

2010 1  
210  
C 00039  
( )

# 格力电器

http://www.gree.com.cn  
2010 2 28  
:0756-8668079/8668027  
:gree@gree.com.cn  
2010 1 2

GREE ELECTRIC NEWSPAPER

◆2版·综合新闻

2010年  
力争突破500亿元

◆3版·市场动态

巴西举行  
迎新联欢活动

◆3版·市场动态

北京全面  
推行专卖会员制

◆4版·副刊

甘家大院：  
闹市中的大隐者



## 要 闻 速 递

### 格力成为家电业低碳发展标杆

**本报讯** 近日，人民网主办的以“低碳经济与产业升级”为主题的“2009 家电创新高峰论坛”在京召开，会议揭晓了中国家电产业 2009 年度十大创新人物、十大创新产品、绿色标杆企业等大奖榜单。

其中，格力电器凭借自主创新以及长期以来在绿色、节能和环保方面的突出贡献，揽获 2009 年度“绿色标杆企业”大奖，同时，格力 G-Matrik 全直流变频空调荣获“十大创新产品”称号，格力电器总裁董明珠获得“十大创新人物”称号。

人民网“2009 年家电创新论坛”旨在让更多家电企业关注低碳经济，以技术创新和产品创新推动行业的发展，作为低碳发展的先行者。

### 2010 年“家电下乡”招标公示 格力空调 50 款型号全部中标

**本报讯** 日前，广受关注的 2010 年家电下乡空调项目招标结果公示，20 家空调企业榜上有名，其中空调大佬格力电器 50 个型号全部中标，成为此轮家电下乡空调项目的最大赢家之一。

2009 年，“家电下乡”成为金融危机下各家企业业绩突破口之一，数据显示，2009 年 1—12 月，“家电下乡”销量突破 3767.98 万台，销售额 692.57 多亿元。而作为空调下乡的先锋，格力空调更是取得了优异的成绩，在官方公布的家电下乡销售统计数据中，格力以超过 132 万台的销量，35.9 亿的销售额，以绝对优势稳坐 2009 年空调下乡“一哥”地位。

### “节能惠民”空调型号首超四千 格力高居榜首

**本报讯** 近日，第三批“节能产品惠民工程”高效节能空调推广名单公布，共 25 家空调企业 1655 款型号中标。加上第一、二批的中标数量，目前“节能惠民”补贴空调累计达到 4290 个。其中，格力空调以总计 779 个中标型号独占鳌头，成为“节能惠民”政策启动以来中标空调数量最多的企业。

政策规定，“节能惠民”补贴对象为 1.2 级能效产品，对能效等级 2 级的空调给予 300-650 元/台(套)的补贴，对能效等级 1 级的空调给予 500-850 元/台(套)的补贴，于 2009 年 6 月 1 日正式实施。

## 格力电器牵手成龙 助推“中国创

**本报讯** 2010 年，格力电器重磅出击，聘请国际巨星成龙作为格力品牌形象代言人，这也是格力电器近年来首次启用明星代言。目前系列广告片已在中央电视台等全国主流电视媒体播出。

此次与成龙合作，旨在通过成龙的国际影响力，搭建起格力品牌和消费者之间更通畅的沟通桥梁，让消费者更深入地了解格力的品牌价值和创新能力。

不难发现，格力电器与成龙具有极

其相似的内涵。随着今年《大兵小将》的放映，成龙刚好演了整整 100 部电影，从籍籍无名的配角到如今的国际巨星，成龙已经成为中国人走向国际的典型代表，更是中国人的骄傲。而格力电器从当年不到 2 万台生产量的小厂，到如今全球最大的空调制造商，坚持自主创新，以精品品质代表“中国创造”走向国际。两者拼搏向前的精神和务实可信的形象浑然一体。

成龙在拍摄广告片的时候，也赞誉格力空调的好品质，还积极和工作人员建言有吸引力的广告词，号召“中国人，就要用好的国货。”

业内人士表示，多年来，格力电器立足技术实力和优良品质，引领中国企业走中国创造之路，此次牵手成龙，对进一步提升格力品牌的知名度和美誉度、提升“中国创造”的国际影响力必将产生巨大的推动作用。



## 国家质检总局：不会取消 格力空调“世界名牌”称号

**本报讯** 近期，质量监督检验检疫总局总工程师张纲表示：“质检总局不会取消格力空调‘世界名牌’的称号。”

张纲表示，根据质检总局《关于开展中国世界名牌产品评价工作的通知》(国质检质[2005]195 号)，格力空调获得了“世界名牌”荣誉称号。2009 年，质检总局废止了上述规范性文件，决定暂停中国世界名牌评价活动，但该决定并不

影响已经获得“世界名牌”荣誉称号的格力空调。

另外，张纲还介绍道，今年国家质检总局将按照全国质检工作会议提出的“突出品牌、标准、服务、效益”四个重点的要求，认真总结各地的做法，进一步加大推进实施名牌发展战略的力度。“我们将积极会同有关部门，促进企业培育拥有核心技术和自主知识产权、具有较

强竞争力的名牌产品。进一步创新实施名牌发展战略的思路，从市场占有率、消费者满意度、质量水平、企业诚信度和各项基础工作入手，加快建立以消费者认可和市场评价为基础的名牌产生机制。进一步做好名牌产品的宣传和保护工作，引导和鼓励企业增强品牌意识，提高自主品牌的市场竞争能力。”

(摘自中国经济网)

# 格力电器举行盛大迎新年团拜会

**本报讯** 1月25日晚,“激流高歌立潮头”——格力电器迎新年团拜会在珠海德翰酒店金色年华大厅隆重举行。会上,珠海市委副书记钱芳莉代表市委市政府向全球4万名格力员工送上了诚挚的节日祝福,并勉励格力电器再创佳绩。

珠海市委副书记、市长钟世坚,市委副书记钱芳莉,市委常委、政法委书记杨金华,市委常委、宣传部长黄晓东,市委常委、市委秘书长、组织部长刘振新,市委常委、常务副市长刘小龙,市人大常委会常务副主任洗文,市人大常委会副主任李建平,副市长陈洪辉等领导出席团拜会,与格力电器1400多名员工共贺新春,欣赏格力艺术团团的精彩演出。

格力电器董事长朱江洪在

团拜会上表示,2009年,格力电器战胜了金融危机,销售收入和净利润双双增长。2010年,格力电器制定了销售收入突破500亿元的目标,公司将坚持“自我创业、自主创新、自有品牌”的发展道路,增强自主创新能力,当好从“中国制造”向“中国创造”转变的排头兵。

钱芳莉代表市委、市政府对格力电器过去一年取得的成绩表示祝贺。她说,格力电器是珠海的龙头企业,已连续5年成为全球



## 巴西

## 举行迎新联欢活动

## 全国会

**本报讯** 中国新春佳节来临之际,远在大洋彼岸的巴西格力员工也一起沉浸在来自这个遥远国度的节日喜庆之中。

阳光、草地、啤酒、烤肉、音乐、舞蹈、游泳、足球,巴西化的庆祝方式将白、黄、黑、棕四种不同肤色的格力员工聚集在一起,大家载歌载舞,欢声笑语洒落在活动场地的每一个角落。足球场上,中方员工和巴方员工组成各自的队伍尽情挥洒着汗水,女员工们围坐在烧烤旁津津有味地咨询着自己的生肖属相,家属及孩子们在泳池里欢快的戏水,桌式足球、台球、鱼塘旁边也人头攒动,每个人都在找着自己感兴趣的项目捉对厮杀,到处都洋溢着欢乐祥和的气氛。比赛结束时,踢球落败的中方员工被一个个扔下游泳池,巴方员工则和着音乐在岸上忘情的跳起了极富异域风情的桑巴舞,在这一刻,没有了芳方和资方、没有了领导和下属、没有了种族和肤色,有的只是格力一家人的温馨与和谐、信任与快乐。最后,巴方员工领



到他们的新年红包后,惊喜连连、拍手称快,用他们对中方员工的拥抱表达了对这个中国祝福的感谢。

作为一个进入巴西11年的中国企业,巴西销售公司每年都会举行很多中国文化普及活动,以增进中巴员工的了解,促进相互融合。每逢节日,巴西员工都可以收到关于节日传说和习俗的邮件,他们对于这些

陌生的东方习俗表现出了浓厚的兴趣,尤其对七夕节的爱情故事和端午节的龙舟比赛最为关注,以至于每当这些节日快到时,就有巴方员工主动询问具体公历日期。这些活动有效拉近了中巴员工的距离,使巴西员工感受着中国公司的温暖和亲切,也深化着格力品牌国际化战略的效果和影响。

(巴西 Eric)

**本报讯** 近日,为期三天的第三届全国销售公司导购培训主管年度培训会议在珠海落幕,来自全国的近百名培训主管参加了本次培训。

本次培训以提高各销售公司培训负责人的业务水平、增加总部与销售公司间的沟通联系、增强格力培训队伍的凝聚力为目标,旨在指导终端更好

地开展培训工作。

本次培训除公司讲师外,还特邀飞跃巅峰心智拓展老师和格力凌达公司李鹏飞部长对相关内容做了详细讲解。培训内容涉及面广,从团队建设到培训工作的具体开展实施,从空调产品到零部件压缩机知识,都有详尽讲解。

( 部 )

## 格力电 : 不



**本报讯** 12月7日，家住云岗的王女士接到了一个让她惊喜的电话。格力空调云岗专卖店工作人员通知，格力正在举行“格力专卖，感恩回馈”活动，因为三年前在云岗专卖店买了一台格力空调，现在凭当时的购机发票，可免费办一张“格力专卖会员卡”，成为格力专卖店会员，享受积分、免费清洗、再次购机享优惠等服务。同时，还可以免费填写一张“格力专卖感恩回馈”抽奖券，有机会中空调游珠海。这意外

惊喜一时让王女士不敢相信，直到她看到格力登在媒体上的“会员招募”广告后才相信这一切都是真的，并很快到格力云岗专卖店办了张会员卡。

12月3日，王女士这跟因为之前购买了格力空调而成为格力专卖店会员的老用户不在少数。这得益于格力正在积极推广的“格力专卖感恩回馈”活动。作为2010年元月促销活动之一，“感恩回馈”活动意在打造各专卖店与老用户

之间沟通平台，通过会员卡作为纽带，促使老用户消费、再次消费。同时，免费的抽奖活动实现了“格力空调消费绝不一次性买卖”的承诺，让老用户感受到购买格力空调有着更多的实惠。

为了展示专卖店在服务等方面的独特优势，格力公司策划了首场全市范围内大型感恩回馈活动，回馈老用户，推广会员制，建立门店与消费者间的互动平台，23家门店定消费5元。目前各门店积极行动，用会

员制推广期免费办卡机会，联系老用户，发展新用户，为此后的销售奠定客户基础。

**讯** 2010年的第一天，格力销售公司5家新开业的专卖店，举行开业典礼。

根据格力销售公司新年度渠道战略规划，2010年度（京地）的专卖店以超过竞争对手1.8倍以上的数量领跑（京家电市场。此外，在专卖店质量和区域布局上也让竞争对手望尘莫及。早在前年（京销售公司就开e布局（京最重要的家电

商=三环>?，目前已形成以格力中

## 格力经

## 格力国家

## 空调发



**本报讯** 11月23日，60余名印尼格力经销商抵达珠海总部访问。

印度尼西亚处于热带赤道地区，是东南亚最大的空调市场，每年销售量在100万套左右。近年来印尼经济的快速增长，拉动了空调市场的可观增长。

印尼作为格力较早开拓的海外市场，近年来，凭着格力一

贯的产品品质，随着海外自主品牌推广力度的加大及当地代理 PT.GREE ADHI KARTIKA 成熟的市场运作，格力在印尼的销量逐年递增。

印尼的经销商们纷纷表示，此次来访不仅见证了格力的飞跃发展，整洁有序的工业园和一流的实验也给他们留下了深刻印象。

( 部 )

**本报讯** 2009年11月初，格力商用空调：斩获柬埔寨金边钻石岛城项目。

此次中标标志着中国商用空调第一次晋身柬埔寨国家级重点开发工程。

该项目全部采用格力GMV系列产品，目前，部分大厅已经完工并使用。客户对工程相当满意，并表示以后的工程都将采用格力的产品。

柬埔寨金边钻石岛城项目是柬埔寨政府目前最大的在建工程，将成为金边最高档的富人区，此区域内标价一百万美元的在建别墅已经销售一空。柬埔寨华商银行方乔生先生投资的钻石岛会议中心工程，位于此项目的中心，以后将成为柬埔寨政府活动、国际会议以及大型国家级宴会庆典的首选场。

此外，格力空调还进驻了柬埔寨金边最大的书局——和平



图为柬埔寨国家级重点开发工程——钻石岛城项目

书局，目前有5家分店，均采用格力的吊扇机、风幕机和电风扇。客户已接受了格力的产品，并表示以后的工程都会选用格力的产品。

( 部 )



图为柬埔寨和平书局门店

# 年

## 深圳格力销售公司成立十周年纪念

**本报讯** 1月18日，深圳格力销售公司为庆祝区域销售公司成立十周年举办主题为“感恩十年，再铸辉煌”的大型庆典活动。

下午四时整，应邀的经销商齐聚会议厅开了一个难忘的会议。会议在热烈的掌声中拉开帷幕。



统，经销商踊跃发言，气氛活跃。与会经销商对2010年市场发展态势、市场运作规范、经营心得等议题展开热烈讨论。

晚上七时，一场声势浩大的中华广场舞在击鼓声中为庆典晚会拉开序幕。

会上，公司负责人向每一位格力人，也为晚会节目正式拉开了序幕。来自专业演员的《激光舞》、《变脸》、《杂技》、《魔术》等表演震撼全场。来自公司员工自编、自导、自演的节目更是让观众惊喜万

分：一部模仿春晚节目《小崔说事》的衍生小品《格力人有话说》更是凸显员工的创作和表演才能。台上的精彩演出、台下的热情欢呼，把晚会推向了一个个高潮。

晚上十点二十分，随着音乐《明天会更好》激昂旋律的响起，演员、员工登台，共同祝福格力的明天会更好，歌声响彻会场，划破夜空。

十周年庆典是十年来经销商与员工的重大聚会，也是对深圳格力过去十年的总结，在未来，深圳销售公司将凭借



着强大的企业文化和集体的拼搏精神，在激烈的市场竞争中独

下，在激烈的市场竞争中独占鳌头。( )

喜欢J K的东西，LM一件N器，一款O式，一座老P，一方N习，只要是包涵了地域文化，-者O远历J的东西，对我而言，都有着厚重的RS。对T家大U的向7，大Ve于此W。

如果说“城市是X记Y而Z在的”，[ \，这座南]斤十^号，\_名的“^十^间`”，清代中国最大的平民住P——T家大U，在人们心目中凝聚成的a高地位就不难解b了。这座距今已有二百多年历J的Tc P第，(南京政府将其定名为“T家大U”)，是清道光初年江d的T福e