

2006年4月15日出版
第4期
总第164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

- 格力中央空调扬威中国制冷展 (2版)
- 救助孤儿空调格力伸出援手 (3版)
- 责任格力 (4版)

2005年销量突破1000万台(套), 实现销售额2.48亿元、利润5.10亿元

格力电器称冠全球空调行业



本报讯 4月11日, 格力电器发布了2005年年报。年报显示, 公司2005年全年实现销售收入182.48亿元, 比上年增长31.92%, 实现利润5.10亿元, 比上

年增长21.11%, 净资产收益率达18.68%, 取得了良好的经济效益, 进一步巩固了行业龙头的地位。

2005年格力家用空调的全球销量已经突破了1000万台, 根据在全球空调行业颇具权威性的日本《JARN》杂志和日本知名的调查机构富士经济的相关统计数据表明, 格力家用空调无论是产量还是销量均位居全球领先地位, 事实上其销量和销售额已经位居全球第一, 这表明, 格力电器制定的“2005年冲击世界冠军”的目标已经顺利实现, 格力电器由此成为全球空调行业中的新霸主。

市场集中度提高, 内销“一枝独秀”

2005年, 受房地产调控政策实施、电力供应紧张、能效标识制度的实施等多种因素的影响, 空调行业各品牌的竞争仍异常激烈, 空调材料成本继续上升, 国内空调市场比较平稳, 甚至有机构和专家分析, 国内空调市场总量已经首次出现了小幅下滑。受到上述种种不利因

素的影响, 众多中小空调企业举步维艰, 就连不少知名的空调品牌也感受到了前所未有的压力。

然而, “整体市场不增长, 不排除个别企业有大的增长, 大多数企业倍感压力, 并不能妨碍个别企业脱颖而出”, 朱江洪董事长表示。格力电器在内销上已“一枝独秀”: 2005年, 格力空调的销售额比排名第二位的空调品牌高出了近30亿元, 而在国内销售量上, 比排名第二位的空调品牌已高出近1倍。

国际市场看好, 外销劲增59%

年报显示, 格力电器去年在海外市场销售收入达35.73亿元, 同比增长59%, 占到总收入的近20%。这表明, 作为中国空调行业的龙头企业, 具备技术和品质优势的格力电器已经越来越受到国际市场客户和消费者青睐, 国际市场显然已经成为公司业绩增长的一大亮点。

近年来, 在国际市场上, 除了与国际知名品牌加大合作力度外, 格力电器还

加大了“格力”自主品牌出口的力度。目前已经将“格力”牌产品成功打入英国、法国、巴西、俄罗斯、澳大利亚、菲律宾、沙特、印度等40多个国家和地区。

产业链日趋完善, 未来竞争优势更明显

11日, 格力电器还公布了六届十五次董事会决议公告。公告称, 该公司董事会已经通过了《关于投资电机配套项目的议案》, 将投资1.5亿元兴建年产能达1500万台的电机配套厂, 其中塑封电机年产能650万台, 铁壳电机年产能800万台, 商用电机年产能50万台。项目达产以后, 该公司电机自给率可达50%, 可彻底解决电机配套问题。

此举表明, 格力电器在构建和完善产业链上又迈出了重大的步伐。此前, 格力电器已经在珠海斗门投资超过4.5亿元, 使压缩机年产能新增240万套。该项目2005年已经建成投产, 目前, 格力电器的压缩机产能已经突破了500万台套。 (本报记者)

巴基斯坦格力空调生产基地竣工投产

本报讯 经过近一年的精心筹备, 第一台在巴基斯坦生产的格力空调已于3月中旬下线, 这标志着巴基斯坦格力空调生产基地正式投入使用, 并实现批量生产。这是继南美巴西之后, 格力空调生产基地在第二个海外市场落户。

据悉, 与巴西生产基地不同的是, 该生产基地由格力电器与巴基斯坦当地最大的专业空调销售商之一——DWP公司合作建设, 并由格力电器提供全程技术支持。该生产基地位于巴基斯坦空调市场重镇——旁遮普省首府拉合尔市, 全部生产“格力”品牌的空调产品, 年产量规模达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。该生产基地达到设计产能以后, 格力电器每年可相应增加空调散件出口2000万美元左右, 同时, “格力”品牌空调在巴基斯坦的市场占有率将达到15%以上。

当天, 300多名经销商参加

了该生产基地盛大的投产仪式, 格力电器副总裁黄辉专程率团出席了投产仪式, 祝贺该生产基地的顺利投产, 并表示全力支持DWP公司在当地推广“格力”品牌。格力空调生产基地落户巴基斯坦, 引起了当地政府的高度重视, 投产仪式前, 旁遮普省省长卡立得·马克卜专程接见了黄辉副总裁一行, 并表示全力支持格力空调生产基地在巴基斯坦的发展。

同时, 格力空调2006年度巴基斯坦新品发布会也在拉合尔隆重举行, 会上通过样机、实机和图片等形式展出了格力空调最新推出的系列家用空调和商用空调产品, 受到了与会的300多名经销商的高度评价和热烈欢迎。

黄辉副总裁表示, 该生产基地落户巴基斯坦, 将更好地满足当地经销商和消费者对格力空调的需求, 进一步提升格力空调在当地的市场占有率。他透露, 2006年巴基斯坦的市

场容量在60万台左右, 目前包括自有品牌和OEM在内, 格力空调已经获得了大批订单, 有望成为在巴基斯坦占据市场份额最多的中国空调品牌。

巴基斯坦所处的南亚地区是全球最具经济发展潜力的市场之一, 有着非常广阔的市场, 来自日本、美国等国家的全球各大国际知名品牌, 早已纷纷进入该地区。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。

与一些中国企业热衷于“低价冲量”不同的是, 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



▲ 巴基斯坦格力空调生产基地厂房



▲ 格力电器副总裁黄辉在投产仪式上



▲ 巴基斯坦经销商青睐格力电器的新品

位, 并采取了自有品牌与OEM相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。2005年年底, 40多名巴基斯坦空调

经销商专程组团前来格力电器参观访问, 格力电器全球首屈一指的生产规模、国际一流的专业空调研发中心、严密的质量控制体系和科学规范的现代化管理, 令巴基斯坦经销商深受鼓舞, 并纷纷与格力电器签署了全年的订单。 (本报记者)

热烈祝贺2006年首届格力专卖店专题研讨会成功召开!

详情请阅会议专版(5版至8版)

格力中央空调扬威中国制冷展

本报讯 4月11日至13日，第十七届“中国国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会”简称“中国制冷展”如期在上海举行，格力中央空调以强大的阵容参展，其国际领先技术和后来者居上的发展势头让竞争对手和众多的海内外客商感叹不已。

中国制冷展与美国 AHR EXPO.、德国 IKK 展览会并称“全球三大暖通制冷空调展”，是亚洲规模最大的同类专业展览会。今年吸引了 500 多家国内外专业厂商参展，包括开利、特灵、艾默生、三菱、LG、谷轮、格力等知名品牌，超过五万专业及贸易人士前来采购设备、寻求合作及交流技术信息。

格力电器此次展出了包括离心式大型中央空调、超低温数码多联机、热回收数码多联机、户式中央空调等十多款新产品，其中的几款“中国制造”

中央空调均代表了业内尖端技术。如格力离心式大型中央空调是国内第一台拥有自主知识产权的离心机，打破了美日长期在大型中央空调领域的技术垄断，填补了国内空白；格力超低温数码多联机，被国家建设部评为“国际领先”水平，超世界第一台超低温数码多联机；刚刚上市的格力热回收数码多联机则是格力电器自主研发的世界上第一台热回收数码多联机，也是国内第一台热回收多联机，同时还是目前世界上容量最大的模块化多联机产品。

核心技术不能靠“施舍”，格力电器每年都投入巨资用于自主创新技术的研发，是中国空调业技术投入费用最高的企业。格力电器已从单纯的家用空调专业制造商积累了向中央空调专业制造商的基础，近年来，格力电器在中央空调核心技术上的一系列重大突破，

引起了业界的高度重视。在 12 日下午举行的“格力 GMV 多联空调新技术交流会”上，100 多平米的报告厅内更是座无虚席。交流会吸引了众多专业人士、专业媒体及房地产商、物业公司、建设承包商的参加。会上，大家纷纷表示，格力多联空调技术已跻身世界前列，在某些领域甚至赶超美超日，中国的中央空调产业的核心竞争力日益增强。大家第一次在这个展会上看到了中国企业高谈阔论的身影，第一次看到了国际知名品牌技术人员虔诚的身影。

业内分析人士表示，格力中央空调在中国制冷展的优异表现，再次证明格力电器厚积薄发，已经具备了将龙头地位从家用空调领域上升到竞争格局更为国际化的商用空调领域的条件。格力电器在中央空调核心领域的接连突破，其意义远不止于为企业发展寻找新的



▲在中国制冷展上，格力中央空调吸引了众多海内外客商的目光

业务增长点，更重要的是让世界了解了中国，让世人知道了中国人也拥有了在中央空调领域的核心竞争力。

展会主办方也表示，中国目前已发展成为制造业大国，制冷空调暖通产品的产量及产

值每年不断增长，已居世界前茅，产品品质也达到了国际市场的要求，格力电器等一批拥有自主知识产权企业的参展，更好地向世界展示了中国正在从“制冷产业大国”向“强国”迈进的新形象。 (本报记者)

内蒙古党政代表团来访

本报讯 日前，内蒙古自治区党委副书记杨利民率领的考察团到珠海考察，特意前往参观了格力电器。珠海市委书记邓维龙、格力电器董事长朱江洪和总裁董明珠陪同考察团进行了参观。

刚进入格力电器展厅，考察团就被一大片奖牌吸引住了。朱江洪指着几块最有“含金量”的奖牌：“连续 5 年荣获上市公司 100 强”、瑞士信贷银行颁发的“中国最具投资价值的上市公司”介绍说，格力空调今年销售目标 230 亿元。内蒙古自治区党委副书记杨利民频频点头：“不简单，实实在在！”

展厅里签有专家名



▲格力电器董事长朱江洪正在为内蒙古党政代表团讲解

字的格力第一台超低温多联中央空调引起了考察团的极大兴趣。当听到朱江洪董事长介绍说可在零下 25 度的超低温环境中稳定运行，出风温度在 40 度以上。杨利民风趣地说：“这适合我们内蒙古。”自治区副主席徐

德辉忙与格力电器总裁董明珠互换名片，他说，他们对格力超低温多联中央空调很感兴趣。临别，杨利民副书记说：“内蒙古自治区现在建设量很大，空调的使用量也很大，希望我们共同营造这个市场。”

格力空调获三个第一

本报讯 在你的心目中格力空调是怎样一个地位？最近《Marketing-China 成功营销》杂志联手新生代市场监测机构共同推出的“年度中国最具竞争力品牌调查报告”的数据表明，在空调行业中，格力电器在竞争力、消费者份额、预购率等方面均居第一，格力电器重视自主创新，坚持“中国制造”的杰出表现得到了评委人员的一致好评。

“重视自主创新，坚持‘中国制造’是中国复兴的一个途径和方法”。改革开放二十多年，在中国经济逐步走向市场化的进程中，无数事实及经验证明以“市场换技术”，最终还需要消化技术、创新技

术。企业创新能力能否提高、企业能不能拥有核心竞争力、拥有自主品牌，将影响着今后的产业竞争格局，并因此决定国家的竞争优势。

自 2004 年起，《marketing-china 成功营销》杂志联手新生代市场监测机构连续三年倾力打造，横跨 27 个行业，涉及 1000 多个产品品牌，覆盖 30 个城市，采集 7 万余样本量，权威推出“年度中国最具竞争力品牌调查报告”；同时，围绕该报告所进行的主题峰会，也成为市场圈中颇具影响力的年度营销盛会。这种高覆盖率全景扫描企业产品市场表现的方式必将极富市场代表性。

节能大比武格力又领先

本报讯 3月20日，记者从国家发改委网站上了解到，国家发展和改革委员会、国家质量监督检验检疫总局近日根据《能源效率标识管理办法》联合发布公告，公布了 2005 年 7 月 12 日至 2006 年 1 月 12 日期间、备案的能源效率等级为一、二级空调的 22 个生产企业 205 个型号。格力电器共有 21 个型号的空调产品进入其中，其中 9 个型号达到一级，12 个型号达到 2 级，无论是总数量还是分别达到一、二级的数量，均在三大“一

线品牌”中遥遥领先。

由于根据有关规定，只有达到一级和二级能效标准的空调才能被称作“节能产品”，其他产品一律不得以“节能”的名义进行宣传，因此业内把这份名单形象地称作是“节能空调榜”。今年的这份榜单，格力电器又在一线品牌中遥遥领先，再一次证明了格力电器在节能技术上领先优势，中国空调业的“节能大王”名副其实。

中大 MBA 学员高度评价格力电器



本报讯 3月27日，中山大学高级总裁 MBA 研修班学员一行到格力电器参观考察，格力电器总裁董明珠与学员们共同分享了创业历程及对企业

管理和管理者素质等方面的认识，学员们纷纷表示受益匪浅。中大鲁强华教授指出，格力电器作为一个国有企业能在短短十几年发展成中国第一空调品牌，这与企业领导者的管理理念是分不开的，领导者的忠诚度、奉献精神、创新精神和工业精神至关重要，这也是我们现在迫切要研究和学习的。座谈后鲁教授代表研修班一行向董明珠总裁赠送了“南海精英，铿锵玫瑰；棋行天下，女中豪杰”的锦旗，并向格力电器授予“中山大学高等继续教育学院 MBA 高研班实践教学基地”称号。

简

■ 经全省各级组织评选推荐及省劳动模范和先进集体评选表彰委员会审定，近日，格力电器荣登“广东省先进集体”公示名单。同时，格力电器和格力员工曹翔云还分别荣登“珠海市十佳和谐文明企业”和“珠海市十佳员工”公示名单，据悉，4月底至5月初，珠海市和广东省将召开隆重的表彰会议，届时格力电器将正式获得这些荣誉称号。

讯

■ 近日，根据广东省经贸委、财政厅、国税局、地税局、海关广东分署《广东省省级企业技术中心认定和评价管理办法》，经审定，格力电器确认申报 2006 年第七批广东省省级企业技术中心成功。

■ 2005 年格力电器认真贯彻执行各项安全生产法律法规，切实做好公司安全生产和工伤预防工作。良好的表现得到珠海市相关政府的认可，格力电器荣获“珠海市 2005 年度工伤保险先进单位”称号。

救助“孤儿空调” 格力伸出援手

本报讯 近日，四川省保护消费者权益委员会开展“退市空调”免费救助行动，通过协商，四川省消委会确定由专业性较强、资质较好，售后服务体系较为完善的四川格力电器售后服务管理有限公司承担这次救助活动的具体实施工作，并在四川格力电器售后服务管理有限公司建立“四川‘退市空调’救助中心”。

四川格力电器售后服务公司为全面启动“退市空调”救助行动，格力空调从全省300多个服务网点中精心筛选出600余名专业服务人员成立了“义工服务队”。目前，600义工已经开赴全省各级城市，随时等待接受救助中心指令，就地及时上门开展“孤儿空调”免费检测、维修服务。

义工开赴之前还进行了庄严宣誓：遵循“您的每一件小事都是格力大事”的服务理念，遵守国家、行业有关空调产品检测、维修标准、规范，全心全意、任劳任怨、诚信实在，以消费者

利益为核心，用代表行业最高水平的技术向消费者提供及时、准确、规范、贴心的专业服务。

格力电器此举在社会各引起了较大的反响和共鸣，近日来，救助中心热线电话火爆异常，出人意料是时，除预约救助电话外，许多非退市空调用户也纷纷通过这个电话表示对这一行动的赞赏、欢迎痛称伪劣产品的危害。

“走近格力，共享品质”，素以品质优势享誉海内外的格力，借本次活动再次发出了“返朴归真，品质是本”的倡导和呼吁，业内人士指出，作为连续十一年领跑中国空调行业已具备全球影响力的专业化空调企业，格力电器这种主动承担社会责任，挽救行业危局的举动不仅体现了领头品牌的实力和风范，赢得了更多消费者的支持、信任和行业的普遍尊重，用实际行动诠释了其“品质为本”的经营理念以及董明珠总裁所倡导的一种平和和实在、少

说多做、杜绝急功近利的投机心理，切实关注消费者需求，脚踏实地引领并推动行业健康、良性发展，从而促进社会进步的甘愿吃亏的工业精神。

——新闻链接——

据四川省保护消费者权益委员会副秘书长李海燕介绍，所谓“退市空调”，是指因空调生产企业破产、倒闭，消费者购买使用的空调失去售后服务保障的情况。

截至目前，四川已消失品牌的空调在全省范围内约有50万套。针对因企业退市造成的售后服务缺失而引起的投诉，以及目前现行法律法规尚不能有效解决此类问题的现状，四川省消委会决定为购买了“退市空调”的消费者开展一次救助行动。

“退市空调”免费救助行动历时达一个月，到今年4月底结束。免费救助行动期间，将由四川格力电器售后服务管理有



▲四川省保护消费者权益委员会与四川格力销售公司共同召开“退市空调”救助行动通报会

限公司在省内范围内，应消费者要求，开展免费上门检测和提供维护服务工作。免费救助行动的对象限于通过援助热线申请或经由各级消委会转递，确认属于企业已完全退出市场的空调客户。



▲四川省保护消费者权益委员会向四川格力销售公司颁发牌匾

旺季来临，各地备战服务



▲毛国定主任为东北地区优秀售后服务单位颁奖

吉林 固本强基

本报讯 东北销售公司2006年度售后服务工作会议近日在沈阳隆重召开，各个格力售后服务网点近两百人参加了会议。

会议扼要分析了东北地区格力市场，肯定了各地区售后服务工作，并指出今后售后服务新方向。大会使各地区售后网点更深入了解售后服务政

策及重点，增进了各网点的学习和沟通，各网点纷纷表示将在东北格力电器销售公司的领导下，更加规范和完善售后服务工作，让格力品牌在东北深入人心，遍地开花！前往参加会议的格力电器客户咨询中心毛国定主任还为6家最佳售后服务单位和12家优秀售后服务单位颁发了奖牌。

(东北销售公司赵为)

广西 厉兵秣马

本报讯 广西销售公司2006年度售后服务工作会议近日隆重召开，共有220余名代表参加了此次会议，是广西历届售后服务会议中参会人数最多的一次。

会议重申售后服务细节是关

键，各个售后服务网点必须坚定不移地实行细节管理，即对网点形象、安装服务等方面提出的要求认真执行，才能真正有效推行珠海总部提出的“精品服务”战略政策。

会议对在2005年度售后服务工作中作出突出贡献的网点和

个人给予了奖励。不少代表纷纷指出，通过此次会议受到了一次良好的教育，并表示一定按照要求，积极贯彻落实珠海总部和广西销售公司对售后服务工作的要求，踏踏实实的把网点工作做细做精，打好销售旺季售后服务的漂亮仗。

(广西销售公司常慧)

粤东 整装待发

本报讯 日前，粤东销售公司2006年度售后服务工作会议暨05年度销售表彰大会在汕头举行。会议深入分析了目前国内外空调市场竞争环境和格力电器良好发展态势，并就粤东市场的售后

服务、市场秩序、家用及商用空调、小家电业务等方面工作进行了详细的分析、计划和部署。会议还对26家销售点进行了表彰，代表们表示，今后将更加侧重格力品牌的经营和拓展，严格执行公司的售后政策和市场秩序管理政策。

(粤东销售公司何玉燕)



湖北

“3·15”保养行动赢得满堂彩

本报讯 “3·15”期间，湖北销售公司在全省推出空调淡季保养大行动。报纸、电视、广播等多种媒体的立体宣传、5000平方米大型户外广告及公交车的飞字宣传，活动得到了消费者的极大关注。其中不少预约保养用户中是属于格力电器三四级市场的偏远消费者，由于保养边际成本过高，很容易成为“被遗忘的角落”。针对三四级市场用户保养难的实际情况，湖北销售公司客服部特别制定了一整套完整的保养服务计划和考核规定，确保三四级市场用户服务承诺的及时兑现。

时兑现。

活动期间，在不少三四级市场天刚亮就能看见格力“机动服务队”的身影。着装规范整齐、训练有素的格力客服人员更是成为各县市用户交口称赞的亮点。不少用户专程来电，认为格力电器专业化的品质和专家式的服务是对消费者权益最有效的保障。阳逻电厂党支部书记在亲眼见证了格力认真规范的服务流程后，当即表示在即将动工家属楼工程招标中，要把格力作为首选品牌。

(湖北销售公司陈竹)

广州

启动乡镇市场攻略

本报讯 日前，广州格力空调销售有限公司所属地区的8家专卖店同时开业，这些专卖店主要分布在花都、番禺等地区所属的镇级市场和广州白云区的周边地区。新开业的专卖店均以橙黄色为主色调，店内除了空调、小家电产品的销售区域外，还开辟区域宣传格力的企业文化。广州格力空调销售有限公司总经理王伟权透露，8家专卖店的开业，除了全力以赴备战即将

到来的旺季以外，也昭示着格力空调开始全面抢滩三四级市场。

目前广州格力的专卖店已经有32家，王伟权透露，随着旺季的到来，格力仍将加快专卖店的扩张步伐，预计今年整个广州地区专卖店的数量将会突破50家。按照珠海总部的要求，今年广州的销售将要实现30%的增长。

(广州销售公司孙卓)

责 任 格 力

编前语 格力电器报第162期中《总有一种力量让我们泪流满面》文章讲述了湖南销售公司领导同事、经销商朋友关切救助车祸的不幸员工阎海英的感人事迹，格力电器这种以真诚对待每一位员工的企业文化引起了极大的反响。格力电器总裁董明珠在今年的“两会”上也表示企业不能只盯着眼前的利益，而应该勇于承担社会责任。良好的企业应该为社会营造新风尚。去年11月份，安徽销售公司再次用实际行动向社会展现了格力人真诚责任的一面。据了解，丁建军至今仍在化疗中，安徽销售公司仍然保留他的劳动合同，并且保证其每月的基本生活费。与他一同战胜困难，是每一个格力人的心愿！

2005年11月，一场灾难给丁建军一家的生活蒙上了浓重的乌云。格力巢湖办导购员丁建军在接受当地医院治疗时意外获知自己不幸得了脑瘤。这个身体壮实，脸色红润的汉子，一瞬间倒在了病床上，任针管在血液中肆虐。

丁建军的妻子，一个朴实的农村主妇，怀抱不满三岁娃娃的她不得不接受一个事实：丈夫必须和病魔做长期的斗争，自己要担负起整个家庭。医

院要求丁建军立即进行脑部手术。这种手术需要进行三次。作为安徽销售公司导购员中首位因严重健康问题而不得不从工作岗位上下来的丁建军立刻引起了公司上下的极大关注，大家都为此焦虑起来，导购组长王海芳及时将此事向公司汇报，领导对此非常重视，号召大家积极募捐。11月15日，募捐通知下发到公司每一个角落，关切询问的电话一次次从全省各地传到公司总部。大范围的

“关爱导购员”的募捐活动开展起来：50元、100元……仅10天募捐款汇集成“11200”这个和谐的数字。

忠厚敬业的格力人

丁建军于2001年加入格力，从此他的人生与安徽新兴格力销售有限公司紧密地联系在一起。他用真心回报培养、抚育他的集体，在巢湖大卖场，谁都知道他是个忠厚、诚恳、工作认真的好员工。

巢湖办事处的同事孟琳反映，丁建军对办事处的工作非常认真负责，及时送报表，并在传达办事处的工作要求、做好商场信息的反馈工作方面表现得很用心。即使在他获知病情前经常觉得头痛厉害时也没有缺过一天班，落下一天活。当丁建军病情确诊后，大家都非常着急，连当地的经销商都为他忙前顾后选医院。

巢湖办朱主任对丁建军的

健康也表示深切关注，在他眼中丁建军是遵守规章制度的楷模，自身导购知识扎实，在日常的产品介绍中非常有耐心。朱主任说，常听到有人对丁建军评价甚高，起初不以为意，但后来亲耳听到他对顾客细致入微的讲解心里才着实佩服起来。

真诚友善的格力人

11月22日，冬日的阳光泛射出暖意，丁建军没有想到，在省立医院，刚接受完手术治疗的他迎来一个隆重的迎接仪式：淡雅的百合，清香的康乃馨，象征着健康幸福的花篮使整个病房充满生气。这是导购主管、巢湖办主任一行得知他第一次手术成功的消息后带着康复礼包——5000元募捐资金、鲜花、慰问品前来探望，这里面承载着公司领导的慰问，大家的关心。

当王海芳将5000元的募捐款送到丁建军妻子的手里，

“这是大家的一点心意，希望你早日康复！”她朴实的脸上流露着无限的感激。“让你们费心了！”她不住的重复着这一句话，声音细柔，甚至有些哽咽。

责无旁贷的格力人

三十而立，正男儿作为顶梁柱撑起一个家之时，这颗充满朝气的心在与病魔的漫长斗争中将会经历的磨难很多人是难于体会的。他的人生或许才刚刚开始，格力不在关键的时刻支持他，还会在什么时候支持他呢？

“格力人的风格就是讲真诚。丁建军用真心对待公司，用踏实对待工作，我们没有理由在他危难时对他不管不问，每一个导购员、营业代表代表都是格力文化的衍生，是格力家庭的形象代言人，维护他，呵护他是我们责无旁贷的事情。”安徽销售公司的一位员工说出了大家的心声。

(安徽销售公司陈婷婷)

格力的禅语

管路一厂·王维国

格力，在先知先觉中为追随者昭示：格力，格外有力！宛若铿锵高音通入，振聋发聩。

一路高歌猛进，我们洁身自好，拒绝市场“同质化”趋势的诱惑，远离概念炒作的商业沼泽。在参差的市场呼声中，离心式冷水机组、超低温数码多联中央空调顺产，应运而生的，还有格力人的高涨士气。一场夜以继日的生产攻坚战，无需宣言，不鸣战鼓，轰烈而有序地进展。每一位格力人在自己的心中奏起了战歌。

格力，依然外表平静，内心炽热。闲庭信步、气定神闲间，既有行棋无悔的永诀，也有瞬息求变的游刃。格力慧眼，一切亦步亦趋的跳梁把戏，终究无力，谁，相信救命的稻草。

而我们曾经，相信东非站起来的第

一位祖先，相信巴别通天塔里，延髓与圣经一起瘫痪的呓语，相信苏美尔人脚下延伸的文明，甚至相信柏拉图所述岛洲阿特兰提斯的奢华陨落……

其实，我们一直坚信的，只有手上我们精心打理的产品及由此衍生的种种和美。它是我们精雕细琢的，它是我们倾心演绎的。它让我们迸发激情，我们血液里的，思想里的，全在指尖凝聚，它是我们生命力的延续。

你能否感知眼前，豁然开裂的，市场挑剔的眼光及同行暧昧的冷嗤。奋发激昂的，每一位格力人心中永恒的战歌。

当身后壁垒层层退却，然后，有了我们的纵身一跃，原来，英雄，便是纵身一跃中的幸存者！

恒 心 晨 曦

管路一厂·钟雪梅



张开嘴 说出来

江西销售公司 木头

儿时的我是一个爱说话的人，啥事都要问个底、争个先，不管何种场合，我都要张嘴说上两句，那感觉就像爷爷爱喝上两小杯酒一样，能把心中所有忧愁在空气中消散，如此的舒畅、坦然。

小学时，因为老师说多话的不是好少先队员。于是我用好动来代替说话，所有疑问都被封锁在我那想要发出声的喉管里，遏止了欲辨的思维而活络了我稚嫩的筋骨，那感觉就是整个四肢发达，头脑简单的人。

中学时，懵懂的我知道了女孩的矜持，交流被限制在女生之间，学习被困于学校和家庭的条条框框里，开始不习惯如何大声与人沟通，不能畅快诵读人生的多姿多彩。当我被李阳张口大声念，疯狂学习英语的精神所折服、触动时，我被时光推得很远了。

大学时，看到同学自信地站在讲台，激情豪迈地宣读自己的实力，参与竞选，而我只能以一颗所谓“做人要平庸”的心躲在下面，填写一张张选票。“书中自有黄金屋，书中自有颜如玉”，我把满腔自卑融进书中开始寻找更多的解答来安慰我受伤的心灵。这时候我却成了一个只说一半话，只看一半书的人，缘于书中告诉我，做人要谦逊，不要太张扬。

带着一颗谦卑的心我步入社会，走上工作岗位我成了一个只埋

头做事而不善汇报的人，无数机遇在我眼皮溜走了。工作中，常跟在公司业务员后，看着他们跟经销商，时而亲切聊体会、谈生活，时而严肃提醒经销商何时付款、何时提货。美好从喉咙里喷出划过我心灵，而我更多的是感叹。

工作之余和朋友一起去娱乐场所释放压力，看着朋友拿起话筒，畅快尽情地大声歌唱，连同生活所有忧郁、所有不快以及所有美好都一一唱出，人生豪爽获得无尽挥洒。而我拿着话筒，张开嘴时却发现干枯的喉咙发不出一丝声音。那一刻，房间很静，世界很静，连同我一直沉静的心。那一刻，我真想呐喊，张开嘴，发出声来。

幡然醒悟，人不能局限于自我空间与心灵，而需要足够的自信及适当的张扬，才能清晰表达自我观点，把自己思想与他人分享。如同婴儿要张开嘴，哭出来，才能告诉别人饿了。我们惟有鼓起勇气张开嘴，喊出来，才能让别人听到你的心声。

或许明天就要远行，那么请伴着这首歌——“想唱就唱要唱得响亮，就算没有人为我鼓掌，至少我还能够勇敢的自我欣赏。想唱就唱要唱得漂亮，就算这舞台多空旷，总有一天能看到挥舞的荧光棒。”对自己勇敢地说一声：“张开嘴，说出来。”总有一天你能到达胜利的彼岸。