

格力电器

GREEELECTRICNEWSPAPER

本期导读

- 弘扬工业精神 做强自主品牌 (2版)
- 格力电器:打破宿命 (3版)
- 做企业的主人翁 (4版)

参加表决的流通股股东赞成率高达 98.98%

格力电器股改方案高票通过

本报讯 2月28日,格力电器在公司召开股权分置改革相关股东会议。最终,格力电器股改方案以参加表决流通股份 98.98%的赞成率,高票通过。

格力电器股改方案公布后,公司与广大流通股股东进行了广泛交流和沟通。格力电器公布的最终股改方案为:流通股股东每10股获送2.7股股票。股权分置改革相关股东会议,对格力电器的未来发展至关重要,引起了流通股股东中的各大基金公司的高度重视,纷纷派出代表出席。截至2月28日,共有901名流通股股东及股东代理人通过现场或网络方式参与表决,代表股份149280606股,占全部流通股有表决权股份的70.11%,其中同意股改方案的股数为147763321股,赞成比例达98.98%。

会议期间,朱江洪董事长、董明珠总裁与出席会议的流通股股东进行了坦诚而充分的交流,并一一回答了股东们就格力电器销售渠道、未来发展



目标、商用空调前景、战略投资者引进等方面所提出的问题(详见“股改相关股东会议精彩问答”)。

3月8日格力电器股票恢复交易,

股改方案实施完毕后的对价股份开始上市流通,股票简称由“格力电器”变更为“G 格力”,股票代码“000651”保持不变

格力电器股改方案的公布及成功实施,大大增强了广大投资者对格力电器的信心。股改方案公布后的预复牌日——1月5日,格力电器的股价随即被拉涨停,上榜席位中出现了中金公司营业部以及包括中金在内的三家机构专用席位,2005年格力电器十大流通股股东中,还包括两家社保基金及人寿保险的两个账户,足见主流机构对格力电器投资价值的认同。复牌期间,格力电器股价一路上扬,并于2月15日创出了12.75元的六年来新高,成为家电板块一大亮点。3月15日,格力电器成为当日股价再创历史新高的高11只A股之一。

专业人士认为,格力电器具备国际领先的技术与规模优势,随着技术壁垒的不断提高,竞争优势将遥遥领先于其它竞争对手。国信证券的分析师认为,格力中央空调产品性能指标达到和超过国际水平,将成为未来新的增长亮点。

(本报记者)

■ 股改相关股东会议精彩问答

中央空调是今后增长点

股东:大卖场模式对现有家电企业的销售模式还存在一定的影响,下一步格力销售模式的发展有什么计划?

朱江洪:有人说我们不愿意跟大卖场合作,这是误解。我们不是拒绝所有大卖场,而是拒绝个别大卖场,我们觉得跟它无法沟通,原因是它不考虑我们厂方的任何利益。当然也有一些大卖场,跟我们合作多年,关系也很好。但是不管怎样,作为我们企业,要牢牢掌握的是发展我们自己的销售渠道,这在任何时候都不能改变。我们要不遗余力发展壮大我们自己培养起来的网络,特别是专卖店。很多人特别是有些经济学家认为,我们现在是“开倒车”,有人还认为,我们的专卖店之所以能存在,是因为开设在某些大卖场无法涉足的三、四级市场。实际上,在大中城市,我们的格力专卖店也像雨后春笋一样发展,我们有些专卖店甚至就开设在大卖场的旁边,而且销售一直很好。所以,我认为某些评论对社会各界人士理解格力销售模式有误导倾向。

股东:中央空调是行业的一个发展趋势,能不能谈一下你们在中央空调方面的发展规划?

朱江洪:中央空调是我们公司重点关注的的一个项目,也是我们今后一个很大的增长点。过去的中央空调,基本上由日、美两个国家垄断,中国的中央空调起步较晚,基本上是从1995年以后陆续发展起来的。我们也是1996年才研制出第一台中央空调,仅

不到十年的时间,我们已经开发出了9大系列1000多个品种的中央空调产品,可以说涵盖了各种中央空调。同时,我们加大了中央空调营销网络的建设,而且目前已经建成的这一网络是可控的网络。

我们中央空调的销售形势越来越好,特别近几年来,每年都成倍增长,我相信在不久的将来,中央空调销售额超过50个亿是完全没有问题的。特别是我们上马建设了六期工程,重点就是加大中央空调的生产,尤其是中央空调的配套。中央空调有相当多的配件需要外购,外购成本比较高,质量难于控制,交货期也得不到保障,现在我们自己生产,成本肯定会降低,参与竞争的能力肯定更强。所以,中央空调肯定要抓,而且要抓好,希望在不远的将来,能够尽快对公司业绩有贡献。

引进战略投资者要非常慎重

股东:股改方案实施后,格力电器在战略投资者的引进方面,有什么考虑?

朱江洪:对于战略投资者的引进,珠海市非常重视。作为企业管理层,我们也多次说过,我们认为原则就是引进的战略投资者不能是临时性的。引进的战略投资者,一定要使格力电器不断地向前发展,不断地走向国际化,不断地发展壮大。格力电器目前本身一不缺资金,二不缺管理,三不缺技术,四不缺市场,在这种情况下,引进战略投资者的目的是改变法人治理结构,也可以通过转让,吸纳一部分资金来支持建设。

所以,对于这一问题,我们非常慎重。事实上,引进战略投资者,格力电器绝对不是第一家,有很多家

企业走在我们的前面,但是真正看一看,究竟有多少是成功的?很多都是以失败告终,原来这些企业很好,一收购就失败了。我们必须牢牢吸取这些教训。格力电器不是一个小企业,在珠海、在广东、在全国都有较高的知名度,在引进战略投资者上处理不好,谁都承担不起责任,所以要特别慎重。

500亿的目标是可行的

股东:中央台《对话》采访董总时,董总提到了500亿的销售目标,我想问一下实现这一目标的主要产业是什么?这一目标什么时候能够实现?

董明珠:作为一个企业来讲,一定要有自己的目标。设定500亿元销售目标,对于我们格力电器这样一家专业化的企业来说,是适合的。这个目标是基于市场总需求量来制定的。我们的主要产业不仅有家用空调,还有商用空调和小家电,这一目标的实现是可行的。

我们之所以提出这一目标,主要在于:一是我们一直在不断地超越自己,具有超前的意识;第二是我们不断地创新;第三我认为最重要的是核心技术。

我们企业发展到今天,就是因为我们总是有一种创新意识,家用空调不用说,在商用空调方面,我们也稳扎稳打,从螺杆机到离心机再到超低温数码多联中央空调,我们都实现了生产和销售。中央空调市场的推广现在只是刚迈出了门槛,还有很大的潜力,所以我们认为500亿的目标是能够比较快实现的。我们格力电器最终要取得全球30%的市场份额,这就是我们的目标。

(本报编辑部整理)

弘扬工业精神 做强自主品牌

——全国人大代表、格力电器总裁董明珠谈创新发展



■董明珠总裁在搜狐网与网民交流

在今天的全国人大会议上，全国人大代表、珠海格力电器股份有限公司总裁董明珠，围绕“创新发展”这个主题，提交了两个议案：

一是提议国家有关部门设立“中国工业家奖”，倡导制造业应该拥有从长远角度出发的“工业精神”，而不能追逐短期的利益。同时，奖励通过技术自主创新，为企业发展创造长期效益的典型。

二是建议修改现行的出口退税政策，为自主品牌出口提供政策支持。目前，很多企业OEM出口的量很大，但是缺乏核心技术，而一些自有品牌出口的企业却面临很多困难。出口政策应向自有品牌倾斜，因为自有品牌出口在市场和品牌培育方面需要更多的投入。

这两个议案，引起了社会各界和新闻媒体的广泛关注。会议期间，董明珠应邀作客中央电视台、凤凰卫视、中央人民广播电台、搜狐网等权威媒体，围绕弘扬工业精神和做强自主品牌，与全国观众、听众和网民进行充分的沟通和交流。

“工业精神”不可缺

针对“十一五”规划“提高自主创新能力，增强自主创新能力”的要求，董明珠在提交的议案中倡导在中国企业中弘扬“工业精神”，并提议国家设立“中国工业家奖”。

董明珠认为，提倡自主创新固然非

常必要，但“创新”是“果”，而要推动创新，“工业精神”是不可或缺的“因”。弘扬“工业精神”，一方面要在技术研发和自主创新方面多干实事，少说空话，长期作战，要耐得住寂寞；另一方面，不仅要关注现实的消费需求，更要关注消费者的根本需求，主动承担社会责任，用企业力量推动社会发展，让行为对未来负责。可以说，“工业精神”就是一种“吃亏精神”。

董明珠表示：“在中国弘扬‘工业精神’，可以最大限度地人的力量和智慧从单纯的商业交换吸引到创新领域，打破‘价格低廉—压价竞销—贸易摩擦—出口受限—资金短缺—提升产品结构受限’的怪圈，为中国创立世界领先的民族品牌打下坚实的技术基础。”

据此，在这个议案中，董明珠还提出设立“中国工业家”奖项——由国务院每年评选一次，专门奖励中国制造业界具有独特精神内涵的企业及企业领导人，成就中国从制造业“大国”迈向“强国”的民族梦想。

出口政策应向自主品牌倾斜

“用自主品牌出口必须在海外进行品牌推广、渠道建设，需要诸多的成本投入。”董明珠在谈到另一个议案《建议出口政策向自主品牌倾斜》时说。

在出口层面，最为企业所熟知和关心的政策包括出口退税、外汇管制等多方面。据介绍，目前对于出口自主品牌创立来说，要在国际营销费用、广告费用以及国际展览费用等方面做大量投入。“在国际市场创立品牌动辄投入百万甚至上亿元人民币，由此产生的巨额成本和风险让品牌企业裹足不前。”而在营运费用方面，机电产品特别是家电、机械等商品如果以自主品牌进入欧美等市场，就需要建立相应的营销网络和售后服务体系，这些营运费用令实力有限的企业难以承受。另外，除正常参展费用外，国际

展览会的展位特装费用也很昂贵。

在《建议出口政策向自主品牌倾斜》的议案中，董明珠建议在目前外贸出口升级转型的关键时期，国家出台更加明确和有力的政策予以引导。

她举例说，当前家电产业是优势出口产业，同时也是贴牌出口居多的产业。据了解，如果是贴牌出口，就可以通过与进口商之间收现汇或信用证的方式较快结算，满足国家对收汇核销期必须在90天以内的规定；如果是自有品牌出口，由于经过较长的中间环节如运输、自主销售等，等到将款收回时经常就超过了90天的期限。

而在出口退税方面，不管是用“格力”自主品牌出口，还是贴国外品牌出口，都享受一样的14%水平出口退税。“国家目前并没有区别对待贴牌出口和自主品牌出口，在贴牌出口仍有微利可图且交易成本低廉，自主品牌出口需要大量投入的条件下，企业自然会更多地选择贴牌出口。”

企业发展必须自主创新

自主创新是我国“十一五”规划中的一个重要着力点，“十一五”期间我国将出台一系列政策鼓励创新型企业发展，同时国家还将组织实施一批创新项目。对国家来说，创新是民族发展的动力，而对企业来说，没有创新就有可能意味着死亡。自主创新，在今年两会上成为关注度最高的话题之一。

作为中国最大的空调企业，格力电器在自主创新上的成果是有目共睹的，董明珠对此也有深刻的体会。在中央电视台经济频道《谁来说两会》节目中与主持人陈伟鸿的对话中，董明珠指出，家电行业目前的出口基本以贴牌为主，自主品牌很少，有的企业甚至根本没有。依赖于贴牌和纯加工维持自己的企业，对企业的长远发展来说，是不可靠的，这样企

业的生存也不可能长久。作为中国家电业唯一的大型专业化企业，格力电器在多年前就意识到，要想打造成一个世界级品牌，必须拥有自己的核心技术，必须在技术方面进行了大量的投入。通过技术研究，不仅实现产品的生产，而且把技术含量和技术门槛提高。

董明珠表示，现在很多企业有短期的思想，什么赚钱做什么，而不是考虑企业未来的发展，如打造百年企业，或者代表中国人形象走出去。董明珠认为，中国要真正走出去，成为世界强国，就要通过把我们中国人自己的产品，送到世界各地，让国外消费者感受到中国人自主创新的能力和自主知识产权的技术。

谈到关于技术创新的投入与产出，董明珠表示，实际上两者是可以兼顾的，作为企业，搞研发并不是不去考虑产出，没有产出就不可能有投入，一个企业在生存发展过程当中，既要去创造价值，同时也要对未来的发展有所准备。自主创新并不是一句口号，要有实实在在的内容，如格力电器的研发中心，里面仅实验室就要有170多个，这需要大量的资金投入，但是反过来，也正是这些实验室支撑了企业发展，通过自主研发，格力电器的产品质量和技术性能都得到了最大程度的保障。

在《谁来说两会》的访谈中，董明珠还向全国观众展示了具有国际领先水平的格力超低温数码多联中央空调，董明珠表示，因为拥有这样的国际领先技术，格力电器就能够在市场上满足消费者的需求，不仅是满足中国市场的需求，也满足国际市场的需求。董明珠强调，一个企业不能随着时代发展而进步，那就会被时代淘汰，目前，格力电器正在研究5年甚至10年以后的产品。格力电器在自主创新上将更努力，让消费者买得起也用得起，而且用得开心，用得放心。

(本报记者)

中国品牌首次在南美地区获得大奖 格力成为“巴西人最满意的品牌”

本报讯 中国优秀品牌在“走出去”中越来越得到国外消费者的认可。近日，格力空调在巴西最权威的市场调查机构——巴西国家民意调查局(INBRAP)组织实施的一项大规模的公众调查中脱颖而出，成为巴西人最满意的“品牌”之一，并获得巴西国家民意调查局授予的“巴西最满意品牌”奖。

此次获奖，意味着格力品牌在巴西及南美市场已经深入人心，成为中国优秀品牌的代言人，并充分证明了格力电器稳扎稳打“走出去”战略的成功。

(格力电器巴西有限公司 葛蒙)



编者按：3月中旬，巴西格力联合电器总经理岳海平作为格力巴西的代表，接待了来访的广东省经贸代表团，并随同参加了广东代表团与巴西工商贸易部的会议。随着格力品牌深入巴西民心，格力空调在巴西各地已经随处可见，以下是岳总在巴西的亲身经历，编者特摘录下来，以飨广大读者。

3月14日上午，作为格力巴西的代表，我随来访的广东省经贸代表团参加了在巴西首都巴西利亚与巴西工商贸易部部长富兰的会议。会议在部长会议室举行，进入会议室之前，部长特别助理若塞先生出来和大家打招呼，当看到我递上印有GREE商标的名片时，他马上伸出大拇指说：格力空调好！我家里就装了一台你们的分体机，安静省电，没有任何问题，简直太棒了！

随后我们一行进入部长会议室。如同平时去其它地方参观访问一样，我习惯性地找空调看牌子，一眼就看出挂在办公室的两台格力玛瑙斯工厂生产的分体空调。

会议正式开始，代表团团长、广东省外经贸厅黄永

智副厅长介绍了广东省的基本情况，其间特别提到了格力电器去年产销量突破1000万台，已成为世界空调冠军。富兰部长特意指了指墙上的格力空调说：“MUITO BOM(非常好)！”

富兰部长与代表团商谈时，再次提到了格力玛瑙斯工厂，他表示，作为中国企业在巴西投资的公司，如有任何困难都可以向工商贸易部等相关部门反映，他们会积极协助解决。

最后富兰部长表示，他可能会在今年晚些时候去澳门参加葡语国家会议，黄副厅长当即表示邀请他到一步之遥的珠海去看看，去看看世界级的格力空调总部，部长先生愉快地接受了邀请！

由于习惯，我留心看了一下巴西利亚的政府机关办公楼，发现大部分都是使用格力空调，包括各国使馆，此情此景，尽管我身处异国他乡，但由衷感到一种春风拂面的舒畅！

格力空调深入巴西民心，巴西工商部长盛赞 格力空调 MUITOBOM(非常好)!



董明珠总裁再次作客央视《对话》

格力电器：打破宿命

自2002年第一次作客《对话》以来已经过去了三年，用董明珠总裁自己的话来说，格力最大的变化就是：“每年都在进步！”此次《对话》，主持人陈伟鸿从2004年3月起的“格力国美”事件谈起，当时有人预言：“离开了国美的格力必死无疑”。两年的时间过去了，事实证明，格力不仅没有死，而且还活得好好的，业绩每年都稳步增长：从2003年的100亿上升至2004年的138亿，2005年，格力电器的销售收入激增近40%，全球销量更是突破了1000万台套，不仅顺利实现了“世界冠军”的目标，而且成为中国家电企业的全球“单打”冠军。

厂商合作要有良好平台

格力电器证明了自建渠道这条路能够走得通，而且走得更好，从而打破了很多中国制造企业遵从的这种依赖大卖场的宿命。

究其根源，董明珠总裁则表示，厂商合作需要一个良好的平台。格力电器认为这一平台要坚持把消费者的利益放在第一位，同时兼顾厂商双方的利益。她说，格力与某些大卖场的冲突，实际上是观念的冲突，究竟是走大卖场还是走专卖店，这不是绝对的。如果合作双方能达成共识，把消费者的利益摆在第一位，把对方的利益考虑得更多，而不是只顾自己的利益，合作就可以开始，没有这一点，就没有合作的前提。

格力模式非传统模式

说到营销模式，外界一直把格力的销售模式划归到传统的模式，认为其是落后的，而认为新兴的家电连锁大卖场是先进的。董明珠表示，一个企业也好，一个流通领域也好，如果不能随市场的变化而变化，它就应该说是传统的、落后的，只要它能够应市场变化而改变自己，它就是先进的。董明珠总裁认为，营销模式先进与否，关键在于消费者需要什么，格力电器凭借质量优势，如果大面积和大卖场合作，短期利益显然是可观的，但格力电器需要的是持续的、长久的发展，不是短期的利益。所以格力电器选择自建渠道的道路，但并不是想自己来做渠道，而是希望通过自己的努力去管理渠道，去改变渠道的经营思想，使他们真正认识到为消费者服务才是最重要的，抓住为消费者服务这一点，无论是大卖场还是小卖场，最后都是赢家。所以营销模式并不是眼前就能决定胜负，企业的持续发展是最重要的，关键是经营的理念。

董明珠表示，格力电器要打造世界级的品牌，制造精品产品，就必须走一条适合自己的发展道路。格力的销售模式是一种能够适应市场需求和变化而不断发展变化完善的模式，所以它是先进的模式。

工业精神延伸至渠道

格力电器坚持把自己的企业文化灌输到产品流通的每一个环节，倡导一种工业精神。董明

编者按：在家电业竞争激烈、不少家电巨头业绩连年下降、中小空调企业纷纷出局的恶劣形势下，格力电器为什么能够连续多年业绩稳步增长、逆市飘红？在其他家电企业频频与大卖场“亲密”接触之时，格力电器为什么敢于与挑战连锁巨头而销量却连连攀升？在空调行业普遍高唱“同质化”的论调中，为什么格力电器能够接连在核心技术上取得重大突破、相继打破日美企业垄断并达到“国际领先”水平？……2月底至3月初，中央电视台知名栏目——《对话》播出了对格力电器总裁董明珠的专访，向全国观众破解了格力电器“打破宿命”之谜。

珠说，工业精神实际上就是一种甘愿吃亏的精神，就是不要有投机心理，不能盲目地急功近利，只追求眼前的效益，而是要站得更远老考虑企业的发展。格力电器是一个上市公司，从1996年上市以来，格力电器从股市募集的资金才7亿元，但现在给股民的回报已经翻了一倍，超过14亿元。如今，格力电器正把这种工业精神延伸到渠道，让商家意识到，倡导的不是惟利是图，商家要赚钱但不能赚暴利，大家是在经营一项事业，产品卖出去以后还要服务到位。投机心理往往是对消费者利益最大的损害，格力倡导自己的经销商要一辈子都要做格力空调。如何确保经销商的工业精神？董明珠透露，首先就是在经销商的选择上严格把关，其次就是要确保经销商能赚钱。

董明珠表示，格力电器成立销售公司目的并不是为了几个人赚钱，而是为了所有的经销商能够赚钱。现在，格力电器对销售公司的管理越来越规范，销售公司实际上已经成为格力电器延伸到市场上的一种二级管理机构，其行为要对消费者和经销商负责，而且要绝对认同格力电器的企业文化。

创新服务推动行业进步

2005年，格力电器销量突破1000万台，成为名副其实的世界冠军。董明珠表示，支撑格力电器实现这一目标的是产品的质量和领先的技术优势，并不是仅仅因为格力电器的售后

服务好。她认为，售后服务应该是一个企业必须承担的一种责任、一种义务，所以企业更应该注重的是产品不需要维修，那才是好产品。

董明珠说，格力电器提出“整机六年免费包修”不是为了炒作，从而吸引消费者眼球，而是因为格力电器已经在产品质量和技术上做到了产品六年不需要维修，才作出这样的承诺。格力电器此举也迫使行业内其他企业要把产品质量搞上去，逼着它们对消费者负责任，这无疑推动了行业的进步。

创立世界级品牌需要核心技术

董明珠表示，要成为一个世界级的品牌，并不是广告就能够决定的，而更多的是靠技术领先。格力电器自主研发的技术目前拥有国内外专利700多项，并全面掌握了从家用空调到商用空调的核心技术，如打破美国制冷巨头多年来技术垄断的离心式大型中央空调、世界第一台国际领先的超低温数码多联空调相继问世，充分说明了格力电器的空调技术已经走在了国际前列。

董明珠指出，格力电器并没有因为这些而满足，相反而是提出了更多更高更苛刻的要求，希望能在更多的项目上有新的突破。她表示，格力电器的下一发展目标是实现500亿元的销售，目前，全公司上下正在全力以赴争取尽快实现这一目标。（本文系本报记者根据《对话》访谈内容整理而成）

广州：专卖店挺进“金三角”

本报讯 不久前，广州番禺区耀恒丰格力专卖店盛大开业，这使番禺核心家电商圈竞争的火药味更加浓重。目前，耀恒丰格力专卖店所在地正是番禺市桥以沙园、国立两大家电综合卖场所盘踞的要地，而格力专卖店在此“金三角”的落地开花，则是为明年市场预热期做准备。

广州销售公司总经理王伟权认为，家电行业渠道竞争严峻，本土经销商要根据实际情况有效应变，经销商开设格力专卖店，无疑是应对连锁家电卖场竞争的有效措施。

（广州销售公司 孙卓）

珠海：大力发展专卖店

本报讯 3月1日至4日，珠海销售公司分别在中山、珠海、茂名等地隆重召开了以“春色满园”为主题的2006年度格力经销商新春恳谈会。

会上，广大经销商达成了一致的认识：专卖店是未来发展的一大趋势，因此要加大力度发展格力专卖店。

（珠海销售公司 陈志慧）

南宁：消费者喜爱格力空调

本报讯 3月9日，南宁市消费者协会通过综合市场调查和消费者反映情况后，经过严格审核，评出2006年度“消费者信得过企业”173家，其中包括格力空调在内的9种商品获“消费者喜爱商品”称号。

（据3月11日《当代生活报》）

北京：成立十年用户俱乐部

本报讯 3月6日，北京销售公司正式公布，将使用年限超过十年的用户组织成立一个庞大的、国内首家“十年俱乐部”。

据介绍，为了倡导空调行业竞争的新理念，北京销售公司今年将不使用任何炒作性概念。同时配合以“走进格力，见证品质——追本溯源，品质是本”大型活动。届时，北京销售公司将在全市范围内寻访10年以上的格力老用户，征集评选格力空调品质见证大使。格力品质见证大使将有机会到珠海参观访问，以近距离了解企业。

“十年俱乐部”用户将享受到特殊的服务，一些比较重要的服务项目将提供终生免费服务。除十年以上的老用户外，一部分购买新机用户，也将享受到北京销售公司提供的“十年俱乐部”服务。

（据3月7日《中国家电网》）

董明珠总裁又获两项殊荣

本报讯 由全国妇联《中国妇女外文期刊社》、联合国妇女发展基金（北京）及搜狐网共同主办的“2005年度中国女性创业先锋人物评选”活动3月3日在北京揭晓。格力电器总裁董明珠获本次活动评选出的唯一“2005年度中国女性创业经济大奖”荣誉。

又讯 3月1日，由珠海市有关部门评选的“2005年珠海十大魅力人物”正式出炉，格力电器总裁董明珠当选其中。

家经部喜获省“三八红旗集体”称号 格力电器入选深证创新指数样本股

本报讯 “三八”节前夕，格力电器家用空调经营部获广东省妇联颁发的2005年度“广东省三八红旗集体”荣誉称号。

3月7日，珠海市妇联向格力电器家用空调经营部颁发了奖牌和荣誉证书，这是对家用空调经营部为代表的格力电器全体女员工多年来在平凡的工作岗位上做出不平凡业绩的充分肯定和高度评价。

（工会 屈小玲）

本报讯 来自深交所的消息，国内证券市场发布的第一个创新指数深证创新指数2月27日起正式编制和发布，格力电器等40只样本股票入选其中。入选需要符合四个条件：深交所符合自主创新原则的A股；非ST、*ST股票；公司最近一年无重大违规、财务报告无重大问题；考察期内股价无异常波动。此举动为反映A股市场创新型企业的市场表现提供了很好的参考。（投资证券部 叶永青）

做企业的主人翁

吴量/文

编者按：本文节选自2006年2月由中国传媒大学出版社出版的《如果你是老板》一书。关于如何做企业的主人翁，相信很多人都有思考，但未必每一个人都会用这种态度对待自己的工作。文章用格力电器总裁董明珠的经历给大家作了完美的解答，做企业的主人翁并不意味着“无私的奉献”，企业终会给你巨大的回报，而且在这个过程中你会觉得自己在做很有意义的事情。

一个拥有主人翁精神的人，不仅仅是让自己成为企业的主人，而是让自己时刻与公司血肉相连、心灵相通、命运相系，用这样的心态和信念去做好每一件事情，面对每一个客户，在你每一个成功或者失败的经验里面，渗透出企业以及你个人这种共同的精神气质。

很多员工都有这样的想法：公司是老板的，又不是我的，我凭什么要以主人翁的心

态来对待企业。在过去相当漫长的年代里，“主人翁精神”被严重曲解，等同于“无私奉献精神”，甚至有浓厚的“为了集体，牺牲个人”意味在里面。说白了，人们的疑问其实就是：“为了公司牺牲个人，你值得吗？”

不过，我告诉你，如果你用主人翁的心态来对待企业，企业将会给你巨大的回报。

董明珠，中国家电行业的风云人物，一位风口浪尖的商海女性。14年的时间，她从一名基层的销售人员成长为当今中国最大的空调企业——珠海格力电器股份有限公司总裁。

她撰写的自传《棋行天下》提到，当她被公司派到安徽做销售员时，碰到的第一件事情是，她面临前任销售人员所留下来的一笔欠款。本来她可以不去理会这笔欠款，重新开拓自己的业绩，但她还是决定把欠款收回来。这就是我们常常讲的主人翁精神，是一个杰出员工所具有的天然禀赋，具有

这种精神的人，她的个人利益和公司利益是一致的。

董明珠在紧要关头选择了一件看似比较难但却非常正确的事情。如果当初她不去讨这个债，公司也不会怪她，因为这不是她造成的。可是在这一关头，她选择了去解决她前任所留下来的问题，而这样的一个念头，就展开了她作为一个职业经理人非常杰出的旅程，虽然这条道路是困难的，但这条道路却是往上提升的。

后来的一件事情也证明了她做事业的眼光，格力电器的营销部门被集体挖走了，对方还要以百万年薪收入来诱惑她加盟，但她拒绝了这种诱惑，接受公司派遣做营销主管，因为是领薪水，不拿提成，收入反而比以前还低了一些。可是她很乐意接受这样的挑战。这可以给现在那些以短期利益为导向的年轻人启发，你会发现，当初跳槽的人可能现在不知道在哪里了，可董明珠现在是格力电

器总裁。

员工的主人翁精神直接决定企业的竞争力。因为如果每一个人都有主人翁精神，都把公司的事情当作自己的事来做的的话，公司无形当中会形成很大的竞争力。大家会把所有可能的成本，包括讯息成本、合约成本、监督成本、实施成本，都可以大幅度地下降；还可以把一个人的潜能大幅度地提高。只要你有主人翁精神，你就会认为自己在做一件很有价值的事情。

当你用主人翁的心态去对待工作的时候，你会完全改变你的工作态度，你会时刻站在老板的角度思考问题，你的业绩会得到提高，你的价值会得到体现，企业会因为你的努力而变得不一样，你也可以通过你的带动作用，改变你身边的人，让所有的人都用主人翁的心态去对待工作。企业发展了，不仅对老板有利，对你同样有利。

做公司的主人翁，最重要的就是要在行动中体现，从我做起，从现在做起，把自己当成老板一样去思考公司的事情，想一想怎样才能发挥自己最大的能量，当好这个家，做到为人不骄、处事不躁、处外不卑、主内不亢，像关爱自己的家一样去关心公司的经营和发展。

图书简介

本书是一位企业老板亲自撰写的员工培训读本，作者从员工变成老板，又从老板变成员工，然后再再次成为老板，在此经历中对员工和老板的心理有着切实的体验。作者认为，一个公司，只有员工和老板之间相互理解，上下一心，才能真正建立和谐的企业组织，才能形成真正的凝聚力，才能成为超一流的公司。



黄果树瀑布

曾伟强/摄
(科管部)

天空是蓝色的

绿茶/文

天空是蓝色的，你有看到吗？工作忙碌的你多久没有仰头看看天空？每天可能只是低头走着自己的路，浑然不觉周围环境的任何变化。也许你有一双发现美的眼睛，可是你却在生活中丧失了发现美的心境。天空还是蓝色的吗？认知上是的，但是现在的你没空关注，因为你有繁杂的事情需要处理，下班后又或许要急于坐车、煮饭，晚上看看电视或者上会网，天空怎样已经不重要了。

春天来了，但是我们已经没有了那份孩子般的欢快。嗅觉闻不到花香，味觉品不出空气的甜味，听觉也听不到鸟儿的报喜声。我们感知不到春天的气息，麻木地过着每一天。上班，下班就是我们生活的全部。生活是如此的“简单”，简单到我们“复杂”不起来。但是这种“简单”是苍白而不是轻盈的，生活的苍白影射着我们的心情，莫名其妙地烦躁，因小事而大发雷霆，经常对自己质疑，无

法自信生活，也无法相信别人。

我们的物质生活在提高，我们的精神生活在枯萎。我们发现，父辈当中很多人能写得一手好字，下一盘好棋，拉二胡、吹口琴那就更不在话下。而现在的我们可能只会坐在电脑旁边敲着键盘，这种缺失我们却浑然不觉，甚至可能还沾沾自喜。我们的情感日益贫乏，我们的状态日益萎靡，我们的心境日益消沉，但是我相信这并不是我们想要的。

现在的你要做什么呢？如果事情不是那么急迫，那么请放下，去看看天空是不是蓝色的？看看阳台上的花抽出新芽了吗？想想今天是不是该给它浇水了？时间还早，是不是该打个电话给爸妈问候一下？朋友有多久没联系了，他们过得还好吗？用你的内心，这时你是不是感知到春的气息？空气里的甜物品到了吧，花香鸟语此刻你也一并闻到听到了吧，原来生活可以这样美好！（工艺装备部）

仙人球的启迪

陈婉月/文

一个秋天的午后，一时兴起，我在花鸟市场买了一株小仙人球。小生命嫩嫩绿绿，带着一圈毛茸茸的小刺。彩陶瓶是为小家伙量身定做的，七八厘米的阔口，龙纹若紫的釉身，不大不小，刚好够身。

书上说：仙人球长于沙漠，可常年抗旱，寄于恶劣环境并能吸收辐射。于是，它理所当然被我安置在电脑桌旁。两周后，那圈茸茸的小刺长且利，在出奇不意间已经可以刺痛手上的神经了；四周后，靠阳光边的左半球在体积上明显超过背阴的右半球，横扫剩余的空间；六周后，小仙人球却出现畸形状态，在绿油

油的茁壮里染上了一丝病恹恹的青色；两个月过去了，天，我惊奇地发现，仙人球如患上偏瘫，日益萎缩，局部间竟出现大片枯黄，挂在顶上的小刺，因为躯干的枯萎，松松垮垮的倒挂在上面，连风吹过都要晃动。用手去捻这小刺，没有刺痛，它已无能伤害我的神经，只随我叹息，轻轻掉在地上。

突然间很颓废，耐旱而生于逆境的仙人球竟死于我手。心灰意冷的我放弃了营救，只在天气好的时候，偶尔让快要西去的仙人球晒晒太阳，其实并无起色。

母亲来了，看了现场，随后做了个非常简单的动作，这是个

难以让人理解的动作。她敲破了那个漂亮的小釉瓶。“咣当”一声，散落出一圈紫色的光圈。沙石也星星点点铺了一地。“里面都是沙子。”母亲说了一句。“仙人球不是需要沙子吗？它生长在沙漠，需要一个缺水而困难的环境才能长得茁壮，就是逆境出人才嘛。”我很疑惑地看着母亲的脸。“你看看他的根。”母亲挑起了这个根部完全裸露在外的仙人球，我看到了，那是我生平看到最细弱的一条根，细长而无力，低低地垂着，老态龙钟。“里面都是沙，植物需要的是泥土！”母亲又说。

按照母亲的方法我们开始

实施抢救，用大的广口大釉罐代替那个被打破的禁锢，去山边挖来肥沃的泥土，把濒临死亡的小仙人球放了进去，细心盖上土壤，这是真正的土壤，不再是所谓的仙人掌耐以生存的细沙和砾石。给泥土浇上一些淘米水，润湿的土壤有细细的甘露轻轻的渗透下去。依然是小仙人球，被我们放在最向阳的阳台上，接受太阳的照射，吸收天地的精华。

一周过去了，仙人球开始慢慢恢复原来绿油油的颜色，刺也开始抖擞。“噌噌噌”的好像连夜在往外拔。每天照顾它时我都很小心，不再奢望它刺伤不了我。

那截曾经枯黄的躯干在慢慢修复，虽然依然可以看到枯黄色，但结痂的日子好像不远了。现在的我每天都会看我的仙人球，去看它每一天的变化，看它那浅浅的刺是不是拔高了，看它那并不匀称的身躯是不是变得圆润得体现了。可爱的仙人球正高兴地冒着泡泡。

我记住了母亲的那句话：“植物需要的是泥土”。恶劣环境对成材这说法其实是很糟糕的，只要是植物，需要的绝对不可能是沙石，它们需要的是泥土，真正黑黑肥肥的泥土，连仙人球也不例外。

(重庆公司绩效管理部)