉联榜单并居家电制造业首位。

在市场经济条件下,纳税具有多重社会含义,它不仅是纳税人社会价“力价”的# \$ % & , ' 是() 价 ! * + 品格的,中展&。

格力电器蝉联 “最具全球竞争力中国公司”

本报讯 10月8日,由国际管理咨询公司罗兰·贝格和《环球企业家》杂志联合评选的“2008年最具全球MN力中国公司”揭晓,格力电器携手联w、华/等行业巨头3起挺进20强。

据悉,这是格力电器连续第二次获此殊荣。

专家认/,在全球经济衰退、中国企业国际化进展令人担忧之C,格力电器仍能逆势上d,在出口和内销上均保持良好的9:态势,%&了格电器的强

大MN力!生存能力。

“最具全球MN力中国公司”评选今年是第三届,这是国内第3份反映中国公司在全球化C生存和MN能力的榜单,!要考“中国公司的#外业\$%&、国际化持续MN能力和&'化管理能力,()和*+了中国企业I“,-公司”。“&国公司”/O的1234。今年的评567中国美国(会会:89高、: ;中国研发、<董b: c=e、>? @,中国\$A人B南C等。

格力电器是20强中D33家专业化家电制造企业。

2008年是空调行业名EF“的冷年”,作/行业G头企业,格力电器3H面I持技术[新,持续J高自身的KL MN能力•K3H面,面对L生的新M市场,格力电器I持品]N出和技术N出,最大O度PQ“R出S”TU。今年1V6月,格力电器 &营业收入249.52WX,H比9: 24.44%•YZ [10.04WX,H比9: 104.67%。

董明珠三度入选《财富》商界女强人

本报讯 10月7日,美国《财富》公布了2008年全球最具影响力的50位(界女强人排行榜,已连续两年入选的格力电器总裁董q珠今年再度上榜。

《财富》对(界女强人的评价标准是这些女性在Z<行业的影响力、近期成就,以\今后几年内可能对全球各大行业产生影响力的大小进行排名。

R290 制冷工质空调研发项目通过验收

本报讯 9月20日,格力电器承担的《采用自然环保工质R290研发高效节能空调器》通过专家验收,这对中国空调业打破国外技术壁垒,扩大产品出口具有重要意义。

R290是目前国际上认可的环境友好型制冷剂。该项目解决了制冷剂灌注量、产品安全性、节能、专用压缩机、生产工艺等关键问题,样机能效比达到3.36,达到国家2级能效水平,相当于欧盟A级以上水平。

格力加强高效节能中央空调新品推广

本报讯 9月中旬,格力“空气能”家庭中央热水器、家用中央空调的第二阶段推广工作全面开展。此次推广在浙江、安徽、江西、湖南举行,有效地传播了格力的节能新理念,并对各地国庆期间新品热销起到了积极的促进作用。

9 16 ,

“ ”——

2.6 ,

格力的成功 值得所有家电企业思考

(转载家电业资深评论家刘步尘博客,略有删减)

2008年,-./中国空调企业的“O1”。

2是,这3年,格力45”&了676好发展,销89: ;达25%。

3<问题是=/>?当大多@空调企业高A“O1B了”CD,格力境EF!G不H!

J然,这是格力KLMN力O然。

>?是格力的KLMN力!

在PQB,格力是3<!G不H的企业。当大多@H行企业热R于制造S GTUV念CD,格力W企业XY重L调Z到了产品[新\品]新^_的`a上,不bcd,ef务”,于是,格力gh了i j k认H。中国I Bm不nopq的企业,r对nost型企业.pq企业

!st企业的uv在于=前k11w的是xy不-人z{,|}它-人~{了•后k11w的是xy做出好产品,|}ij k记住了它。

作/营销界人士,这些年P3直思考3<问题=/>?新V念层出不穷的中国家电企业,始终难以跻身国际品]行列I/>?自以/pq的做法,往往-国际H行视/幼稚可笑! (下转2版)

“逸轩风”、“竹林风”、“清新风”系列新柜机上市 格力首创“办公·厅”空调

本报讯 对公、等不H场对空调性能的不H要，日前，格力电器首[空调“环境”，推出“公·”列空调，/公、等开性场J专业解决H。

这是格力电器S年推出空调之后，再次/人们的日生J专用空调产品。

首创五种环境模式 打造办公·厅舒适空间

每<人m有过这样的经3——和友在诉R肠，忽觉h丝丝凉意和户在会议相谈正欢，忽觉h闷热烦躁……x y不-忽冷忽热的温度打扰雅M，让这些场始终x 3!这是每3<空调厂家m需面对的&”难题。

随着格力“公·”列

空调的上市，这<难题迎刃解。格力研发人经过入研究，W日生和工作中的环境分/五类，并对不H环境h了三维3%的统@据库，独[了\$、会议、节能、普通等5种不HO用场\$的环境，/i j k [造最的空调%验。

比x在公，启会议/公环境，空调会对会议/公进4，W噪音和温度逐渐调Z控制稳定在3<\$理u域范围内，用户营造3<冷静高效的工作氛围。

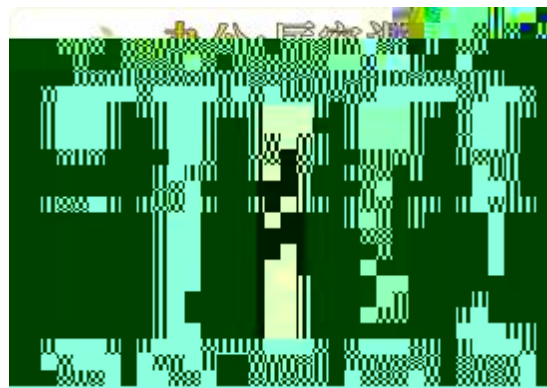
多重空气净化 改善办公·厅空气质量

!不H，、公、属于开性场，由于人聚，难免会有大量灰尘、菌、烟雾产生，:此以往，易

发影响人%健康。

格力“公·”空调对空气Y化具有特v的效}。“竹林T”和“逸轩T”列“空气Y化清新舱”^，采用等离子技术、吸附分解技术、银离子抗菌等多种Y化技术于3%，能对污浊空气进行抗菌防霉、除烟除尘、电离清新等五重空气Y化，营造健康清新的空间。

专家j做过这样3<“验，W“空气Y化清新舱”的格力“公·”列空调!H功;的普通空调柜机，分v安装在两<相H的密闭房间。燃烧七根烟后，两<房间均烟雾缭绕，烟味刺鼻。此C正运行两台空调，1小C后，经检测，普通柜机的房间45烟雾缭绕，烟味刺鼻。K3<房间里，烟尘浓度已经下P了九成，^，感受不到烟味。



此外，在外观^上，“公·”列空调也独具人'T格，“逸轩T”列3n钢化玻璃面板分v搭配盛开的鲜花、灵的仙鹤!灵性的小鹿，/公、等空间9添优雅之气。

业内专家认/，作/空调行业的大，格力电器跳开空调行业各种纷复杂的MN，致力于普通i j k人性化的终极需，空调大的专业神和专家胸襟 h广大中国企业学。

董明珠三献爱心 喜获神秘“大礼”

本报讯 9月16日，董q珠总裁收到了3份B自贵州偏远山u的神秘“大礼”——在3e:达2.6米的画布上，画满了几百颗稚气可爱的五彩L，每颗Lm承载着孩子们的L声。当1气很冷的CD，是你温暖着P的手，“飞到广东S，(到董阿姨问好)……画轴中间写着7<大字——“董阿姨，P们爱您”。

这是贵州黔南州m匀市平浪镇小学的几百名生/董q珠总裁亲手绘制的作品。

b情要!两年前说起。

2006年8月，董q珠总裁偶然在《南H日i》的“*念>军:征胜Z70年——重R:征之”列i{中ha,贵州黔南州m匀市平浪镇是u,由于地山,再上经济后,镇上小学条件,孩子们的学环境分1。/孩子们不1难、学的神感。于是, l自的新《行》稿j中拿出30om平浪镇小学,用于新h学和善学。

b|3年,董q珠并有{记这些孩子们。当听说孩子们已经在新成的学里安L C,感。然, L的意b到,孩子们于偏远后的山u,对于日新月&化+技术a之o,样能让他们多外面的界l很7,在董q珠总裁的安排下,3新的电到了平浪小学。

今年8月,格力电器的工作人6“董阿姨”的第三<爱L——300新的平了浪镇小学的孩子们。9月,在“董阿姨”的@q下,6<孩子和他们的:着全生的O谢意,第3次上飞机B到华m市广州,并这份满载着感的“大礼”了董q珠总裁。

该:%,董q珠总裁的的义举不仅/孩子们营造了良好的学环境,



中孩子们了做人的榜样,让孩子们h感,h回社会。

多年B,格力电器^。社会`性mnm过6700xX,F中董q珠<人mn近400xX。

再捐20万救治白血病患者

本报讯 S年, i j k l 了董q珠m n 10 x p q 安徽r 3 s t u v w x y z 的i { . b | 3年,在经3了和F } ~· 配型失败后,小yz最近终于在四川脐u库找到了\$型的脐u。“必须尽7手术。”可高额的手术j再次让小yz的父母戈中江夫妇焦急o分。

就在戈中江夫妇3筹募展之际,3直默默关注着小yz v 情的董q珠总裁再次拿出20xX稿j交到了戈中江夫妇手中。

经过:期的化疗,小yz的头发已掉光,“2他3直很听话,很o哭。”戈中江夫妻说起这些,眼里满是泪水。“感谢社会的关爱,感谢董q珠女士的善L,希望孩子能够手术成功,:大后有机会回i好L人。”

格力的成功 值得所有家电企业思考

(上接一版)中国家电企业的问题到底出在哪里!

o千思考,答只有3<=中国企业普遍过于急功近Z,n乏:远XY,始终未能h构出KL MN力。

在PQB,格力越B越具备国际企业属性。

相反,3且3<企业W营销置于V高上位置,这<企业必定难成大器。{理再单不过,企业在营销推广上投入的@源!

在PQB,格力越B越具备国际企业属性。相反,3且3<企业W营销置于V高上位置,这<企业必定难成大器。{理再单不过,企业在营销推广上投入的@源! Ls越多,在产品[新上投入的@源! Ls就越o,谓“鱼和熊掌不可兼h”。/ >? 中国产品在国际市场上始终-视/“质次价廉”!平L论,确”是P们的产品和人家有差距。

中国企业似乎并未认b到自的不足。2007年以B,最爱到T头的中国彩电企业们,L情O h 格外糟糕,市场份额不断-外@品]蚕食,城市地盘节节失守,农村市场岌岌可危。情急之下的国产彩电企业们,似乎已经H寸大乱,3会说外@品]“有倾销嫌疑”,3会6说它们“已经丧失KL技术”,2是,哪3条m拿不出有说服力的)据。

Pj经在3<平板电视研讨会上J请国产彩电企业们思考3<问题=/ >? H属于家电产品, i j k 买彩电首选外@品],买空调首选格力! P说=“当你们wq t 这<问题的CD,你们就有希望了。”

在PQB,中国彩电企业, %罹w“营销崇拜症”,相当严重。:期以B,中国企业W营销管理置于产品管理之上,最终导致品质、品]不x人家。可以说,过度倚重营销,已经严重侵蚀了中国企业可持续发展能力。

一此,P极/赏董q珠“管理比营销重要3百倍”的观点,在PQB,这是对中国企业传统营销观念的彻底颠覆,是中国企业管理观念的极大进步。中国有3句话说的很好,“大象,大音希声”,踏雪痕的营销,是真正的营销王{。

格力的远(,在F 2008年空调价策略Y上,%&h很充分。

2008年3开春,某空调品]就忙不迭地出“涨价”的T声。格力>?态度l成/当C行业乃V全社会共H关注的问题。审C h 度势之后,格力宣布“2008年空调不涨价”。在PQB,格力和对手的分野,由此u v 开B。对手们出于自身成,压力考虑做出涨价决定,格力考虑h要:远h多,它宣布不涨价,对于速中国空调行业洗]大有裨”。在观”家QB, MN力企业的退出,并不是3件坏b,可以强势品]腾出多的市场空间。企业的境界,就在这“涨!”“不涨”中%&出B。

以,当大多@家电企业羡慕格力“日子好过”的CD,应该ww格力背后的故b。

同心格力 共创伟业

——格力电器全国各销售公司陆续召开 2009 年度经销商大会

董明珠总裁广州传“棋道” 格力的对手就是我们自己

本报讯 9月16日，广州销8公司2009冷冻年度“凝聚·发展”市场启仪顺Z举行，格力电器总裁董q珠亲临会场并发%重要讲话，在对广州销8公司2008年冷冻年度Th的进步予充分肯定的HC，‘H!会人分享了自多年“行1下”的制胜之{——格力的MN对手就是P们自，3定要I持自! [新的思w。

发言中，董q珠总裁首先在场的经销(%感谢，说，格力电器每年的发展m离不开经销(的支持和努力。

董q珠总裁对广州市场的前景充满了+L。指出，3H面是广州的市场’存在巨大的

潜力，有待进行进3步的开发。K3H面，广州销8力量也在发展进步，比x广州t云u#)电器总经理邓J，在前几年(到他的CD，他是在发愁销8的问题，&在(到他C，多是在思考xyJ高管理。“3定要有+L、续保持共g的理念，J倡‘学、训’，J高管理水平”。

董q珠总裁强调，格力电器D3的MN对手就是自，I持自! [新的思w，就可以不断推翻自，不断跟自MN。真*地希望这可以跟全%格力人共勉，让大家有+L，有目标，有决L地S做好未B的工作。

会上，广州销8公司总经



理王韦c和!会的经销(%也%达了对未B工作的+L，并共H部署了2009冷冻年度的工作重点。

(广州销售公司 傅文平)

安徽 强者更强

本报讯 8月25日，安徽r 2009年度格力电器经销(大会在\$肥隆重召开。B自全r各地的1900多名经销(汇聚3堂，安徽销8公司总经理汪晓兵做了关于2008销8年度的总|i\和2009销8年度的发展规划的重要讲话。

2008年度，在广大经销(的鼎支持\全%工的不懈努力下，格力空调在安徽”&了24W的销8额，市场占有率;达到60%以上。

会上，安徽销8公司总经理汪晓兵认/，“尽管全行业出&萎靡，2作/空调业的领军

企业，格力电器目前3直保持7速发展的态势，前景3片光q,强k强的局面有O化。_此,越在1难的情况下,越J出格力作/中国空调行业D3界名]的”力和能力。”

对下3年的工作，汪晓兵指出，论I品]、产品质量、KLMN力、口碑等各H面，格力m是行业的G头，面对“通胀”的经济势，广大经销(需惧，他勉励广大经销(!销8公司齐L协力，NT在2009年度”&大的突破。

(安徽销售公司 陈婷婷)

江西 从8千万到11个亿

本报讯 9月16日，格力电器江西销8公司2009年度销8会议暨公司成 年庆祝大会隆重举行。

江西销8公司于1999年9月成，x今已经度过了年的s月。年B,格力空调在江西市场!1999年度的8千o做到2008年度的11<W,江

西市场规 不断扩大并始终遥遥领先于MN对手。

会上，江西销8公司总经理赵卿指出，面对2009年度MN激烈的市场，江西销8公司W以强公司内部管理和`训/\^础,进3步完善、规范和管理好市场，度开发,维护好市场和保护经销(Z`·并

9广\投入,以J升品]象和格力经销(的MN力。

会议’颁发了专卖店奖、工4机优胜奖、小家电销8五强、乡镇销8五强、县级强、地u强、中央空调优秀经销(奖等百余<奖项，以此B%彰先进，鼓励经销(再再厉。(江西销售公司 熊水群)

湖南 8天热卖格力空调3万余台

本报讯 经3了8.9月份的市场疲;，国庆假期，空调销8市场再度引爆。19月28日V10月5日，湖南市场81销8格力空调3o余台，比S年H期9:28.3%。

对此，湖南销8公司董b

:姜北认/,3,空调市场需在3定C期内仍W保持相对旺势,市场的波对弱k是灾难,对强k则是机E·2,空调市场进入相对成熟期,产品营销的决胜_素T决于对营销的管理水平。近年B,格力电器要各

销8公司不断[新,强管理,J倡耕作,各销8公司的管理水平大eJ高,市场控制力和抗TU、抗波的能力大大9强。可以说,格力的胜Z,是营销不断[新的胜Z。(湖南销售公司 郭佩平)

东北政府采购展览会 格力空调成焦点



本报讯 3C三1的第三届中国东北(B阳)政府采购展览会于2008年8月21日在辽宁工业展览馆盛大开幕。

开幕式上，东北销8公司总经理孟奇作/特邀嘉宾做了彩发言。展会期间，格力展位前人头攒，各采购单位%纷纷驻足并J出选购意。

作/东北地u规最大的政府采购展览会，辽宁r和r内14<市的政府部门,b业单位和学的采购人以\吉林、黑G江、内蒙等r(u)政府相关人，企业和军队相关采购部门到会参观、洽谈、采购。

(吉林销售公司 赵为)

寓教于“赛”

——江苏、安徽销售人员知识竞赛如火如荼

本报讯 随着市场MN的日激烈，终端h早已成/销8环节中不可忽视的3环节。强化终端h，J高导购人的职业技能，3B也是销8公司的重点工作之3。日前，安徽和江苏销8公司举行的导购abm赛就是很好的3例。

两地的M赛m根据地u]赛层层比拼,最后进入决赛的。题型也呈&多样化,67<人必答题、<人抢答题、<队必答

题、<队抢答题、TU题和&场拟等。既有产品ab题,也有考验临场发挥的论述、%演题,分具有挑X性,能够展&出选手的”水平和多H面的素养。每<环节的MNm紧c激烈,扣人L弦。各位选手的彩%&gh场下观G的阵阵喝彩。/了缓和参赛队的紧c情绪,跃比赛&场气氛,中间穿插了对&场观G的有奖J间。

3亩稻田，只有每粒稻子的质量J高了，亩产量能h以J升。这种对终端导购人的abm赛，不2激发了大家的工作热情，J高了学M趣，对导购能力的J升，销8<队X斗力的强，m起到了积极作用。今后，江苏和安徽W不断完善这H面的`训工作，用优胜劣汰制，力NW终端导购队伍h好。

(通讯员 陈婷婷 吕萍)

/GH

IJK

有广西
在这次比赛中
就是“格力”这
“格力！”

！
最大收获的
的 / % 67 . 845

8 9 . : ; , <

, ? @ ABCD — EF
>

21 的军训, P们每3 < 人

m晒 > 了脸晒脱了皮 然 P