

2006年11月15日出版
第12期
总第172期
登记证号：粤C0007号
http://www.gree.com.cn
主办：珠海格力电器股份有限公司
(内部资料免费交流)

格力电器

GREEELECTRICNEWSPAPER

本期导读

- 格力电器一年内荣登三大国际知名媒体顶尖榜单 (2版)
- 格力空调释放品牌效应逆季畅销 (3版)
- 广西五周年庆典拓展活动纪实 (4版)

继“空调行业标志性品牌”“中国世界名牌”后，再获“全国质量奖” 格力电器一年内独揽三大顶级荣誉震撼业内



本报讯 继被授予“空调行业标志性品牌”和“中国世界名牌”之后，格力电器11月4日在北京举行的“2006全国追求卓越大会”上又获得了一项国家质量管理最高奖项——“全国质量奖”，这是对实施卓越绩效管理取得显著成绩的企业授予的最高荣誉。

“行业标志性品牌”、“中国世界名牌”和“全国质量奖”是

目前中国企业梦寐以求的三大顶级荣誉，格力电器在一年之内独揽这三大顶级荣誉，震撼业界，这在中国企业是非常罕见的。可以说格力电器创造了中国家电企业乃至中国企业的一大奇迹。

据悉，全国质量奖的设立，广泛参考和借鉴了世界三大权威质量奖项——美国的波多里奇国家质量奖、欧洲质量奖和日本的戴明奖。它以“卓越绩效评价准则”国家标准为评价依据，从组织领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量、分析与改进及经营结果7个方面来全面评价企业的质量管理，评价过程极为严格。



▲ 格力电器副总裁黄辉在大会现场发表获奖感言

追求卓越是格力电器长期坚持的战略目标，格力一贯坚持质量第一才是对消费者最好的回报。从追求卓越、不断创新

和创造第一的精神出发，格力电器自2001年开始正式导入卓越绩效管理模式，当年即获得了“全国质量奖”鼓励奖。5年来，格力电器大力推行卓越绩效管理并取得了优异的业绩，2005年销售额达182.48亿元，家用空调销量突破1000万台，一跃成为全球空调行业的世界冠军。

在11月4日举行的颁奖仪式上，全国政协常委、中国质量协会会长陈邦柱高度赞扬了格力电器等获奖企业从优秀走向卓越的经营理念，鼓励格力电器等获奖企业再接再厉，持续追求卓越，并号召其他企业向格力电器等获奖企业学习。

格力电器前三季销售额同比劲增近40%

本报讯 10月31日，格力电器2006年第三季度报告正式公布：今年7至9月，格力电器实现主营业务收入57.84亿元，比上年同期增长51.96%，实现净利润1.88亿元，较上年同期增长23.68%，取得了良好的经济效益。根据此前公布的中期报告，格力电器今年1至9月累计实现主营业务收入181.20亿元，接近去年全年的水平，比上年同期增长39.59%，实现净利润4.97亿元，较上年同期增长18.33%。

当天，所有家电类上市公司均已经公布了今年的第三季度报告。分析显示，空调行业“强者愈强弱者愈弱”的格局越来越明显。根据各家企业公布的报告，格力空调的销售额继续保持空调行业的领头羊地位，并进一步拉开了竞争对手的差距，其中，格力与排名第二的品牌拉开了几十亿元的差距，超过行业内排名第三的品牌100多亿元。

在空调行业“洗牌”加剧、行业整体销售形势不利的局势下，格力电器依然

保持迅猛的发展速度，并取得优异的业绩，很大程度上在于格力电器强大的企业实力和品牌拉力。今年以来，格力电器相继荣获的三项顶级荣誉，充分证明了格力电器的实力和品牌价值。

与此同时，格力专卖店和中央空调市场的飞速发展也日益发挥了优势。据统计，格力专卖店在全国已达到3000多家，这些专卖店遍布全国各地，形成了一个以城市为重心，以地县为基础，以乡镇为依托的三级营销网络，并以灵活经营、专业服务的特点成为格力电器攻城略地的一支重要力量。而格力中央空调相继在多联中央空调、离心机 and 超低温数码多联机等方面取得核心技术的突破，大大促进了格力中央空调的销售。

出口方面，随着国外客户和消费者对空调企业认识的加深，格力空调的品质和技术优势越来越得到他们的认可，出口订单也大幅增加，使格力电器在进一步巩固在中国的龙头地位的同时，在国际市场占据了越来越大的份额。

广东省300万重奖“中国世界名牌”

本报讯 近日，格力电器因获得“中国世界名牌”称号，广东省政府予以表彰并给予300万元的重奖。

广东省副省长、省长黄华华出席了会议并为格力等企业颁奖。黄华华在会上指出：“今年圈一共有4个产品获得了‘中国世界名牌’称号，我们广东就有2个，尤其是格力空调作为在家

电市场竞争高度激烈的行业，取得‘中国世界名牌’这个荣誉非常不容易。”

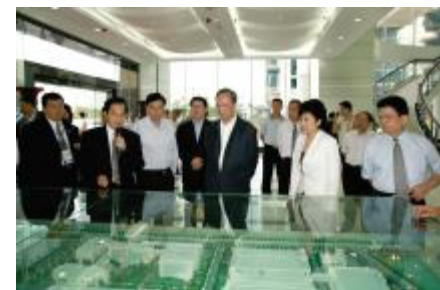
格力集团、格力电器董事长朱江洪应邀在会上介绍了格力电器创世界名牌的成功经验。朱江洪简要回顾了格力电器的发展历程，并介绍了格力电器在技术、管理、营销等方面的创新举措。

曾培炎副总理考察格力电器

本报讯 10月30日下午，正在珠海考察工作的中共中央政治局委员、国务院副总理曾培炎，在中共中央政治局委员、省委书记张德江的陪同下，专程前来格力电器参观考察。

在朱江洪董事长、董明珠总裁等公司领导的陪同下，曾培炎副总理一行参观了格力电器展厅，并听取了朱江洪董事长关于企业发展情况尤其是自主创新方面的介绍。当得知格力电器先后在多联式中央空调、离心式中央空调等方面打破日本和美国企业的技术垄断，并在超低温多联中央空调核心技术上达到“国际领先”水平时，曾培炎对此给予肯定，并勉励格力电器继续保持自主创新的优秀传统，不断做大做强，为国家经济发展作出更大贡献。

考察中，曾培炎指出，珠海及广东如格力电器等一批技术水平较高、竞争力较强的企业正在成长壮大，要继续提高对外开放水平，加强产业政策和发展规划指导，引导企业加大研发力度，把引进



先进技术消化吸收再创新更好地结合起来，做大做强优势企业。曾培炎强调，要认真贯彻党的十六届六中全会精神，全面落实科学发展观，按照构建社会主义和谐社会的要求，进一步深化改革开放，加快推进企业技术创新和产品创新，提高企业市场竞争能力和可持续发展能力。

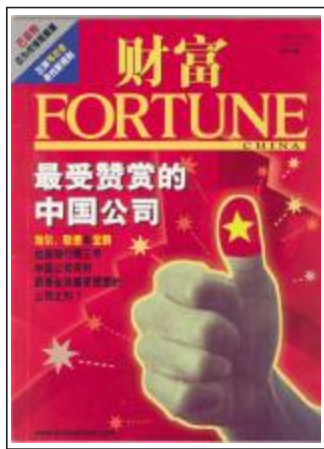
省人大常委会主任黄丽满，省委常委、常务副省长钟阳胜，省委常委、省委秘书长肖志恒，副省长佟星，珠海市委书记、市人大常委会主任邓维龙，市委副书记、市长王顺生等陪同了曾培炎副总理考察格力电器。

董明珠兼任格力电器副董事长

本报讯 10月31日，格力电器发布公告称，公司七届四次董事会，审议通过了《2006年第三季度报告》，并选举董明珠为格力电器副董事长，公司原副董事长陈元和由于工作调动原因，已辞去董事职务。这意味着格力电器领导班子的稳定过渡又向前迈进一步。

今年8月，朱江洪被珠海市政府任命为格力集团的董事长、法人代表、总裁和党委书记，结束了多年的格力“父子之争”，由于格力集团的工作势必分散朱江洪董事长的部分精力，董明珠此次被任命为格力电器副董事长，可謂水到渠成。

格力电器一年内荣登三大国际知名媒体顶尖榜单



本报讯 中国公司正在成为全球商界中耀眼的明星,改变着世界经济的版图。为了挖

掘优秀中国本土公司的价值和弘扬其成就,全球知名商业杂志《财富》(中文版)首次针对中国本土企业进行调查,并于日前揭晓了“最受赞赏中国公司”全明星榜,在上榜的25家“最受赞赏的中国公司”中,最大的空调企业珠海格力电器股份有限公司与联想集团、宝钢集团、华为技术有限公司等荣列其中。

这是格力电器在今年内第三次进入国际知名媒体顶尖榜单。此前,格力电器已先后上榜《福布斯》(中文版)“中国顶尖企业”100强榜单和《商业周刊》(中文版)“最具价值中国品

牌”20强榜单。

1983年,《财富》英文版首创“最受赞赏的公司”排行榜,旨在表彰那些不仅规模领先,而且在其他多个领域表现出色的“企业全能冠军”。这一调查成为全球最有影响力的公司评价指标之一,并迅速成为一项可以在全球范围内考量公司声誉的黄金标准。这项调查核心理念是:最适合评估公司声誉的是成功的商界人士,而不是消费者,也不是媒体;商界人士对于企业竞争的感同身受,才能提供最具价值的评语。美国的通用电气公司、日本的丰田公司、韩国的三星公司等均跻

身于《财富》“全球最受赞赏公司”全明星榜。

但遗憾的是,迄今为止,尚无一家中国本土企业跻身于“全球最受赞赏的公司”全明星榜。所以,《财富》(中文版)与全球知名的管理咨询公司HAY(合益)首次推出的“最受赞赏的中国公司”调查,就是通过彰显“最受赞赏的公司”的理念,弘扬优秀中国本土公司的成就,并推动中国公司早日跻身“全球最受赞赏的公司”全明星榜。本次调查与《财富》英文版与“全球最受赞赏的公司”调查保持一致,调查样本选择了418家2005年营业收入超过50亿

元的本土企业,包括本土企业占多数股份,或者主要管理团队位于中国大陆的公司。调查从2005年8月12日开始,持续一周,共向25000名中国企业的高级管理人员发出调查问卷,请他们按照长期投资价值、公司资产的合理使用、创新能力、管理质量、财务表现、吸引和保留人力的能力、产品和服务的地位、社会责任及全球化经营的有效性等九项指标给候选公司打分。最终,珠海格力电器股份有限公司等得分最高的25家公司荣登“最受赞赏的中国公司”全明星榜。

全国政协考察格力电器



本报讯 10月24日,全国政协考察团一行在考察团团长中央外宣办、国务院新闻办原主任赵启正的率领下到格力电器参观考察。赵启正一行对格力电器近几年的飞速发展给予了充分肯定,并勉励格力电器继续做强做大,加强自主品牌建设和技术创新。

格力电器合肥基地破土动工

本报讯 格力空调从明年7月起将正式在合肥生产。

10月17日,格力电器(合肥)有限公司项目奠基典礼在合肥高新区柏堰科技园隆重举行。这标志着格力电器在合肥投资建设空调生产基地项目迈出了实质性一步。

安徽省省长王金山,省委常委、常务副省长任海深,省委常委、合肥市委书记孙金龙,省政府秘书长张俊,合肥市市长吴存荣等安徽省和合肥市的省市有关领导,以及珠海市委副书记、市长王顺生,市委常委、常务副市长洗文,市人大常委会副主任关玉嘉等珠海市有关领导出席了开工典礼。王顺生市长和朱江洪董事长在开工典礼仪式上发表了热情洋溢的致辞,董明珠总裁

主持了开工仪式。

朱江洪董事长在致辞中表示,根据发展战略需要,格力电器准备在华东地区建立生产基地,受到华东诸省10多个市热烈欢迎。经反复考察,公司最后选择投资环境良好、发展地域优越的合肥市。合肥基地项目一期投资5亿元,规划年产能300万台(套)家用空调,主要生产分体机和柜机,预计2007年下半年投产。该首期项目投产后,将形成70亿元的年产值,为当地增加5000个就业岗位。

朱江洪董事长对安徽省委、省政府和合肥市委、市政府对格力电器合肥产业基地项目的重视和关心表示感谢,表示将全力做好各项工作,如期完成项目建设,尽快发挥产

业基地经济效益,为安徽及合肥市经济社会发展作出贡献。

王顺生市长表示,格力电器根据自身产能布局和市场需要,选择在合肥投资,珠海市政府是十分支持的。合肥和珠海,一个是“中原重镇”,一个是“南海明珠”,两市特色鲜明,互补性强,希望通过格力电器在合肥的投资,在合肥与珠海之间架起一座经济、文化和友谊的桥梁。

开工典礼后,安徽省省委书记郭金龙还亲切会见了王顺生市长、洗文常务副市长、关玉嘉常务副主任以及朱江洪董事长、董明珠总裁一行并表示,安徽省及合肥市将始终如一地为格力电器提供尽可能的便利条件,创造良好发展环境,促进企业做强做大。

国防科工委副主任金壮龙感叹:

“格力电器非常了不得”

本报讯 10月31日,前来出席第六届中国国际航空航天博览会的国防科工委副主任金壮龙,专程慕名前来格力电器参观、座谈。

座谈中,朱江洪董事长向金壮龙介绍了公司近年的发展情况、自主研发取得的业绩以及品质控制尤其是提高产品可靠性的一些具体做法。

金壮龙对格力电器取得的业绩予以赞赏。他说,格力电器

不事张扬,但很实在,此次参观的时间虽然不长,但印象非常深刻,体会很深:一是格力电器从严格意义上来说是国有企业,国有企业能搞得这么好,非常了不得;二是格力电器的管理与国际接轨,产业规模大,产品在国际市场上占据了较好的地位;三是格力电器有自主研发的核心技术,产品的技术含量高,企业发展后劲足。

金壮龙表示,自己是搞企

业出身的,也参观过很多中国企业,其中不乏知名的企业,但似乎都有点缺陷,要么技术水平不高,要么产品档次不够,要么现金流紧张、依赖银行贷款,但格力电器这些问题都不存在,而且上下游关系都非常“和谐”这非常少见。他指出,格力电器的很多做法值得国防科工委下属的军工企业学习,龙勉励格力电器坚持自主创新,继续做大做强,保持竞争优势。

格力成功解决家用空调低温制热难题

本报讯 继去年在中央空调超低温制热技术上获得历史性突破之后,今年,格力电器再次成功解决了普通家用空调的低温制热技术难题。即将上市的格力高档柜机“王者之尊”就采用了拥有自主知识产权的格力低温制热技术(即EVI技术),能充分满足寒冷冬天消费者的制热需求。目前,公司已经为该技术申请了国家专利。

如何保证空调在低温的环境下正常使用,并且具有良好的制热效果,这一直以来成为困扰全球空调行业的技术难题。

目前市场上最常见的是通过辅助电加热的方式,即在空调内机安装电热丝,来提高空调在冬季的制热效果,但这种做法有个弊端,那就是增加了耗电量,无法达到节能的目的。如今,格力低温制热技术正好圆满解决

了这一难题。

据负责该项目开发的工程师介绍,格力低温制热技术最大的优点就是在同一个循环系统内,在不增加耗电量的前提下,增加了空调的制热量,并且制热稳定性大幅度提高,达到了节能的目的。国家认可实验室的测试数据显示,应用了格力低温制热技术的空调比普通空调在冬季的制热量能提高10%—20%。



齐聚航展盛会 畅想格力制造

本报讯 10月4日,来自全国各地的1600多名格力的经销商和各界人士应邀前来珠海观摩了第六届国际航空航天博览会。

当晚,格力电器在珠海国际会议中心举行盛大的招待晚宴。朱江洪董事长发表了热情洋溢的答谢致辞。

朱江洪董事长首先对一直关心、支持、帮助格力电器发展的各界朋友表示了衷心的感谢。他指出,企业的发展是永无止境的,成绩只代表过去,我们必须保持清醒,戒骄

戒躁,不断努力,不断进步。

为此,朱江洪董事长提出了更高的要求,他要求全体格力人和经销商朋友,严字当头,从严治厂,加强管理,努力为消费者提供更好的产品。

最后,朱江洪董事长满怀豪情地说:我坚信,在全体员工的努力下,在社会各界和在座各位朋友的大力支持下,我们将更加坚定不移地走自主创新道路,不断开拓,为中国的民族工业做出更大贡献。”

晚宴在喜庆的集体舞蹈《中国结》中正式拉开序幕。

格力空调释放品牌效应逆季畅销

本报讯 据广州销售公司数据调查显示,今年国庆期间,格力空调成了广州以及清远市各大商场的“卖点”,其销售额同比增长30%。广百销售人员表示:对广州来说,10月是秋天的开始,一般情况下人们是不会购买空调的。但格力今年逆季旺销,有点“意外”。广州销售公司总经理王韦权认为:格力逆季旺销一点都不“意外”,这是格力品牌效应逐渐释放的结果,是消费者对格力越来越有信心的体现。

据分析,国庆期间格力热销既有“世界名牌”和“行业标志性品牌”效应的作用,而销售概念、销售策略也是这次成功促销的助推器。消费者从广州

各商场镶嵌浓浓喜庆色彩的“我们结婚吧!”广告牌经过时,纷纷驻足欣赏。对于那些正准备结婚的新人来说,更是撩人心弦。同时据调查,今年各大家电企业推广的产品多以中高端为主。业内人士称,“高端”家电被认可,可以说是家电企业利用价格导向策略的胜利。在商场里稍微走动就会发现,高端产品走俏已经成为今年空调市场的一大亮点。

那么,高端是否意味着高价?王韦权认为,市场是最敏感的,而消费者也最为精明。当性价比高于预期时,该品种便会被市场所认可,同时出现抢购的情况。他屈指向笔者细数,近几年来,铜价连续暴涨,压缩机



▲广州销售公司国庆期间广告牌

生产企业抵受不住铜价上涨带来的成本增加,联合抬高供货价格,平均提价幅度在15%以上,这是继2003年3月之后压

缩机企业又一次成功完成集体涨价。在这种情况下,格力电器为保证空调的品质,仍然坚持采用优质镀锌钢板、国际著名

品牌压缩机,品质上丝毫不放松,从性价比看,格力仍然是最好的选择。

与此同时,格力户式中央空调也已走进高端客户的家中,并逐步取代某些洋品牌。格力中央空调连续几年的突破创新,填补了国内中央空调技术的空白,也打破了以美国、日本为首的中央空调技术封锁,而格力在价格上比国际品牌更有优势。款式也更符合中国的传统审美观。有专家预言,今后五到十年,中央空调尤其是户式中央空调将成为该行业的销售重心,而格力已经超前取得了中央空调领域的优势地位。

(广州销售公司张灿伟)

湖南首家退市空调救助中心 落户格力



本报讯 由湖南省消费者委员会委托组建的“湖南退市空调救助中心”近日在格力电器连锁湖南服务中心挂牌成立,湖南省消费者委员会秘书长阳功生将“湖南退市空调救助中心”的授权牌亲手交到了湖南销售公司总经理姜北手中。这是湖南省首家专门为已倒闭、退市的空调品牌的“孤儿空调”提供检测、维修等售后服务成立的专职机构。阳功生秘书长同时宣布:现场开通“退市空调救助中心专业”援助热线。湖南省消费者委员会和“湖南退市空调救助中心”还将11月9日至12月9日确定为“退市空调”集中救助月。据悉,救助中心提出集中救助月活动,是为更集中利用人力、物力、财力为“孤儿空调”用户服务,希望用户也尽量利用这段时间与救助中心联系,以避开空调装机旺季。姜北表示,集中救助月后,救助中心的服务质量也不会打折,仍旧会24小时接受申请并提供服务。

阳功生秘书长介绍说,近两年,“退市空调”投诉突出,因品牌消失而造成的服务真空现象已经引起消协等有关部门的高度重视。但是,由于现行法律法规尚不能有效解决此类问题,消协一方面通过各种途径提请广大消费者对作为耐用消费品的空调产品首先应考虑技术成熟、质量稳定、规模大、口碑好、服务优的大品牌,另一方面消协还积极呼吁社会力量对“孤儿空调”予以救助。格力空调对此快速作出积极回应,主动表示将承担起湖南省内退市空调的救助义务。作为国内空调行业目前唯一获得“世界名牌”称号的大型专业空调企业,格力无论在规模、品质、服务能力、网点布局、诚信度等方面均具有好的口碑和明显的优势,完全有能力承担救助职责,因此,借助格力空调遍布全省的服务网络,消协授权组建成立了湖南省首个“退市空调救助中心”承担对湖南地区现有“孤儿空调”进行免费上门的全面检测和提供专家级的维护服务工作。据了解,今年4月,格力已经在四川建立了其第一个“孤儿空调”救助中心”。

(湖南销售公司易宏军)

江西公众评出 质量最佳市场最畅销品牌

本报讯 “品牌万里行——2006江西公众评价质量最佳品牌暨江西市场最畅销品牌”大型调查评选活动近日圆满结束,10月26日在昌举行了颁奖典礼。格力空调等21个知名品牌摘取了“江西公众评价质量最佳品牌”桂冠。此次活动由国家统计局江西调查总队、省内贸办、江西日报社等联合举办,是商务部在江西开展的“品牌万里行·中部崛起品牌行”的重要内容之一。自6月中旬正式启动以来,得到了社会各界的普遍关注,大江网开设的专题页面访问量达到500多万人次,组委会办公室接到的询问电话也有数千个,同时投票期间共收到100多万条短信。

四川格力 精耕细作销售领先

本报讯 2006冷冻年度格力空调确立了在四川的绝对领先地位。2007年格力空调延续上年度优势,继续凭借其强大的品牌拉力和优良的诚信度从8—10月仅自然回款就超过去年同期。

据悉,国庆期间,趁格力空调获得“世界名牌”称号的时机,四川销售公司在市场上展开了大规模的买赠活动,配合总部推出的清巧、风韵等新品不仅专卖店销售火爆,家电连锁格力空调销售也较去年同期增长100%。

2007年度,格力空调在四川将坚持细分市场,因地制宜,渠道建设精耕细作,凭借渠道工作的完善继续保持四川区域领先地位。

2007年度珠海地区格力 商用空调推广会顺利举行

本报讯 11月14日,2007年度珠海地区格力商用空调推广会在格力电器多功能报告厅顺利举行,珠海市行业协会、设计院、政府相关职能部门及商用空调经销商共150多人参加会议。

会上,格力电器副董事长、总裁董明珠向与会嘉宾介绍了格力电器的发展业绩,分析了国内商用空调的市场前景,表明了格力电器经济增长点从家用空调向商用空调延伸的决心和信心。她说,格力电器将坚持把国家利益、股民利益、消费者利益放在第一,只有消费者的利益得到了保证,经销商的利益才能真正兼顾;坚持自主创新,用技术、用品质取胜市场、取信消费者、取悦经销商。

格力商用空调珠海销售公司总经理郑文强表示,今后将加强与政府、行业、设计院等的交流,加大对经销商的技术支持和监督管理,在不影响厂商利益的前提下,做好珠海的服务和销售工作。

真挚、朴实的会议内容引起了与会嘉宾的强烈共鸣,全场多次报以热烈的掌声。

会后,与会嘉宾还参观了格力电器产品展示厅、实验室和生产车间。



抢占淡季市场最高峰

本报讯 近日,广州销售公司举行了“庆祝格力空调荣获世界名牌”大型回馈用户活动,为格力空调淡季促销打了一场漂亮的战役,使格力空调的销售量直线上升,大有反超旺季的趋势。

众所周知,淡季是最考验企业整体营销的时期,此间既要面对钱包捂得更紧、对价值预期更为看重的消费者,又要面对军心涣散的经销大军。而广州销售公司采用空调与小家电捆绑销售,可谓“费尽心机”,让消费者占尽了“便宜”。对于消费者来说,格力空调此次大规模回馈用户是实惠的,这也再次掀起了淡季格力空调的抢购狂潮。广州销售公司总经理王韦权认为,如此大手笔大力度地回馈用户,一方面是拉动淡

季空调市场的销售,另一方面,也是为格力用户提供体验格力新品的大好时机。

促销活动当天,格力再次传来喜讯,荣获“2006年度全国质量奖”。据悉,“世界名牌”、“行业标志性品牌”和“全国质量奖”是目前中国企业梦寐以求的三大顶级荣誉,格力电器在一年之内独揽这三大顶级荣誉,这在中国企业是非常罕见的。

格力电器获得的每一个荣誉,都是对格力在空调行业所取得的成绩的认可。格力作为一个立志要做百年企业的行者,在不断提高产品技术、完善售后服务、提高企业文化的同时,不忘回馈广大消费者,这也是格力电器多年稳居行业第一的原因之一。(张灿伟)

广西五周年庆典拓展活动纪实

文 / 广西销售公司·雷艳珍

2006年11月1日,广西销售公司成立五周年的日子,公司80余名员工及导购员走到户外,进行了一次别具意义的“五周岁”庆祝活动——户外拓展运动。

激情

年轻,没有什么不可以!在专业教练的指导下,团队首先开始了“破冰”——一项以游戏的方式进行,旨在消除人与人之间的心理障碍,打破交往的隔膜的活动。从最简单的“你好!”开始,随着游戏的步步展开,平日里紧绷的工作之弦慢慢舒展,坚冰渐破,队员们完全放下了各自的工作角色,尽情展露最灿烂的笑脸和最阳光的拥抱。当所有的隔膜都被消融殆尽,真正的户外拓展开始了:队员们随机组成6个小分队,开始了考验团队合作与互助性的“卡丁赛车”、“人体过电网”、“800米障碍长廊”的比赛。烈日下,一张张年轻的面庞,一滴滴互助的汗水,无不散发着催人

奋进的团队激情!

互助

拓展运动,强调的是团队协作的力量,所有队员必须同心协力才能完成任务。由于是随机分队,人员的体质强弱、男女比例难免不均衡,这更考验队员之间的互助精神:如“卡丁赛车”男队员多的团队有良好的驾驶技能和过人的勇气,风驰电掣中,明显处于领先地位,但在接下来的“人体过电网”环节,比赛局势马上逆转:在规定的十分钟之内,每个团队都需由队员完全举起自己的队友从织洞大小不一的“电网”中送过,且要求过电网的队员身体任何部位都不触网,通过人数越多比分越高——这就不但考验队员的配合,更考验队员们的体形,身材娇小的女队员越多,这个团队就越容易取胜!而第三轮的“800米障碍长廊”障碍赛,更考验团队的力量。“梅花桩”挑战的是胆大心细,“独木索道”挑战的是良好



齐心协力 过电网

的平衡和无畏的勇气……在长达800米的障碍中,队员们必须强扶弱、男帮女,互济互助才能通过一道道关卡。当到达最后的“毕业墙”时,极限挑战的高潮也到达了:一面近四米高、光秃秃的墙体,没有任何辅助的外力,但是只有越过它才能抵达胜利的彼岸。在胜利的召唤下,男队员积极发挥自身优势,手举,肩扛,腿铺垫,女队员也凭借自身的柔韧性和持久的耐力,一个个翻过了高墙。但问题出现了:最后一名队员如何

翻越?这时,各团队智慧得到了完全体现:有未雨绸缪的,早在翻墙前就考虑好了最后的队员而轻松跨越。而没有准备的,但因为每队最后留下来的大多是身高人强的好手,于是精彩的一幕开始了:最后的队员无论弹跳好坏一律尽显“抢篮板”风采,上窜下跳,而已到达的队员也法术无穷:伸手的、悬腿的,甚至扯下腰间的皮带……最终,所有人员全部通过障碍!

创造

在近四个小时的“残酷”比

赛中,所有队员都最大限度地发挥团队精神,拼尽全力。比赛结束,队员都激动地抱住身边的队友。最终,略胜一筹的“王者风范”队取得了冠军,“清凉天使”名列第二。全程跟踪的教练发自感叹:“从来没遇到过这么认真的队伍,把游戏当成是一场真正的战斗去拼命,格力空调果然名不虚传!”一句话把大家都逗笑了,也顾不上汗水和泥水。格力在空调行业创造了前所未有的奇迹,作为格力人更要无愧于这份荣光。

拓展运动,不仅锻炼了人的身体,也考验了参与者的心态。勇者无惧,格力正是凭借这样一种豪情直面空调市场的风雨洗礼,一路过关斩将走到今天!通过这次同甘共苦的5周年拓展活动,广西的格力人将更讲团结,更富激情。前路漫漫,但只要团结协作,广西格力人将会以更高的激情,更多的互助精神,更强的创造力,勇于开拓、不断进取,把格力事业的发展之路走得更为宽广!

谁是格力最可爱的人

文 / 空五分厂·陈龙飞



第三届格力杯篮球比赛正如火如荼地进行,11月13日这天的比赛,在空五分厂取得胜利时,见证空五分厂篮球宝贝成长的我脑海里突然闪过这样一句话:谁是我们格力最可爱的人?是的,我认为此时此刻,空五分厂的篮球宝贝们,她们就是格力最可爱的人。我并不要任何华丽的词藻来表达,因为她们是纯朴,我认为只有朴实的语言才能再现她们感人的无私奉献,然而这种再现也只是很微小的一角,因为要言语完全表达很难,我只能尽力去描述我心中的空五分厂的篮球宝贝们。

分厂的女孩子不多,会跳舞的就更少,但是空五分厂的员工委员会文艺组组长周艳飞从第三届格力杯篮球联赛开赛就提出组建舞蹈队,她明白组建的难度,她的目的也很简单,

就是为了丰富分厂的文化建设,丰富员工的业余生活。陈潇华是最先从班组挑选出来的会跳舞的女孩,她承担起了整个篮球宝贝队伍的舞蹈训练,在没有专人教授的艰苦条件下,她们组建了格力电器第一支篮球宝贝啦啦队。

八个女孩,承受了很多委屈:没有丝球,用废弃物箱中的包扎绳自制了20个作为道具;为了表演服装,跑遍了半个珠海,选了3次才定下来;白天结束工作后先集训2小时才去吃饭,即使晚班也坚持训练;有人脚扭伤了,有人恼气了,有人因为训练稍微耽误班长批评了,更有人在背后说风凉话,女孩子受不了就一个人偷偷跑到洗手间哭,然后把泪擦干,怕影响队友的情绪;她们放弃了2个周末宝贵的休息时间,只是为了

不放弃篮球宝贝啦啦队。八个女孩,她们很真诚而单纯,坚持未必成功,放弃肯定是失败。她们坚持下来了,只是想为分厂奉献自己的一点力量,为这个以男员工居多的总装分厂增添文化建设的一笔。从她们的身上我看到了无私奉献的精神,看到了互助合作的团队精神,更看到了坚韧不拔的奋斗精神。

艰苦训练没有白费,篮球宝贝们的助威表演极大地激发了在场比赛的篮球健将们,后来居上,赶超比分,最终获得了胜利,而篮球宝贝们嗓子哑了,但却笑了,我在内心为她们鼓掌。向美丽的篮球宝贝们致敬,尤其是把辛苦和委屈藏在心中笑对大家的女孩子,尤其是在别人说风凉话时仍坚持训练的女孩子。有你,空五才更精彩,格力才更精彩。最后我想请大家记住她们的名字,她们是:周艳飞、陈潇华、王玲、张熬、冯燕、李会敏、杨先群、林女兰、郑碧芳。



福建格力 感受北欧之旅



10月30日到11月7日,福建销售公司优秀经销商一行40余人来到了风光秀丽的北欧,游览了丹麦、挪威、瑞典、芬兰四个国家。茂密的森林、独特的地理风貌、传奇的海盗文化和出色的建筑艺术,异国风情深深吸引着大家。

在丹麦,美人鱼满怀情思,象征着这个童话般的国家;挪威峡湾险峻巍峨,它造就了挪威人的刚毅性格,在那里处处可以感受到阳刚之美;瑞典首都的古老历史,让人体会到昔日北欧强国的风采;在千湖之国——芬兰,一场及时的鹅毛大雪,大大刺激了南方人的眼球,大家忘却了严寒,在银色的世界里欢呼雀跃。亲历北欧,纵览美丽的自然景色,感受那里悠久而现代的文明,这将是大家一生中难以忘怀的记忆。

此次北欧游是福建销售公司继奖励经销商欧洲游、澳洲游、日本游、美国游的又一次国外旅游,经销商通过出国旅游进一步开拓了眼界,身心得到了放松,并深切感受到作为格力人的骄傲与自豪,从而对格力的美好前景充满了信心。大家均表示,2007年度的销售任务一定会顺利完成,同时还将加快专卖店建设的步伐,尽快布点空白区域,对已有的区域扩大连锁,全面提升专卖店形象及品牌的美誉度,为打造百年格力尽自己的一份力。(福建销售公司 林千金)

学习航天精神 振兴民族工业

11月2日上午9点正,格力电器迎来了三位特殊的客人——航天英雄杨利伟、聂海胜和费俊龙,顿时,公司沸腾了!在朱江洪董事长、董明珠总裁等公司领导的陪同下,三个航天英雄先后参观了格力产品展示厅、研发中心和空调生产车间,并和格力员工进行了面对面对话。临走时,三位航天由衷感叹:“非常高兴能够看到我们的民族品牌走向世界,成为世界的名牌,这是我们中国人的骄傲,是中华民族的光荣!”



▲ 鲜花和掌声献给我们最可爱的人。

▶ 在格力产品展示厅,朱江洪董事长向航天英雄介绍了格力电器近年来的发展情况,尤其是在自主创新上取得的业绩,引起了英雄们的强烈共鸣。

▼ 在格力荣誉展示墙前,杨利伟大校禁不住驻足凝视,并频频颌首,喜悦之情溢于言表。



▲ 在与格力员工面对面对话时,杨利伟大校发表了热情洋溢的即兴感言,他说:“感谢格力电器为我们提供优秀的民族品牌,我相信在我们的共同努力下,无论是我们国家的经济事业还是航天事业,都将取得更大的成绩。”

▶ 临别时,董明珠总裁向航天英雄赠送自传纪实小说《棋行天下》。



▲ 朱江洪:上次国防科工委的副主任专程过来与我们探讨格力空调如何用在军警方面,包括战艇和坦克等,但用在航天飞机上还没有想过。
杨利伟:航天飞机整个发热系统对空调要求比较高,现在有其他的品牌在做这个事情,我想格力空调做得这么好,希望也能朝这个方向探讨探讨。
朱江洪:好的,以后我们在这方面会多研究多探讨。
杨利伟:希望我们以后都能用格力空调!





追求卓越 共赢百年



本报讯 10月23日，主题为“追求卓越，共赢百年”的2007年度广西格力空调经销商年会在珠海举行。朱江洪董事长等领导出席了此次会议，广西各地近500名格力经销商参加了这次盛会。

在刚过去的2006冷冻年度，广西格力空调实现年度销

售额4.6亿，稳稳占据广西空调市场半壁江山。广西销售公司何远航总经理在发言中指出：格力自建渠道的专卖店建设的蓬勃发展起了重要作用，这些遍布一级城市到乡镇市场的专卖店，灵活经营、专业服务，市场销售达1.7亿，已成为广西格力攻城略地的重

要力量。

朱江洪董事长在会上对空调局势进行了深入分析：空调市场利润越来越微薄，消费市场也越来越理性。目前空调市场增长缓慢，然而市场没有增长并不等于品牌没有增长，强者恒强，弱者愈弱，随着消费者选择越倾向于品牌产品乃至名牌产品，市场占有率会越来越高。2007年，空调市场洗牌将继续加速。

对于正被越来越多品牌效仿的格力专卖店模式，朱江洪董事长指出：长期的诚信铸就了格力独特的、不具备模仿性的企业文化，没有这样的企业文化背景，是模仿不出今天格力专卖店的良好发展势头的。同时，专卖店的竞争力不仅表现在销售薄弱地区，其灵活经

营、服务到位，相较各大卖场也更具竞争优势。今后，格力专卖店将遵循“三性原则”——形象的统一性，销售与服务的完整性以及全国各专卖店之间的关联性，继续良性发展，满足市场对格力品牌的消费需求。

当天晚上，一台由格力电器员工、广西销售公司员工和经销商以及专业演出团队共同打造的“黄金盛宴”精彩开幕。晚会现场，朱江洪董事长、董明珠总裁共同为广西销售公司切下具有重大意义的5周岁生日蛋糕，据悉，这也是广西销售公司自成立以来第一次和广大经销商共度“生日”庆典。在和谐欢愉的气氛中，2007广西格力空调经销商年会圆满成功！ (雷艳珍)

劲风马蹄疾 格力雄风久

从2006年度高昂起伏的战鼓中一路走来，在2007年度初我们又迎来了新的雄风之旅，“中国世界名牌”的荣获不仅仅又一次见证了格力空调卓越的品质，更为我们今后的“攻城掠地”扛上了一杆胜利大旗，这将是我们在激烈的市场竞争中勇往直前的无上动力，更是我们每一个格力人心中永远的骄傲。

如果说“六年免费保修”行业新标准的推出是为我们领航中国空调行业发展迈出了坚实的一步，那“中国世界名牌”及“行业标志性品牌”的获得就是消费者、市场和社会赋予我们在未来领航中国空调行业的“舵手认证”！

品质见证实力，荣誉引领未来。在“中国世界名牌”的荣誉面前，格力人自豪，但格力人没有忘记这一切来自格力产品优良的品质、格力卓越的营销策略和格力一线销售人员在日益激烈的市场竞争中“每战必争”的精神。在荣誉的光辉笼罩中，我们清醒地认识到，随着品牌越做越大，我们对自我的意识、行为、服务的要求也愈加严谨。我们坚决杜绝夜郎自大的“大品牌意识”，我们始终坚持是我们的合作伙伴和消费者成就了我们今天的业绩；我们会在“中国世界名牌”的旗帜下，坚持将格力“经销商的利益永远神圣不可侵犯”的企业文化贯彻到我每天行为中来；我们会继续深化服务，无论是对渠道经销商还是对终端消费者，无论是在售前、售中还是售后，我们都要以“中国世界名牌”级的高标准服务严格要求自己，这样才会扛起“中国世界名牌”这面胜利大旗稳健前行。

我们相信：在所有格力人的共同努力下，在众多经销商伙伴的全力支持下，格力空调明天会走得更快、更稳、更远，雄风永久！

实力铸辉煌 同心向未来

本报讯 10月25日，2007年度海南格力经销商会议在珠海格力电器盛大举行。格力电器董事长朱江洪、格力电器副董事长、总裁董明珠亲临会议现场，并作了重要讲话。会上，海南销售公司总经理徐庄对2006冷冻年度海南的销售工作做了总结，并对2007年度海南格力的工作做出规划：更加规范市场，做好服务，带动全省经销商提高销售业绩，争取在2007冷冻年度取得更优异的成绩。

会上，朱江洪董事长指出格力独占鳌头靠的是专业的技术和诚信的经营理念。格力荣获中国世界名牌称号是实实在在的服务体系，严要求、高标准管理模式下的必然产物。董明珠总裁则指出，格力要做的是百年企业，一个企业能做大做强，重在诚信。格力肩负着保护消费者利益、保证经销商利益以及保障格力人利益的神圣职责。维护好商家与厂家的相互利益，才能平衡市场，才能让品牌长久立足，才能让消费者真正获益。(海南销售公司 胡媚媚)

共创辉煌 同心格力

本报讯 金秋十月，收获的季节。珠海格力电器迎来了一批特殊的客人——参加2007年度北京格力空调销售研讨会的北京和内蒙区域的格力空调经销商朋友们，这是北京销售公司第一次在本区域以外召开年度经销商会议，在收获的季节孕育了新的希望。

10月24日，研讨会如期举行。会上，格力电器副董事长、总裁董明珠首先就空调行业总体状况和发展趋势进行了讲解，并着重分析了北京区域空调市场特点和格力应该采取的发展策略，强调了销售公司要加强空调安装工队伍的建设，提升安装工队伍的综合素质，重申了销售公司不能以盈利为目的、不能截留经销商一分钱的纪律。期间，董总的精彩讲话不时被掌声所打断，特别是讲到格力获得“中国世界名牌”等顶级荣誉以及格力将继续在此基础上精益求精、坚持质量与品牌战略时，在座的近百名经销商报以热烈而持久的掌声。随后，北京销售公司总经理谢斌也进行了

发言。谢总详细地阐述了北京销售公司在新的年中市场操作的整体思路，并就经销商最为关心的专卖店建设、价格体系的维护以及渠道发展战略等问题做了深入细致的部署。精彩之处，群赢得了经销商的阵阵掌声。研讨会在良好的互动氛围中进行，广大经销商也纷纷就中央空调的发展、售后工作的进一步完善以及网点的合理布局等问题提出了自己的看法，现场得到了董明珠总裁的指导和点拨。

研讨会虽结束了，但会议的积极影响刚刚开始。很多参加会议的经销商深受鼓舞：北京金利祥公司回去之后立即组织导购员到珠海参观学习，山龙公司和田氏公司的总经理也主动请求销售公司带领他们到广州学习专卖店的管理经验，更有很多专营店经销商都向销售公司提交了加入专卖店的申请。大家纷纷表示，这样的会议要常开、多开，明年他们还来，而且要带上自己的分销商甚至是亲戚朋友来。

(北京销售公司张 征虎)

创新 严管细致务实

记2006年度售后服务工作总结暨2007年度工作部署会议

本报讯 “2006年度售后服务工作总结暨2007年度工作部署会议”近日在珠海召开。会上，格力电器客服中心毛主任对公司售后服务工作现状总结概括为“三新”新形势：格力电器连续获得“中国世界名牌”、“空调行业标志品牌”及“全国质量奖”三项最高荣誉，企业迎来了新的形势；新架构：家用空调、商用空调及小家电相结合三位一体售后工作的新架构；新责任：面临公司新的形势、售后新的架构以及产品市场保有量的大增，售后服务工作将“责任更巨、任务更重、压力更大”。毛主任要求各4区域售后经理必须充分认清形势

和责任，积极开展好2007年度售后服务工作。随后，各区域售后经理对各自的市场服务、管理经验作了简要介绍，并对存在的问题进行了探讨、分析。通过此次会议，全体售后经理思想意识、业务能力得到了提升。

产品质量的完善离不开市场，为此客服中心联合企管部还专门召开了“2006年度售后服务质量反馈报告会”黄辉副总裁出席了此次会议并发表讲话，来自技术部、科管部、生产部、凌达公司等近二十个单位的技术管理骨干们共同听取了各售后经理从一线获取的产品质量信息。随后，全体售后经理还前往中山参观小家电生产基地，



并与小家电公司领导及相关部门负责人一起召开了“2006年度格力电器小家电售后服务研讨会”共同研讨小家电的售后服务开展。

为维护企业品牌形象，强化驻外售后经理对投诉处理工作的责任感，避免投诉曝光事件的发生，客服中心还特意制订出台了《驻外售后经理投诉

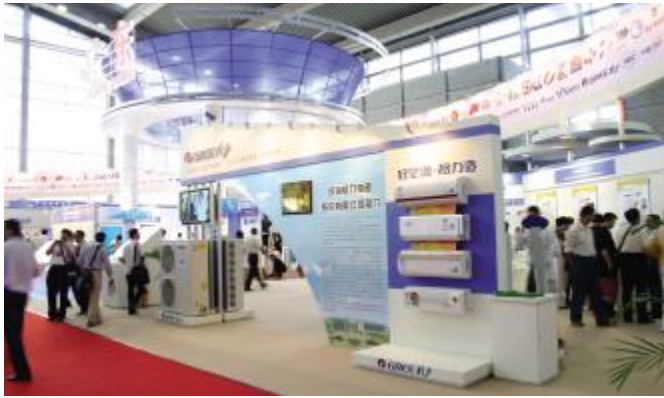
处理工作责任书》，要求各售后经理高度重视售后投诉处理工作。并为举行了责任书签字仪式，这也是公司售后服务管理上历年首次签订专门的售后投诉处理工作责任书。

会议结束之日，客服中心毛主任以“创新、严管、细致、务实”为主题对售后配件、结算、特殊事故处理、质量信息反馈及呼叫中心投诉处理等2007年度售后服务工作进行了全面部署，要求全体售后服务人员进一步认清形势，不断创新，以务实的管理努力打造区域服务特色，做好售后服务工作，积极贯彻执行朱董事长提出的“八严”方针的有关要求。

精彩展会抢“鲜”看



◆十一黄金周后如期迎来了第100届中国出口商品交易会,庞大的规模、成千上万的参展商、包罗万象的展品,成为本届广交会的一大亮点。展馆内,各家企业的商品以最整齐阵容迎接国外客商...



◆10月中旬,第八届中国国际高新技术成果交易会(简称“高交会”)在深圳会展中心举行,在省市创新成果展的广东展区,格力电器成为该展区的“标志”,尤其是大批极具创新意识的新产品...

百届广交会 格力新品广受青睐

本报讯 进入广交会新馆家电类展区,格力空调大气磅礴的展位一下子抓住了参观者的眼球。在这里,格力电器向世界各地的客商展示了家用空调、商用空调和小家电等数百种产品...

只有165mm厚度的小巧轻盈机身的“清巧”系列以及新一代“冷静王”,由于在制冷和制热方面更具人性化的设计,如远程控制上增加“超强”档、“可控电辅助加热”等功能更是受到了美、英、印度等数十个国家客商的青睐。

据了解,此次广交会上受青睐的格力新品,已不是第一次亮相——早在广交会之前的

“十一”国庆、中秋佳节来临之际,格力就已推出琳琅满目的空调新品——“清巧”、“新绿冷静王”、“新康冷静王”、“新怡冷静王”、“新潮冷静王”以及“幸运龙”、“幸运神”等,使一场可期待的空调盛宴提前到来。

格力在高交会上大放异彩

本报讯 来到广东展区,首先映入眼帘的就是广东展区“拱形”的格力电器展板,“中国空调行业标志性品牌”、“世界名牌”等字眼格外醒目,中央空调和家用空调挂机分居两边,深入其内,四款柜机以圆形摆放中央,格力最新推出的系列空调如“清巧”、新一代“冷静王”等产品,以超群的性能和新颖的外观,彰显着格力的行业龙头风采...

意索取。展示区域整体陈设简单大方,以格力传统蓝色调为主,体现了格力电器持久的创新能力。

现场众多参观者对格力新推出的系列家用空调表现出极大的兴趣,这些空调融入的先进技术和全新的设计理念,孕育的高贵品位满足了消费者个性化的要求。格力还派出研发人员讲解,销售人员和售后服务人员在旁协助,对参观者提出的疑问给予详细的解答。

据了解,高交会现场格力空调的单品经常索取一空,格力工作人员笑称每天结束前都感觉“囊中羞涩”。参观者表示,格力空调的质量有口皆碑,而格力空调新品表现得更健康,更为环保,更为人性化,引导了“节能、健康”的新潮流,尤其是今年以来又获得“中国空调行业标志性品牌”、“世界名牌”等称号,格力这样的大品牌值得放心购买!

格力中央空调 广交会的一枝奇葩

本报讯 在刚刚结束的第100届广交会一期展会上,格力中央空调备受海外客商关注。

记者发现,这次格力电器展出的满液式水冷螺杆机依旧是本次广交会上最有“份量”的制冷产品——净重超过5000千克,运行时比常规冷水机组节电近三分之一。来自全球的采购商不但驻足细细品味这个庞然大物,而且还纷纷选择和它合影留念。

据了解,为了让更多海外客商对格力中央空调有一个理性的认识,格力电器不仅仅把“庞大”的整机搬进了广交会,还专门在格力展位上设置了一个现

场演示区,客商可以或通过网络亲自操作格力GMV远程监控技术,或进入一个特设的小房间,体验拥有自主知识产权的格力人体感应技术,真切感受格力中央空调的技术含量;此外,格力电器还派出了大批的技术工程师参加此次广交会,与客商一起探讨、交流最新的科技成果。

充足的参展准备和独特的参展风格,自然让格力电器备受海内外客商瞩目,格力中央空调成为本届广交会的一枝奇葩,慕名抽空前往珠海参观格力电器的客商更是应接不暇。

据悉,拥有自主知识产权的格力中央空调在国内市场与国

际品牌同台竞技的同时,已经冲出国门,成功打入美国、俄罗斯、巴西、印度等国家和地区,参与到竞争更为激烈的国际市场。本届广交会无疑是格力电器征战世界市场的一个练兵场,更是格力中央空调驰骋国际市场的一个缩影。

业内人士指出,中央空调是技术含量要求很高的产业,格力电器在广交会的积极姿态,表明了它做强做大中央空调产业和进军海外市场的决心和信心,在这些优秀企业的引导下,我国的空调产业正加速由“制造大国”向“制造强国”迈进。

格力小家电 广交会的新宠儿

本报讯 近日,格力小家电在广交会上尽显风采,获得了海外客商的极大认可。

依托格力电器雄厚的资源平台,格力小家电坚持走精品路线,严把质量关,在资金、人才队伍、技术力量、创新模式等方面与格力电器实现了资源共享。经过多年的发展,格力小家电已经具备了全面的研发制造能力,目

前旗下拥有包括电风扇、电暖器、电饭煲、电磁炉、电火锅、电热水壶、电饭锅、加湿器、厨房电器等在内的丰富产品群,作为一家发展迅速、充满活力的小家电企业,格力小家电目前已成为国内小家电行业的主力军。

强势品牌、全新管理、技术研发、质量控制并依托格力空调先进独特的销售渠道,使得格力

小家电在国内小家电行业中高速前进,格力小家电这颗新星越来越受到国际市场的瞩目。

据了解,今年底中山民众格力小家电生产基地产能将达到2000万台,小家电生产规模不断扩大。格力小家电正处于飞跃发展的起跑点,其全面实行的“精品战略”,将在小家电行业内树立起一面精品的旗帜。

中央空调、格力小家电各领风骚



◆与其他空调厂家不同的是,格力电器一改把中央空调作为家用空调陪衬的做法,而是在展位正中间展出了满液式水冷螺杆机、GMV多联机、户式中央空调、模块机等众多中央空调产品,义无反顾地坚持中央空调和家用空调“齐头并进”。这个“另类”的举动吸引了众多海外客商的目光,前来格力展位前参观、洽谈的客商络绎不绝。



◆广交会格力电器展区采用复式结构,特别设置了咖啡厅,给客户营造了舒适的洽谈环境。展区分为两部份——空调区和小家电区,小家电区展出了电饭煲、电磁炉、电风扇等系列产品,精致时尚的设计和智能实用的功能,吸引了不少人的目光,成为格力空调之外的又一亮点。

德国 IKK 展 刮起格力空调新品“眼球风暴”



本报讯 在刚刚结束的第27届国际制冷空调及通风产品展览会(即德国 IKK 展)上,格力今年刚刚推出、第一次在国

际性展会上亮相的“精巧”等系列家用空调新品备受参展欧洲客商的关注,而格力中央空调也凭借众多的高精尖技术虏获

了众多客商的目光。

据了解,由于今年是 IKK 展最后一次在德国纽伦堡举行,来自全球的各大知名空调品牌纷纷前往参展。展会展台设计风格基本为欧洲风格,专业中透露着随意,空调样机精彩纷呈,由于能够彰显出自身的技术实力,全球知名的空调企业均在此次展会上展出了一系列的中央空调产品,使中央空调成为此次展会的热点。格力此次展出了包括数码多联中央空调、风管机等在内的一系列中央空调产品,在参展的为数不多的中国空调企业中独领风骚,成为欧洲客商瞩目的焦点,前来咨询洽谈的客商络绎不绝。

此次展会吸引了全球数万

客商前来观看,其中 80%以上来自欧洲,格力今年最新推出的家用空调新品“精巧”、“幸运龙”、“幸运神”、新一代“冷静王”等系列倍受客商瞩目。其中“精巧”以薄取胜,外观小巧轻盈,略带圆角的四方形机身造型与同样呈小四方形的 LED 显示屏,使得整个机器刚柔相济,清丽脱俗,十分符合欧洲人群的审美观,而其制冷制热核心技术也出众,还配备了银离子过滤网和多段送风功能,营造出室内清新环境,众多亮点博得了欧洲客商的极大青睐。

众多客商在参观格力展位后纷纷表示,格力不愧为全球空调行业的领跑者,无论是家用空调还是中央空调,其发展势头均越来越好,产品竞争力

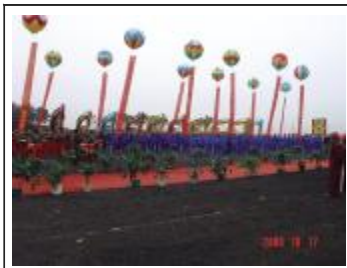
不容小觑,从格力可以看出中国自主品牌在全球空调市场的强大影响力,格力在全球空调市场的发展前景将越来越好。



格力电器合肥基地奠基仪式掠影



布展中



等待中



助兴中



有份量的握手

领导齐聚一堂



朱江洪董事长致辞

格力空调 在巴基斯坦受欢迎

本报讯 9月14日至16日,首届卡拉奇电子展(Karachi Electronics Exhibition Fair, 简称 KEEF 展)在巴基斯坦商业港口城市卡拉奇隆重举行,格力作为当地的强势空调品牌,携畅销机型参展,备受客商青睐。

作为一个拥有近 1.3 亿人口的国家,巴基斯坦虽然人均收入水平较低,空调还属于奢侈品,但随着当地的经济水平不断发展,目前对于空调的消费正处于快速增长时期,近年来当地空调市场更是以每年 20% 的速度递增,而且该国市场上目前出售的空调产品主要来自于进口,尤其是从中国的进口。

KEEF 是当地较为大型的家电及电子产品展会,旨在给国内外知名家电及电子品牌提供向当地终端消费者展示产品形象的平台,新品牌可以通过参展找到快速进入市场的捷径,旧品牌亦可借此提高知名度和美誉度。

有鉴于此,会展期间,格力电器和当地最大的专业空调销售商之一——DWP 公司联合展出了 2006 冷冻年度当地畅销的空调机型,而且也第一次展示了格力小家电产品。优质的产品再次征服了当地客商的心,纷纷前来格力展位前参观、咨询,不少消费者还现场争着购买格力空调。

据了解,格力空调自 2001 年进入巴基斯坦市场以来,一直坚持稳扎稳打的发展战略和中高端的产品定位,并采取了自有品牌与 OEM 有机结合的方式拓展市场,凭借优异的产品质量、精美多样的款式,很快就在当地经销商及消费者中建立了良好的口碑,成为当地畅销的高端中国空调品牌,销量增长迅猛。今年 3 月,格力电器和 DWP 公司合作建设的、由格力电器提供全程技术支持的格力空调生产线正式在巴基斯坦建成投产,年产“格力”品牌空调 10 万台(套),是目前巴基斯坦产能规模最大的空调生产基地之一。

(出口部李珀莹)

