



F G H I J K L M N

http://www.gree.com.cn

BCDE :greenews@gree.com.cn

2012 10 10
\$ % & ' () * + , - . / 0
2012 11 1 5 2 3 4
5! 242 "
6 7 8 9 C! 00039 :
(7 ; < = > ? @ A)

GREE ELECTRIC NEWSPAPER

◆2版·综合新闻
董明珠:做实业就不要想着挣快钱

◆2版·综合新闻
格力全能王空调奠定 2013 空调“双核双级”“全能”双主题

◆3版·市场动态
格力占有率超 50% 变频空调市场进入“寡头”时代

◆4版·副刊
刘步尘:格力持续增长的空间在哪里?

要 闻 速 递

格力电器董事长董明珠南昌谈创新

本报讯 10月28日，格力电器董事长董明珠在南昌接受采访时表示，格力电器在技术创新、管理创新、营销创新等方面取得了一系列成果，为公司的持续发展奠定了坚实基础。

董明珠表示，格力电器始终坚持以技术创新为核心，不断加大研发投入，推动产品升级换代。同时，公司还注重管理创新和营销创新，不断提升运营效率和品牌影响力。

在谈到未来发展方向时，董明珠表示，格力电器将继续秉承“专业、专注、专心”的经营理念，不断提升产品质量和服务水平，为全球客户提供更加优质的产品和服务。

格力荣膺“2012 中国家电经销商信赖品牌”

本报讯 近日，在顺德隆重举行的“2012中国家电经销商信赖品牌”颁奖典礼上，格力电器凭借其卓越的品质、完善的售后服务和强大的品牌影响力，荣获“2012中国家电经销商信赖品牌”称号。

格力电器表示，此次获奖是对公司多年来坚持品质第一、服务至上理念的肯定。未来，格力将继续秉承“专业、专注、专心”的经营理念，不断提升产品质量和服务水平，为全球客户提供更加优质的产品和服务。

格力海外杰出经销商评选揭晓

本报讯 近日，格力电器海外杰出经销商评选活动圆满落幕。经过严格的评选程序，共有来自23个国家和地区的经销商脱颖而出，荣获“格力海外杰出经销商”称号。

格力电器表示，海外杰出经销商的评选旨在表彰在海外市场做出卓越贡献的经销商。未来，格力将继续加强与全球经销商的合作，共同推动格力品牌在国际市场的持续发展。

格力空调广交会备受全球客商青睐

本报讯 10月15日，第112届中国进出口商品交易会（简称“广交会”）在广州举行。本届广交会吸引了全球100多个国家和地区的客商，共达2.48万人。格力空调作为参展企业之一，备受全球客商青睐。

近年来，随着中国经济的快速发展，格力空调在国际市场上的影响力不断提升。本届广交会上，格力空调展示了其在变频空调、商用空调、中央空调等领域的最新产品和技术，吸引了众多客商的关注。

尽管海外债务危机此起彼伏，全球经济形势仍然严峻，但2012年上半年，格力空调实现了外销92.91亿元，保持了稳健的国际化态势。据悉，本届广交会参展产品涵盖家用空调、商用空调、空气源热泵等领域，全方位诠释了格力“节能、环保、高效”的SWX趋势。



格力中央空调系统解决方案倍受各国客商青睐

格力前三季度营收 771.64 亿元,同比增长 20.43%

本报讯 10月30日晚，格力电器发布第三季度报告。报告显示，2012年前三季度，格力电器实现营业收入288.61亿元，同比增长21.09%；净利润24.61亿元，同比增长57.25%。均延续上半年良好增长势头。

在报告期内，格力变频空调销售势头强劲，市场占有率突破50%，达到52.31%。第二（S）近三倍“继续绝对优势占据变频空调半壁江山”对此，刘步尘表示，格力变频空调市场占有率提升，主要得益于产品结构的调整、产品销售的力度加大。

4期以来，格力加大研发投入，自主创新能力不断增强。在消费者口碑方面，格力“专业、专注、专心”的品牌形象深入人心。此外，格力还通过优化生产布局、规模化优势，不断降低生产成本，提升自主品牌产品出口/度，进一步提升公司整体盈利水平。

董明珠：做实业就不要想着挣快钱



本报讯 金融危机 > 来" I 国 x y A 一直饱受需 t 下降、T 本上升 S 困扰" 经营困难_ 在外部环境 i 振 S 情况下" @A 尤其 c x y A @A 该如何实现自身 WX?

外部影响是压力,更是动力

记者:今年外需严重 i 足" 好像欧洲 S 形势还 c i 好?
256:我觉}好与 i 好 i 要局限在一个时间段去看" 要用 WXS 眼光去看_ I 国 @ Az 出去要靠自己_ ~· 疲软每个时段都会存在" 对一些技术含 n 低 S @A 压/ 会更 Z_ 欧洲 ~· 形势严峻 i 可否

" 消费欲望降低_ 对 @A 来讲" 这时 s t S c 品质上 S 改观_ p 要在这个 E A 里把产品做到最好" 就算出现疲软" 我 S 份额也 i 会 W 生变化_ 因 M 这时候消费者 S 选择更加理性_ 今年. / 依然保 r 20% S 增 4 速度" 营收 P 千亿# 该没 q 问 N_ 任何情况下 i 要检讨外部 S 东%" 外部影响 c 压/" 更 c f /" 迫使我们进一步思考" 超 7 M 消费者设想" 这 u c 真 B# 对危机 S v / _

产品创新 应给消费者想不到的感受

记者:您在产品技术研发方面强调"极致""怎么理 Q?"
256:我讲 P 一句话" 我在这个 E A 里 d 远 c 领导者" 可 > 被别人学习" 但 c i 可 > 被超越_ q 人` M 我这话太霸 C" 其实这 c 对信念 S s t _ p q m 定这样 S 信念 u v 努/ 工作" 努/ a b " u 可 v 实现自己对这句话 S 承诺_ 其实这并 i c 很绝对 S 话" 更多 S c 一个奋斗目标_ P 去我们提出 6 年免费售后服务" 现在我们要 t 产品 8

年 i 需要售后服务_ 这意味着产品使用 8 年 i 会坏" i 用维护_ 这个目标很高" 我们 q 很多工作需要完善" 特别 c 品质控 x " w 设计到生产" 这些在 x y 环节上必须做到 8 年没 q 任何问 N_

打好百年企业的基础 不能局限于短期的快钱盈利

记者:. / 这 20 多年来一直 m 守实 A" i 因 M 现金流充裕炒快钱" 主要原因 c 什么?
256:作 M 一个国) " 没 q 实 A WX 就谈 i 上经济 WX " 实 A c 非常重要 S_ 我想做 S c 百年 @A" 打好百年 @A S 基础" i v 局限 h 短期 S 快钱盈利_ 今天赚快钱公司盈利 V" 5 天快钱没 q V 公司 A 绩就下滑 V" 这对股东 c i 负责任" 甚至对社会 S 稳定也 c i 负责任 S_ 做实 A 更稳健一些" 承担 S 社会责任也很 Z_ 我们要给消费者 a y 更节 v、舒适 S 产品" 还 q 很多 S 研究要做_ 我希望. / v 设计出这样 S 空调 D D i 用 O" i 会 q 空调病" i 用风等等_ 消费者 S 需 t 就

c 我们要设计 S 东%" 我们要 a y 一个 ~· _ 每一个 E A 都 c 因 M a y ~· u q ~· _

企业不能靠一个点来实现成功

记者:下一个 5 年". / 计划 c 营收达到 2000 亿] ~· 容 n q 那么 Z 吗?
256:可 v i 可 v 取决 h 决 J 和战 K" 战 K 定位好就一定 v 够实现_ 2000 亿] c 最终结果" 关键 c 整个 P 程_ . / S T 功" q 人` M c 技术好" q 人` M c 营销好" 我` M 都 i 完整" 一个 @A i v 靠一个点来实现 T 功" 而 c 一个面" 每一个环节都# 该高度重视_ 比如说技术研 W 出来 V" 可员工在生产 P 程 I i` 真" 品质把控 i 严" 这会 c 一个好产品吗? 销售服务 i 好" 产品 v 卖出去吗? 一个优秀 S @A 绝对 i c 在一个点上 W/" 而在一个面上 W/_ 记者:) 用空调. / S ~· 份额已经占到 40% > 上" 提升 S 潜/ 可 v i c 很 Z V_ 256:优秀 @A S 竞争对手 c 自己 i c 别人" 做到百分, Y 五十 S 份额 i c 靠竞争

} 到 S" 而 c 靠消费者投票_ M 什么选你" c 因 M 你给别人带来 V 改变" 给别人生活带来 V 提升" i c 靠广告" 也 i c 靠诋毁竞争对手" 而 c 自己脚踏实 k 做出来 S_

国企要勇于承担社会责任

记者:) O E A 属 h 充分竞争 S 领域". / 作 M 国 q @A v 做到龙头位置上" 您` M c 哪些因 ^ 促 T S?
256:回顾. / O 1 S W X" 我们没 q 背上国 q @A、民 营 @A S 思想包袱" 我们 p 想着 @A 要 M 国) 和社会做贡献" 要打 y 国际化 S 品牌" 做好产品" 对 ~· 负责任" 对消费者负责任_ 这 c 我们 S s t " 其他 S 东 % 可 > 一概 i 问" 就专 \ 致志 k 做一件 3 情_ 无* c 什么样 S @A 背景" 作 M 经营者一定要 q T 本控 x S v / " 一定要 M @A i g 良好 S 监督机 x " i 允许 q 任何个人利益和 @A 利益 W 生冲突 S 时候个人利益占上风_ 一个 @A 要想 T M 百年 @A 就必须要做这样 S 3 情_ 摘自 人民日报 有删减

格力首发全能王变频空调

奠定 2013 空调“双核双级”、“全能”双主题

本报讯 10 24! ". / 空调在北京首 W" 双[双级" 全 v 王变频空调_ 全 v 王首次采用双[系统" 突破 V' v 空调单[局限" 推 f 空调' v 升级_ 独 q S 双级压缩技术" U 全 v 王在 -30℃ 到 54℃ 超宽范围内高效运 E" 突破 V 空调冷暖 x f 极限_ 双[、双级双重保障" Z Z 提高 V 消费体验_ 同时" 也 M 静音、加湿、换气、抗菌等功 v S W 挥保驾护航" 开启空调" 全 v " 时代_

. / 全 v 王包括 U 尊和 U 越两个系列产品" i 仅搭载 V. / 领衔 S 1 赫兹变频技术" 而且首次采用 V. / 独 q S 双级增焓压缩机" 赋予全 v 王一个 f / 更强 Z S \ 脏_ 在 -30℃ 到 54℃ 超宽范围 B 常 x 冷、x 热" -20℃ 时出风口温度达到 50℃" x 热 n 提升 40% > 上" 50℃ 时口风口温度低 h 13℃" x 冷 n 提升 25%" 实现严冬快一步 x 热" 酷暑快速 x 冷_ . / 独 q S 双级压缩技术 U 对手望尘莫及". / 首推 S 双[空调系统" 更 c 打破 V 空调' v 主 N, 争" U 同 E 集体缄默_

据 V Q" 目 7 空调 E A 芯片程序皆 M 外包" 唯 q. / 芯片 M 自主编写程序_ . / 自主开 WS 全 v 王双[系统程序"



格力首发“双核双级”全能王变频空调,开启空调“全能”时代。

使各零部件实现 V 完美 S 匹配" U 空调' v 表现更 M 突出" 同时" 像双[O 脑、双[手机 v 够快速处理指令一样" 双[全 v 王 Z Z 提高 V 响# 速度" 助 / x 冷 x 热速度_ 随着. / 双[全 v 王 S 推出" 空调年度主 N 也将随, W 生改变_ A 内专) 预言". / 全 v 王很 q 可 v 因此奠定 2013 年空调 E A " 双[双级" 和" 全 v " 双主 N_

除 V [\ S 双[双级技术". / 全 v 王还实现 V 多个首 a " 首 a Z 运 f 导风机 H" q 效增 Z 导风板上下旋转角度" 对气流进 E 全方位导{ " 180 度

舒适送风_ 首 a 机身整体采无缝设计" 密封性极好" 可 q 效防止灰尘和小昆虫进入" 保 r 空调干净" 更健康" 更耐用_

此外" 在其他技术上 S 突破" 更 c U 全 v 王集 18 分贝超静音、高效除 PM2.5、高密度 P 滤抗菌、4 种睡眠模式、7 档送风、6 种湿度控 x 模式、一键' 享等功 v h 一身_

A 内专) 表示". / 全 v 王 S 出现" 打破 V > 8 空调 E A 在单方面" 甚至仅仅强化硬件 S S 局限" 开拓 V 空调研 W 设计思路" 提供 V " 软硬件一体化" 和" 全 v 化" S 全 b 思路" 开启空调" 全 b " 时代_

石家庄市委书记 莅临石家庄格力参观考察

本报讯 10 28! " 河北省常委、石) 庄 ~ 委书记孙瑞彬和石) 庄 ~ 委副书记、~ 4 姜德果" 石) 庄 ~ 委常委、常务副 ~ 4 王 Z 虎" 副 ~ 4 张 A 等领导带领 ~ 直各单位主要领导、高 b 区主要领导、石) 庄 ~ 各区县委书记和区县 4 等共计 200 余人到石) 庄. / 参观_

在参观 P 程 I " 孙瑞彬书记和各位领导 i 时停下来 V Q 生产 P 程" 对. / F 进 S 设

备、精湛 S 生产工艺和严. S 生产要 t 表示赞赏_

最后" 孙瑞彬书记 W 表重要讲话" 他指出石) 庄要想更好 SWX" 在" 十二五" 期间实现转型升级、跨越赶超" 必须要 q 像. / 这样 q 科技 a b、q [\ 技术 S 世界(牌 @A 作支撑_ p q 这样" 石) 庄 S 经济总 n u v 快速增 4" 老百姓增加收入 u v 落到实处" I 设幸福石) 庄 u 会 q m 实 S 根基_

(石家庄格力 马梦尧)

安徽省环保厅莅临合肥格力视察

本报讯 ! 7 " 安徽省环保厅联合科技厅、商务厅来到合肥. / " 视察指导公司 S 环保 I 设工作_

环保厅领导一 E F 参观 V X 厅" 合肥. / 总经理陈 I 国介绍 V 合肥. / w 投产、到生活区二期 I 设初步完 T S 情况" U 验收组 S 人员对公司 S 生产 I 设情况进 E V 初步 S V Q_ 随后" 环保厅领导一 E 来到 V 总装一分厂和总装二分厂" 参观 V 生产线体 > 及屋顶太阳 v WO 设备" 并对此项太阳 v WO 项目 S 环保作用表示 V 肯定_

在随后 S 讨* 会 I " 合肥. / 设备管理部代表{ 与会领导汇报 V 公司 q 关生态 I 设 S

工作细况: 公司在各厂房楼顶加装光伏 WO 板_ 太阳 v 光板面积约 14 万平方" 设计 WO 容 n 6.5 MW" 目 7 W O n 约 3000 KW/h_ 利用光伏 WO 相对 > 7 可 > 减少碳排放约 14130 吨 / 天" 约可节约 O 费 3000] / 天" 充分表 5 合肥. / 贯彻落实科学 WX 观" U 公司 S 环保 I 设工作} 到 V 进一步 S 宣扬_ . / O 1 (合肥) q 限公司 > 合肥高 b 生态园区 S I 设 M 契机" 深化公司环保基础组织 I 设" T g " 生态 @A " 小组" 提高员工 S 环保知识" 并积极开 X 环保活 f 组织" / 争{ 高标准、高要 t S " 绿色生态 @A " 迈进_ (合肥格力 赵倩倩)

格力占有率超 50% 变频空调市场进入“寡头”时代

本报讯 继变频空调E A 2012 冷年低调收盘后” 又迎来 2013 冷年低调开盘。

近!” 第三方权威机H产 A 在线公布S) 用变频空调及其压缩机供给 8 份报告显示:今年 8 “我国) 用变频空调内外销总n 达 200.72 万台” 同比下降 15.9%” 其I 内销 169.17 万台” 同比下降约 8.2%出口 31.55 万台” 同比下降 41.9%。

受此影响”2012 &年(2012 年 1 -8)变频空调销售总

n M 2108.3 万台” 同比下降 6%”其I 内销总n M 1635.9 万台” 同比下降 3.8%” 出口总n M 472.3 万台” 同比下降 12.8%。自 2011 年下半年开始”变频空调销n 一直保r 上扬姿势”w 销 238 万台到 销 362 万台”增4 V 52%Q而进入 2012 年上半年”由h 受房k 产低迷、国际~·颓势等因^影响”) O E A 内外销增速几乎停滞”变频空调也受到E A “寒冬”影响”WX 放缓。

然而”值} 关注Sc “虽然

E A WX 进入调整期” 但个别品牌如. / 空调” 一直保r 强势上扬态势” T M推f E A m 定7 E S / n。

w 2011 年开始”. / 变频空调S ~·销n、~·占q 率连续 5 个季度超越竞对手”稳居变频空调~·首位O并且w 8 开始” 其变频空调~·占q 率首次突破 50%”真B 意义上占据变频~·半壁\$ 山。

数据显示” 2012 冷年(2011 年 8 至 2012 年 7)” . / 变频空调 > 累计销 n

1266.40 万台、~·占q 率 40.63%” 蝉联 2012 冷年销售 n、销售额“双料”冠军Q 2012 & 年(2012 年 1 至 8)”。 / 变频空调累计 789 万台” 同比增长 4.7.7%” 继续领跑E A。同时”数据显示”2012 年 8 份. / 变频空调销n 105 万台” ~·占q 率突破 50%Z 关” 达到 52.31%” c 第二(美S S 近三倍(美S 销n 和~·占q 率分别M 39 万台和 19.43%)” 继续 > 绝对优势稳居第一” 且与第二(S 差距越W拉Z。

A 内专) 表示” 经P 多年消费理念S 培育与E A 主流@ AS 拉f “变频空调T ME A WXS 方{ 已毋庸质疑_目7” 空调E A 可谓进入b 一轮S 调整和洗牌期” 而规律c “在遇到调整S 弯C 时” 优秀S @ A O P 弯C 超车实现跨越式SW X” 此后”b S. 局特征将愈加显著。

专) 预测” 随着. / 等弯 C 超越” 将竞争对手越甩越后” I 国变频空调~·将开始进入 “寡头”独领风骚S 时代。

“冷热不均” 中央空调行业两级分化明显



本报讯 2012 年I 国I 中央空调E A 会 > 怎样S 姿态谢幕? 上半年”I 中央空调E A > 低迷收· ” 尽管下半年~· w 一开始就表现出V 回暖S 迹象” 然而到目7 M 止” v 否在接下来S 几个 I 挽回整体下滑S 态势” 仍然c 一个未知数。

置身I 中央空调E A 内S 各 Z 主流@AS 表现差异也较M 5 显” 其I 某些) O @ A S A 绩r 续下滑” 而. / 逆~ 突破增4 一举T MI 国I 中央空调E A S 领头羊。

受困宏观环境 中央空调行业遇冷

A 内权威杂志? 暖O 空调资讯LW 布数据显示:2012 上半年I 国I 中央空调E A 与去年同期相比下滑 10.2%” E A 整体出货在连续多年上涨, 后” 首次出现下滑_w x y @ A 处传递出S 信息c “ 低迷S 经济形势 > 及i 景气Sk 产E A 确实给 I 中央空调~· y T V 很Z S 冲击” 尽管上半年很多@AS 出货情况相比去年同期仍i 算太糟糕” 但这主要} 益h 去年S 遗留项目在上半年出货_ 而今年上半年” 除VI % 部区域S 项目订单情况同比总体仍算良好” 余下S 区域~· w 订单情况来看” 同比下滑S 幅度远Z h 出货S 同比下滑幅度_ 与E A 总体下滑相对# S

c “ 一些I 中央空调@AS ~· 表现在P 去S 半年并i 乐观_ 数据显示: 外资@A “Z 金空调在 2012 年上半年出现A 绩下滑” 整体下滑幅度接近 20%; 国内@A 方面” 某) O 品牌I 中央空调A 务也出现Z 幅下滑_ 这些@AS 表现” 进一步放Z V I 中央空调~· I S 悲观影响。

房k 产~· S 政J z { 和~· WX 趋势T MV Q 决问N S 焦点_ 因M” I 国房k 产~· SWX 和波f i 仅直接影响V I 国宏观经济S WX” 同样对 I 国I 中央空调E A SWX 起到V 最M 直接S 决定作用_ 2012 年上半年” I 国I 中央空调~· 销售规模5 显下滑” 尤其c 一直 > 来势头高 S 多联机产品也开始增4! / “ 究其原因” c 由h 房k 产投资S 增速放缓所致。

w 数据来看” I 国房k 产投资完T 额增幅w 今年开始# 速下滑” 到 6 份” 增幅仅M 去年同期S 一半_ 其I “ \$ % 项目投资增速w 去年 6 份S 36% 下降至今年 6 份S 12%; 办公楼项目投资增速总体仍保r 较快速度S 增4; 商A 营A 项目投资增速小幅放缓。

虽然到V 6 份&’ “宏观政J S (f 在一定程度上拉f V 房产~· S) * ” 但国务+ 仍然强调i 会放(对房k 产~· S 调控/ 度” 这U 下半年

暖O 空调资讯W 布S? 2012 上半年度I 国I 中央空调E A W X 报告L 称” 今年上半年”. / 首次击j ! 系品牌Z 金” 其I 中央空调 > 超P 14% S ~· 占q 率T MI 中央空调~· S 销售冠军_ 其I “ 在离\ 机组~· 上” . / 实现快速8 9” ~· 占q 率已经接近甚至赶超约: 、开利等美系品牌S @ A “ I 国离\ 机组~· S 寡头; 断. 局也进一步被打破。

外部环境仍然可v 延续i 乐观 S 预期_ 尤其” 今年上半年~· } 益h 去年S 遗留订单和项目” 总体销售, 况仍i 算太P 悲观” 但c 上半年I 中央空调项目S 总体- 单, 况5 显. h 去年” 而由h 项目S 滞后性” 这/ 将对下半年~· S z 势产生负面影响。

危、机并存, 逆市突破有道

危I q 机” 危与机并存同样c d e S 主N 2012 年上半年” 在? 暖O 空调资讯L 监测S 60) 主流I 中央空调@AI “ 仍q 一半S @ A 取} V A 绩增4_ 数据显示: 2012 年上半年I “ . / O 1 i 仅收获V 超P 20% 增4” 尤M 值} 一提Sc “ . / 首次超越V Z 金” T MI 国I 中央空调E A S 领头羊。

w I 中央空调分产品O 型S WX 角度来看” 同样1 h 房k 产~· S 影响” 变频多联机及商用I 中央空调产品S ~· 下滑比较5 显” 而冷水机组产品总体同比 2011 年同期仍然q 小幅增4_ 这意味着” 合理S 产品规划和J K S 调整也将2 助@ A q 效S 趋利3 4。

在I 国I 中央空调E A “ > . / M 代表S I 中央空调@A 在Z 型冷水机组产品S 研W 和推广上愈W 深入” U 其更5 ~· 竞争/ 和抗风6 v / “ 并v 在逆~ I 7 t 更多S 突破机会。

格力荣膺 “中国新兴跨国公司 50 强”

本报讯 近!” “2012 年I 国 @A 国际化指数排E < ” 在天= W 布” 作M 空调龙头S. / O 1 荣 > “ I 国b? 跨国公司 50 强” 殊荣。

O 常来讲” 我国) O @ A S 国际化WX 方{ 主要依靠与外资品牌S OEM @ 牌合作” 自主品牌I 设相对A. “ x 约VI 国) O 品牌在国际上S WX 与消费者” 知度_M 加快海外x y 基k S 布局和品牌国际化”. / 潜\ 拓X 自主品牌海外销售渠C “ w 2001 年. / O 1 在B % 生产基 k B 式投产” 当下. / 已在B %、 B 基CD、越9 等k I g V 生产基k “ 开W 和生产包括) 用空调和商用空调在内S 400 个系列、 7000 多个规. S 产品。

. / O 1 凭借在空调[\ 技术领域Si 断突破” 在海外~· S 销n! 益E 升_ 据统计” 目7 . / 自主品牌产品远销全球 100 多个国) 和k 区” 并在海外开设 V 多) 销售公司 > 及 500 多) 专卖F。

2012 年上半年”. / 海外销售额达 92.91 亿] “ 占空调A 务整体销售额S 21.09%_ 目7”. / 自主品牌S 产品已占据海外销售额S 30%” 分布k 区i 仅包括b? ~· “ 同时还q 美国和欧洲等W 达~· 。

. / O 1 2 3 4 G 总H 2 5 6 强调: “ 一个品牌z { 国际~· “ 更多Sc 要q 一个很好S 技术支持” p q 技术uv 改变品牌形象_ ”

广西格力精英年会盛大召开 2012 年业绩逆市飘红

本报讯 在 2012 年) O E A 整体形式i 容乐观S ~· 环境I “EA 领头羊. / O 1 “ 可谓 c E A S I 迹: r 续S 稳步增4” 对千亿美元S 自信冲J “UA 界赞K, 余” 更引W 众人一L 其T 功MNS 好I _ 10 “ 主NM “ 领 O 风范 领跑未来” S 广%. / 产品管理I \ 经销商精P 年会分别Q 开” 更UA 界对. / 又q V 更深SQR。

2012 年” 在宏观环境低迷S 情况下”. / O 1 7 三季度r 续逆~ ST “ 广%. / 也再次Ub . / 空调在广%) O ~· 保r S 多项销售记V : 2012 冷W 年度” 广%. / 整体销售同比增4 20.96%” 销售n 突破 75 万台 X “ 同比增4 12.33%_ Y 外” 根据国)) O 下Z 信息系统I \ 技术支r 公司提供数据显示”. / 空调在 2012 年度广%) O 下Z 产品~· 占q 率达到V 60.38%” 而第二(S 品牌仅M 18.09%_ 与此同时”. / [下其他品O 产品

在广% ~· 也同样取} V \ 人 S 好T 绩: 商用空调同比增4 57.06% “ 小) O 同比增 4 21.36%” 空气v 热水1 同比增4 76.59%。

广%. / 公司副总经理陈超] 对此表示” 2013 b 冷年里” 公司将与广Z 经销商继续^ 手同E “ > ~· 销售规模增4 MI \ “ 强化渠CI 设优势” 确保~· 份额最Z 化_ 陈超] 表示” 2013 冷W 年度内” 公司将继续推进[_ F S I 设” 实现在年度结` 7 “ 全省 300a > 上S [_ F 达到 15) > 上” 提升. / 终b S 卖· 形象” 提高. / 在消费者\ I S 品牌k 位” 继续c Z 与竞品在专卖F 渠C 上S 差距。

据悉” b S 一年” 广%. / 将 > 空调A 务M 龙头” 全面整合商用空调、空气v 热水1、小) O S 优势” U. / 产品w “ 静态X 示” { “ f 态d 示” 迈进” U 消费者更直观e 受. / [\ 科技所 a y S 舒适生活体验” 再 a ~· b 高_ 广西销售公司 谢坤



刘步尘：格力持续增长的空间在哪里？

目7"已经没人怀疑2012年。/O1营A收入将突破1000亿]Z关_

2012上半年。/O1实现营收483亿]同比增420.04%根据g8多年hi"下半年营收增幅高上半年_换言之，"如果~·形势iW生重Z变化"。/O1营收年度增幅将i低h20%_>。/O12011年营收836亿]测算"全年营收超P1000亿]_

jk界人I给出S预测还要乐观:2012年。/O1全年营收#在1050亿]&'_

现在"人们e?mSc:。/O1如何w1000亿跨越到2000亿?换言之，"。/O1未来几年r续增4S空间到n在哪里?

止h目7"i国o无单一)O产A做到2000亿]SF i_人

们担\。/S专A化战Kv否支撑起2000亿]SpZ目标_

那么256S信\来自哪里?

首F"i中央空调将c。/未来重点SWX_q报C称"目7i中央空调约占。/O1营收S10%"。/S目标c这个比i将q步提升至30%_用2S话说"“未来增4几百亿]iT问N_”需要提rZ)注意Sc"。/所说SI中央空调实际上c一个“Zi中央空调”S概念"s:除VI中央空调调整机销售"还要{楼t系统、)uQ决方v延w_。/O1总工程师xyzSQ释c:“一个Z楼里除V空调系统"还q供O系统、{5系统、安全系统"。/S空调控x系统可>包含这部分内容"可>一|}Q决_"这个时候。/实际上已经TM设备系统集T商"而非单一S空调

产品销售_这个~·当然c十分pZS_

其次"。/将{空调上~配件"如O机、O容、压缩机等领域延w_P去"这部分配件产品基本上p·足。/自己使用"对外销售n很小"未来这部分产品将对外销售"年度营收贡献q步增430亿]甚至更多_比如"。/bIS郑州工厂"就包括年产600万X压缩机_

再次"。/将q步加Z国际~·拓X/度_2011年"。/在美国加利福尼亚州Tg美国分公司"意在MI厂做准备_。/S目标c"q步将自主品牌海外营收提升至总营收S40%>上_MI g。/国际形象"保障海外战K落k"。/h今年3在纽约时代广·投放形象广告">每天160次S高频率连续播出5

年_

还q"专卖F“社会化”q可vTM。/bS增4点_据说"。/拥q专卖F超P1.5万)"pZS销售/c这个专卖FS[\价值_。/q意L索将专卖F渠Cq步社会化"IT一个开放S销售平台_A界分R`M"社会化S。/专卖F将5备Z连锁S性质_。/空调北京销售公司总经理张波在接受媒体采访时说"">后。/再开专卖F"就开200平米&'SF"甚至会开上千平米SF_"这实际上c。/在M渠C社会化做准备_一旦。/专卖F转型TM开放S销售平台"将M。/带来pZS现金流、营收及盈利_

>上将形T。/S增n部分_实际上存n部分也v产生增

n_

2012上半年"。/空调~·占q率较2011年同期提升超P2个百分点"这就c增n_Y外"变频空调在。/空调总销nI S占比越来越Z"也形TV增n_数据显示"和定速空调相比"变频空调平均单价高出300]>上"变频销售占比越Z"对营收S贡献就越Z_

当然"把增n统计出来c困难S_但q一点可>肯定"如果在形势较M严峻S2012年。/v做到实现200亿]S增n"未来每年实现200亿]S增n难度i会太Z_

格力优化渠道赢得市场

10 30!"。/O1公布2012年三季报"报告显示"。/O17三季度实现营A总收入771.64亿]"同比增420.43%;净利润53.32亿]"同比增441.34%_其I"。/对h自I渠CS把握"TM其A绩增4S亮点""进一步cZ渠C网络在更多国内城~Ilg专卖F"U消费者进一步接触。/空调"e受。/S产品优势"TM。/专卖F WXS目标_

2004年>来"。/O1保rV年均30%S增4速度_数据显示"全球。/专卖F1.5万)"。/O160%>上S销售额来自。/专卖F"。/更在全国多个城~I设q多)Z型[_F"实体专卖FS数n也在i断增加I_专卖FS蓬勃WX给。/增添Vf/_今年"。/更c在专卖F广泛引进V"4S"概念"集销售、售后服务、信息)馈、零配件供#M一体" M用户提供更好S产品体验_

记者VQ到"在。/空调S专卖FI"推广促销仅仅c其功v,一"每)专卖F将q更加专AS服务人员M每位顾客提供个性化S服务"这i仅摆脱V传统导购员填鸭式S介绍模式"同时也v@近客户真

实需t" M其提供符合实际情况S产品"g节约V用户S资金也M其享受服务提供更好S保障_同时"在现·专A人员v给予客户与产品交互式体验S环境与方式"使}客户v够近距离接触产品体验产品"并且v够#速掌握使用技巧_这也使}。/空调与每一位消费者S关系w简单购买关系转变M一种信赖S朋友关系_。/设置专卖FS目S,一"s与消费者I g更加紧密无间S情e_

在北京~某小区楼下S。/专卖FF员告诉我们""除V购买产品"还可>到F进E咨询、VQ空调S使用常识_怎样使用更加节v"怎样uv更好S保养"许多客户都还i甚VQ"那么他可>到任何一)。/专卖F{我们进E相关咨询_这种交互式体验q点像汽车专卖FS销售模式"因此被我们称作4S_"

与此同时"在消费者需tS指引下"。/空调i断abM消费者提供优质服"同时i断下沉销售网络进一步巩固阵k"用@\S售后服务i断|取消费者S青睐"专卖F将TM。/冲击千亿目标I贡献显著S一环_



格力湖北武汉建二形象店

格力“亮相”时代广场半年收获靓丽业绩



9"。/O1S形象广告亮相纽约时代广·已达半年_

。/并i c唯一)在纽约时代广·播放广告片SI国@A"但却c因广告S播放而获}最Z效益S其I一)_

上~公司半年报显示"在2012年上半年"。/O1实现营收达483.03亿]"同比增幅达到V20.04%_而净利润也达到V28.71亿]"同比增430.06%_

更值}一提Sc"这一T绩c在空调全EA均面临下滑压/S情况下取}S_在~·总体增速放缓S背景下"。/O1TM国内空调EA唯一) v保r20%>上高速增4S知(品牌_而在海外~·"尽管欧美~·复苏!/"但。/O1营收依旧保r在与去年同期相似S水平_

简单k>~·A绩来衡n广告投入效果S话"。/O1无疑可>到最优S评价_但稍稍深入分R下。/O1S海外WX战K"恐怕更多S人会M

。/在纽约时代广·S亮相而赞K_

投入广告cM什么?

显然并i c花钱夸耀自己_简单来说就c“酒香也怕巷}深”"东%再好"知(度i上去"也难>获}~·S青睐_但“酒香”却c一个必须S支撑""酒"一旦“i香”"就算摆在“巷}口”"恐怕也难>获}~·S`可_

因此"4期占据纽约时代广·液晶屏S多c一些世界顶级消费品公司"如可口可乐、三星、索尼等等"在这些@A风光无限S背后"都c可靠S~·信誉度和P硬S产品品质在支撑_

近几年来"i少I国@A开始在这些液晶屏上宣传自己S产品"塑y自己S形象"但v像。/一样取}预期效果S很难}_

没q好S技术做支撑"单纯S广告宣传提高Sp c产品S知(度"相对h@A可r续WX最重要S美誉度来说"技术实/落后h品牌定位"88给品牌带来Sc一种破坏/_

。/深知这一点"登上纽约时代广·并非一时\血来潮"而c。/十几年来海外cX战K最终凝结S一个T果_

在纽约时代广·上出现。/O1S广告形象片,时"。/O1已经拥qV世界领F水平S空调[\技术"其产品也在世界~·上}到V`可_换句话说"。/S“酒”已经很“香”V_

“酒香”S背后cP硬S技术实/"这1自。/O14期>来mr S技术科研高投入_。/O1S公司资料显示"仅在2011年"。/科研投入"超P30亿]_当年" b增专利1480多项"平均每天4项专利问世"而其I q4项技术5q国际领F水平_

而Bc由hP硬S科研技术实/"。/zSc一条完全i同h其他I国@AS海外cX,路_与多数I国@A选择并购开始海外冒6i同"。/mr“Fq~·再q工厂”S海外战K_这一路线指引下"。/O1最早w@牌代工开始"慢慢k用产品征服海外消费者" |}经销商S信任"然后再尝试推出自q品牌_而在~·接受V。/S自q品牌,后"。/海外分公司STg也就水到渠T_

纽约时代广·S形象广告也同样如此"在qV一定S海外~·基础和美誉度,后"广告S投放标志着。/海外cX S加速_

据。/公司资料"当7。/自主品牌S空调产品已经进入全球100多个国)和k区"在全球拥q2亿用户_