

2012年第08期  
珠海格力电器股份有限公司主办  
2012年9月5日出版  
总第240期  
粤内登字C第00039号  
(内部资料 免费交流)

# 格力电器



http://www.gree.com.cn  
投稿邮箱:greenews@gree.com.cn

GREE ELECTRIC NEWSPAPER

◆2版·综合新闻  
**格力电器董明珠成亚洲“石川馨—狩野奖”第一获奖女性**

◆2版·综合新闻  
**张德江考察重庆格力 鼓励格力电器继续引领行业发展**

◆3版·市场动态  
**2013年冷年开门红 年增200亿格力电器无压力**

◆4版·副刊  
**我的班组我的团——记公司2011年度先进班组/科室**

## 要 闻 速 递

### 全国发明专利受理申请量和授权量排行榜公布 格力电器成家电行业唯一上榜企业

**本报讯** 8月8日,中国知识产权网公布了2012年上半年全国(含港澳台)发明专利受理申请量和授权量前10名的企业名单。格力电器以563件发明专利申请量位居第九,成为中国实施专利制度以来唯一上榜的家电企业。

作为空调行业的龙头企业,格力电器坚持走自主创新道路,以行业内最高的研发投入,及对知识产权保护的高度重视,最终以563件发明专利申请量荣登榜单,数字背后反映出的不仅是企业创新研发能力的急速提升,更是对知识产权保护的丰硕成果。据了解,目前格力电器拥有国内外专利近6000项,其中发明专利1300多项。2011年申请专利1480多项,平均每天4项专利问世。

(科技管理部 于丽)

### 格力创造频频亮相国际展会

**本报讯** 8月23日晚间格力电器正式发布2012年半年报,其中,外销实现营业收入92.92亿元,与去年同期持平。

进入2013冷年,格力频频亮相国际展会,分别在南非约翰内斯堡举办的2012年南非国际暖通空调制冷展,在菲律宾马尼拉举办的“第八届菲律宾中国机电产品展览会”以及在美国奥兰多举办的“2012 Interline Partner Conference”,向全球客商展出了第四代直流变频模块化机组等商用产品系列和以COZY、CHANGE为代表的家用产品系列。

(出口部 姜志辰)

### 合肥格力组织开展2012年高校秋季成教招生

**本报讯** 8月8日、9日,安徽农业大学、安徽工业大学省直电大、合肥学院、安徽广播电视大学四所高校招生办进驻合肥格力,开展2012年成人教育的现场咨询和招生。

据悉,本次秋季成教招生是合肥格力为广大员工提供的进修与学习的机会,同时也为公司的发展储备了高学历人员。据几所高校负责人表示:招生报名人数上限,但报名的员工需要通过统一的考试选拔后才能入学。虽然入学有“门槛”,但丝毫减弱不了员工们报名的热情,咨询、沟通、了解情况,追逐知识的格力人积极地把握住难能可贵的学习机会。

(合肥格力 赵倩倩)

## 市场占有率升至14.5%

# 逆势发力 格力电器成中央空调销售冠军

**本报讯** 业内权威杂志《暖通空调资讯》于近日正式发布了“2012上半年度中国中央空调行业发展分析报告”。报告显示,2012年上半年度,中国中央空调行业整体销售达270亿元,同比去年上半年下滑幅度达10.2%。据了解,这是中国中央空调行业多年持续增长以来的首次下滑,而在逆势之中,中国中央空调行业的市场格局也悄然发生了变化。

报告指出:一直由外资品牌领跑的中国中央空调行业,在今年上半年发生市场格局突变。由于受中国宏观经济环境的影响,尤其受到房地产市场低迷的

影响,很多中央空调企业在上半年中不可避免地出现销售下挫。而格力中央空调在逆势中依旧取得了超过20%的增长,帮助格力以14.5%的市场占有率领跑中国中央空调市场。

据了解,这是我国中央空调企业首次打败外资品牌,成为2012年中国中央空调行业半程市场的销量冠军。

自上个世纪90年代末进入中央空调行业开始,格力只用了十几年的时间就成为中国中央空调行业的领头羊。《暖通空调资讯》发布的数据显示:格力电器获得的领先不仅仅表现在总销量上。分

产品来看,包括在大型中央空调机组以及中小型商用、家用中央空调产品方面,格力均有优异的表现。

其中,在离心机组市场上,格力实现快速飞跃,市场占有率已经接近甚至赶超约克、开利、特灵、麦克维尔在内的几个美系品牌的企业,中国离心机组市场的寡头垄断格局也进一步被打破;在水冷螺杆机组上,格力也拥有超过10%的市场占有率;在模块机组市场上,格力市场占有率超过20%,遥遥领先全行业;而在单元机市场上,格力独得半壁江山,牢牢占据49.1%的市场份额。(下转三版)



8月28日,格力电器在珠海总部召开临时股东大会。  
具体内容详见第三版《2013年冷年开门红 年增200亿格力电器无压力》。

# 格力电器上半年营收、净利实现双增长

**本报讯** 2012年上半年,家电行业进入节能惠民、以旧换新、家电下乡等国家政策的真空期,内外销增速几乎处于停滞状态,行业颓势尚未减弱,部分企业陷入生产经营困局,甚至出现停工、裁员的现象。在空调业同行进行战略收缩,为不明朗的销售前景困扰的时候,格力电器于8月23日晚间正式发布2012年半年报。

半年报显示,2012年上半年,格力电器实现营业收入483.03亿元,同比增长20.04%,净利润28.71亿元,同比增长30.06%,继续保持稳健的发展态

势,成为行业的强心剂和定心丸。

其中,内销实现营业收入347.52亿元,同比增长20.64%,外销实现营业收入92.92亿元,与去年同期持平。

业内人士指出,这主要得益于格力空调在核心技术上的绝对优势,以及强大的品牌拉动力。

根据第三方调查机构产业在线公布的数据显示,2012冷年截至6月,格力变频空调累计出货1146.40万台,同比增长48.36%,市场占有率达到40.07%,约等于第二名至第五名的总和。

历史反复证明,在增长面临考验的

时候,龙头企业强者愈强的特征将体现得更加显著。依靠市场占有率的提升,以及技术革新带来的溢价,龙头企业往往成为穿越行业成长周期的最终赢家。

与主要竞争对手相比,格力电器上半年有望实现营业收入及净利润的双超越。此前由于主要竞争对手受战线拖得过长等因素影响,导致部分业务增长乏力,甚至增收不增利,使得其净利润一直落后于格力。而现在,由于主要竞争对手的营业收入出现下滑,而格力电器则保持了较快的增长,有望成为中国最大的家电上市企业。

# 格力电器董明珠成亚洲“石川馨-狩野奖”第一获奖女性



“石川馨-狩野奖”主办方为董明珠董事长颁奖

**本报讯** 近日，亚洲最具权威的质量大奖——“石川馨-狩野奖”颁奖典礼在香港举行，来自亚洲17个国家和地区的400多名代表参加此次大会。会上公布了2012年度“石川馨-狩野奖”获奖名单，格力集团董

明珠、格力电器董事长兼总裁董明珠成为第一位获此殊荣的女性。

“石川馨-狩野奖”是由亚洲质量网组织，为表彰在质量管理理论及实践上对亚洲质量推进工作做出杰出贡献的个人

而设立的一个国际性奖项，是亚洲最具权威的质量大奖。成立于2002年的亚洲质量网组织，现已拥有包括中国、日本、印度、韩国等在内的16个会员组织。

董明珠在发表致辞时表示：“获得‘石川馨-狩野奖’，标志着我们格力作为一个专业化的企业在注重产品品质上已经得到了世界的高度认可。”

在董明珠看来，质量是企业生命，更是打造百年企业的根基。

格力电器在“追求完美质量，创立国际品牌，打造百年企业”质量方针的指引下，明确提出“打造精品企业，制造精品产品，创立精品品牌”战略思想。

早在1995年，格力电器就已深入开展“零缺陷工程”，倡导“一次就把事情做好”、“下道工序即用户”的理念，将质量意

识渗透到工作的各个环节之中。坚持“不拿消费者当试验品”，专门成立了空调行业迄今为止独一无二的“筛选分厂”，对所有外协外购的空调零部件进行100%的全检，用这样不产生任何经济效益的“笨”办法，保证每一台空调都能经受岁月的考验和使用者的见证。从而奠定了“好空调，格力造”、“买品质，选格力”的良好声誉。

格力电器也因此先后荣获“全国质量奖”、“全国质量工作先进集体”等荣誉称号，格力空调也成为中国空调行业唯一的“世界名牌”产品，自1995年起连续17年位居中国空调行业第一，自2005年起连续7年位居世界第一。

本着追求卓越品质的高要求，董明珠提出“格力标准要高于国家、国际标准”的管理理念，树立“格力空调不需要售后

服务”、“格力空调八年不维修”的质控目标。

2005年，格力电器打破空调行业“整机一年包修，主要零部件三年包修”的国家标准，率先在业内推出“空调整机六年免费包修”，引发了全行业的跟进；2011年，格力正式向消费者承诺格力变频空调“一年免费包换”，催生新一轮的行业变革；2012年，董明珠再次提升格力标准，实行格力变频空调“两年免费包换”政策，加快变频空调普及速度。

据中国家电协会相关人士透露，格力电器此举不仅超越了国际标准，也超越了目前国内所有空调品牌的标准。格力电器之所以敢开行业先河，率先推行“变频空调两年免费包换”，正是源于企业对消费者的社会责任和自身技术实力、产品质量的绝对自信。

## 张德江考察重庆格力 鼓励格力电器继续引领行业发展



中共中央政治局委员、国务院副总理、重庆市委书记张德江(前排右二)在格力电器(重庆)有限公司副总经理吴金赛(前排左二)等陪同下参观重庆格力生产线

**本报讯** 8月13日，中共中央政治局委员、国务院副总理、中共重庆市委书记张德江在重庆市委常委、重庆市委秘书长翁杰明、重庆市副市长童小平、台盟重庆市委主委李钺锋及九龙坡区、高新区领导的陪同下重点调研、考察了重庆格力，并高度赞扬格力电器所取得的辉煌成绩。重庆格力副总经理吴金赛、姚小兵、总经理助理岑中富全程陪同参观。

走近格力产品展示台，张德江副总理饶有兴致地参观了格力卧室空调、物联网空调及精品空调展区。重庆格力副总经理吴金赛在向张德江副总理汇报时说，格力电器一直以来都非常重视产品技术创新以及

人才培养，2011年实现营业总收入835.17亿元，纳税超过53亿元，连续9年上榜美国《财富》杂志“中国上市公司100强”，并荣获了国内外多项顶级荣誉，为中国民族品牌赢得了世界的尊重。在董明珠董事长的带领下，以“公平公正、公开透明、公私分明”的十二字方针为指导，现在的格力电器将保持更快速、更健康的良好发展态势，全力实现2012年营业总收入千亿的目标。张德江副总理在听取汇报后对格力电器取得的成就给予了高度评价，他赞扬道，在市场竞争如此激烈的环境下，董明珠董事长带领格力电器还取得了如此辉煌的成绩，很不容易。并鼓励格力电

器继续做大做强保持行业领先地位。

张德江副总理走进生产车间，详细了解重庆格力的生产情况、员工基本情况等，并谈到企业经营管理的三个层次：第一个层次是以产品质量占领市场；第二个层次是以品牌拓展市场；第三个层次是打造国际标准、引领行业发展。他还强调企业要注重技术创新，营造有利于企业创新的宽松环境，鼓励企业建立技术创新体系，增强科技对工业发展的驱动引领作用。更要注重人才培养，加强领军人才、核心技术研发人才引进培养，为推进新型工业化提供强有力的人才保障和智力支撑。(重庆格力 陈媛媛 王琴)

## 河南省委副书记、省长郭庚茂 莅临郑州格力视察

**本报讯** 8月16日，河南省委副书记、省长郭庚茂再次莅临郑州格力视察指导。河南省委常委、郑州市委书记吴天君，郑州市委副书记、市长马懿，郑州市委常委、市委秘书长孙金献，郑州市副市长马健等省市各级领导30余人陪同参观。

在整洁明亮的参观通道展板前，郭庚茂首先认真听取了高新区党委书记、管委会主任张建国关于高新区经济发展情况的工作汇报：高新区以新型工业化为主导，从生产规模、研发人才、平台建设、物流服务、政策扶持、基础设施等六大方面打造支撑体系的经济态势得到了郭庚茂的认可。郭庚茂还对高新区的发展提出了新的要求，大力引进像格力电器这样的大型企业，建立创新机制，做好带头作用，切实将高新区打造成名副其实的高新区。

在参观过程中，郑州格力筹

备组组长许勇就格力电器目前发展情况、郑州格力目前产能情况等做了详细介绍。在生产车间，郭庚茂细致观察了一台台空调从无到有的生产过程，并详细了解了郑州格力人员规模、人员培训、人员招聘等各方面情况。并对郑州格力的发展情况给予了高度赞扬。

参观队伍特意来到绿色再生资源厂区，郭庚茂对这一可回收再利用资源的环保产业非常赞赏，详细了解了再生资源产品回收利用率 and 经济效益等情况，并对再生资源遇到的资质方面的问题，现场协调，表示“请放心，政府协助一定能拿下。”

郭庚茂简短却非常有力的话语表明了河南政府对郑州格力的大力支持，相信在这股强大的力量支撑下，在格力珠海总部精神的指引下，全体郑州格力人团结共进，必将实现郑州格力更大的飞跃。(郑州格力 周多多)

## 河北省常务副省长杨崇勇 调研石家庄格力

**本报讯** 8月3日，河北省常务副省长杨崇勇在省长助理江波、省政府常务副秘书长苏银增以及石家庄市市委副书记、市长姜德果和常务副市长王大虎、高新区主任赵拴文等陪同下对石家庄格力进行调研。

省领导一行首先参观了总装分厂生产线，详细询问了目前公司的产能、规划以及今年的产值目标等；随后又来到注塑分厂

参观考察，并对石家庄格力强大的配套能力给予了充分肯定。

石家庄格力总经理刘知新陪同参观并详细介绍了公司目前的发展情况，向省、市、区领导长期以来对格力在石家庄发展给予的支持表示感谢，同时表示格力一定不会辜负省市人民的厚爱，将努力为石家庄和河北的经济发展做出应有贡献。

(石家庄格力 李新立)

# 斩获多张大单 格力中央空调实现逆市超越

**本报讯** 在中央空调领域，格力电器如今已“势不可挡”，中标喜报纷沓而来。

其实，早在2012年初，格力电器就已在中央空调市场中显现出了“颠覆者”的气质，这似乎印证着这个高端的市场正发生着行业格局的改变，民族品牌必将崛起。

## 频频中标，尽显非凡实力

在重庆，最新消息显示格力中央空调斩获大单。西部最大的商贸物流集团重庆商社集团有限公司的办公大楼中央空调改造项目最终被格力所斩获。据悉，办公大楼位于重庆核心地段，该项目的成功将成为格力中央空调在重庆地区的典型样板工程，不仅为重庆商社集团旗下产业后续主机改造工

程提供了典范，也为当地的离心机市场推广起到了很好的示范作用。

在驻马店，格力中央空调又传喜讯，格力离心机组凭借可靠的产品品质和良好的口碑，成功中标驻马店乐山商场平舆店中央空调工程项目，成就了一段“再续前缘”的行业佳话。这是因为在此之前，乐山商场就选用过格力中央空调，在日常使用过程中，格力一直为其提供定期的检测、清洗、保养等优质售后服务，“由内而外”真正打动了该客户。可以说，正是格力产品的良好口碑与稳定运行，使得驻马店市乐山实业有限公司成为了格力中央空调的忠实客户。

此外，格力中央空调相继中标四川广都酒店空调工程项

目、山西阳泉东升广场空调工程项目（该项目是当地政府十大重点工程项目之一）、绵阳灾后重建重点项目以及河北沧州献县人民医院等项目。众多项目的中标，凸显出格力在中央空调领域的强大实力。

## 以核心科技，成就市场地位

目前，中央空调市场前景广阔，用户的需求量较大，且呈现多元化、差异化的特征，但是大部分中央空调企业产品线不全，导致需求多元化的用户只能选择多品牌机组混合使用，这种情况往往会造成繁琐的系统管理、复杂的维护程序、机组运行耗能大等多种问题。

格力中央空调一直坚持“系统解决，一步到位”的理念，为用户定制设计经济节能的选

型方案，提供一体化的服务系统，从售前的充分沟通、售中的方案选择到售后的优质服务，每个步骤都全程跟踪。格力中央空调在产品、管理以及服务上的系统性既简化了中央空调在管理、运行和服务各个环节中“多”出来的问题，也使得环境调节、系统控制、机组管理、维护、节能高效实现“一步到位”。正是基于此优势，格力才打败多个对手，频频中标中央空调项目。

## 2012上半年销冠，领跑行业

日前，第三方权威机构发布了《2012年上半年中国中央空调行业发展报告》，报告中显示，2012年上半年度，中国中央空调行业整体销售达270亿元，同比去年下滑幅度达10%，

这是中国中央空调行业在多年持续增长以来的首次下滑，而在逆势之中，上半年中国中央空调行业的市场格局也发生了显著变化。

以往一直领跑中国中央空调市场的外资企业，由于受到宏观经济环境的影响，销售额不断下降。而格力中央空调却逆势增长，以超过20%的增长率，在过去半年中以14.5%的市场占有率领跑半年度的中国中央空调。可以说，这是我国中央空调企业首次真正打败日、美等外资品牌，成为市场销量冠军。

作为中央空调民族企业代表，格力电器始终以核心科技掌握作为企业的生命力，在技术的研发与创新方面从不懈怠，“只有掌握了核心技术才能真正实现一个企业的可持续发展。”

## 核心科技成就制冷制“热”双料冠军 格力空气能热水器市场份额升至第一

**本报讯** 凭借持续不懈的自主创新，格力电器牢牢占据着空调行业“一哥”的位置。而事实上，创新不仅成就了格力空调，也让格力空气能热水器走在了行业前列。

第三方调查数据显示，今年上半年，格力空气能热水器以27%的市场占有率，成为行业第一。

受宏观经济环境影响，2012年上半年国内热泵热水器行业增长乏力。据《热泵热水器资讯》监控，上半年度整个国内热泵热水器市场销售累计超过20亿，同比2011年上半年增长8.3%，增长幅度大幅下降，部分品牌同比去年上半年出现下滑迹象。然而，格力等行业领先企业却“危中见机”，利用行业调整进一步扩大市场占有率，为今后行业回归正常后的高增长奠定基础。

率，为今后行业回归正常后的高增长奠定基础。

《热泵热水器资讯》指出，在过去的半年中，规模型企业的比重不断增加，这其中主要得益于格力在上半市场中大幅度的投入，蓄势待发，上半年优势明显表现出来，依托稳健的销售体系，空气能热水器销售量一举超过美的，成为热泵热水器行业的领头羊，市场占有率达到27%。

而此前公布的空气能热水器节能惠民产品目录中，格力125款产品入选，是入选产品最多的企业。

图6 2012上半年样本品牌家用机市场主流品牌占比分析

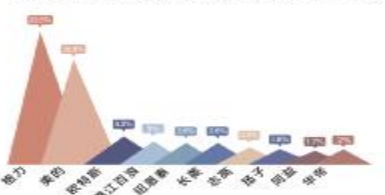
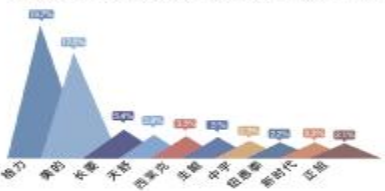


图7 2012上半年样本品牌商用机市场主流品牌占比分析



数据来源：热泵热水器资讯

业内人士表示，随着节能惠民工程的落实，下半年市场的复苏值得期待，同时下半年能效标准出台，行业洗牌亦有可能加快步伐，最终胜出的依然将是格力等具有技术和渠道优势的领导型企业。

## 逆势发力 格力电器成中央空调销售冠军

**(上接一版)**从进入中小型中央空调机组市场，牢牢占据中小型机组市场中的领先优势，到逐渐进入中大型中央空调机组市场，并不断获得市场占有率的提升。

格力电器逐步在全系列中央空调产品上获得了领先地位，其根本原因仍然是格力对于技术及产品的重视。目前，格力不仅能够自主研发和制造全系列中央空调产品，更在包括1赫兹变频技术、高效直流变频离心机技术、无稀土变频技术等多项技术创新上获得权威机构的“国际领先”认定。

业内专家在分析2012上半年中国中央空调行业发展格局时表示：中央空调行业作为建筑系统的配套，必然跟中国整体的投资环境和基础设施建设进程紧密相关。比如房地产市场，受宏观调控的影响，实际上，去年下半年房产市场的调控就已经开始作用在中央空调行业中。由于这种作用的滞后性，在去年并没有真正释放，相反在今年上半年，滞后作用开始明显体现在行业之中。这种影响对于以房产项目为主要定位的中央空调企业会被放大。

而对于格力中央空调在逆

势中发力并全面超越国外巨头，专家同时指出：作为民族中央空调企业的代表，格力超越国内外同行这不是偶然的。这主要得益于其对于技术研发和创新的孜孜以求。对任何一个企业而言，只有掌握了核心技术才能真正实现可持续发展。此外，格力电器一直以来坚持销售公司模式，建设了属于格力电器自己的渠道网络资源。因而，格力真正做到了从技术到市场全方面的领先，这是格力电器多年一以贯之积累形成的，也将是格力未来难以被复制和超越的核心竞争优势。

## 2013年冷年开门红 年增200亿格力电器无压力

**本报讯** 8月28日，格力电器召开临时股东大会。格力电器董事长兼总裁董明珠透露，尽管今年经济形势不是很好，但是2013冷冻年开局，格力经销商打款同比增长15%-20%。

董明珠表示，为了保证企业稳健发展，格力在品质上有了新要求，要实现每台空调8年不坏；格力还在生产自动化上加大力度，提高整体效益。

董明珠在会上透露，到“十二五”末期，格力电器力争实现2000亿元销售目标，这2000亿增长中，中央空调绝对是中坚力量，对公司而言最基本要求

就是每年增长200个亿，问题不大。

“中央空调的客户很广泛，市场很大。我们主要往高端走，专注节能等先进技术。格力电器2015年总体销售额如果达到2000亿元，中央空调将起到关键作用。”董明珠说。

海外市场也是格力未来的成长空间。董明珠坦承，“外销方面，我们去年亏损较重，这是一个教训，就是要保证质量的同时，还要保证价格。对出口业务，我们更注重品质，包括自主品牌的产品，在国外逐步组建公司模式，以便提供更好的服务。”

## 重庆格力2012年质量月活动 启动仪式隆重举行

**本报讯** 8月8日，重庆格力2012年质量月活动启动仪式在二期前门广场隆重举行。重庆市质监局副局长王戈阳，重庆市质监局质管处处长江东彬、副处长李天春，高新区质监局局长张国良、副局长白容华，供应商代表，重庆格力领导吴金赛、姚小兵、岑中富，各单位中干以及近千名员工代表参加了质量月活动启动仪式。

据重庆格力质量控制部部长何钊介绍，本次质量月活动将围绕“推进质量标准化、提高管理成熟度”主题开展形式多样、丰富多彩的活动。

在启动仪式上，重庆格力领导姚小兵发表了重要讲话，他在讲话中强调了本次质量月

活动的重要性，并要求各单位要组织开展好本次质量月活动，广泛宣传，发动全员参与，营造人人重视质量的氛围，不断提高质量管理水平。

重庆市质监局副局长王戈阳为重庆格力质量月活动启动仪式致辞，并在启动仪式结束后，对重庆格力产品展厅、荣誉展厅、企业文化走廊以及生产现场进行了参观。王戈阳高度赞扬重庆格力质量月活动的开展方式、活动内容等，并谈了自己的三点“感悟”。最后，王戈阳祝愿重庆格力在后续创造更好的业绩。

据悉，2012年重庆格力质量月活动时间为8月9日至9月30日。（重庆格力 王琴）

# 我的班组我的团

## ——记公司 2011 年度先进班组 / 科室

**本报讯** 一朵鲜花打扮不出美丽的春天，一滴水只有放进大海才永远不会干涸，一个人只有当他把自己和集体事业融为一体时才能最有力量。是的，在格力，我们永远不会是单枪匹马，永远不会是一个人在战斗，因为我们有自己可爱的班组，我们自己的团。

在公司 2011 年 52 个先进班组的表彰名单上，人数较少的班组、科室不过 7 人、10 人，而人数多的车间却超过了 200

人。人数的多寡，年龄的大小，丝毫没有影响团队的凝聚力。他们带着各自的青春和梦想，在格力的一方热土上，他们走到了一起，走进了自己的班组和团队，从此他们有一个共同的任务：为格力事业而奋斗！

他们相濡以沫，情同手足；他们互助共携，同心同德。融洽的相处，还有多年的友谊转化为一种集体荣誉感，一种家的味道。他们把各自的力量紧紧拧成一股绳，推动着格力这艘

巨轮乘风破浪，扬帆远航。于是，在公司科研、销售、生产、管理等各条战线上，处处开出芬芳的花朵。

2011 年 1 月，制冷院变频控制研究所（七所）承担的“变频空调关键技术的研究及应用”项目经行业专家鉴定为国际领先水平，并于 2012 年 2 月荣获国家科学技术进步奖；

出口技术部设计一室通过技术创新开发出的新款窗机，单机降成本 150 元，年销量 30

万台，单该项目就为公司降成本金额突破 4500 万元；

管路分厂弯焊二车间，2011 年先后获得公司第一、第四季度“工人先锋号”，2011 年 5 月接受《南方工报》关于荣获 2010 年“省工人先锋号”的采访，孙一庆总裁助理更是欣然提笔，在当天报纸上写下“发扬传统，永当先锋”的题字，勉励全体员工奋斗不息，进取不止。

一个个写不完的动人故事，一声声响不尽的先锋号角。

2011 年，我们秣马厉兵，打赢的是一场没有硝烟的战役。这是一场攻坚战，更是一场百“团”大战。优秀的班组团体在其间发挥着中流砥柱的作用。

“岂曰无衣，与子同袍，王于兴师，修我戈矛。”现如今，八万旌旗在望，依然在格力的上空飘扬招展，我们众志成城，要铸的就是一把无锋的重剑，去斩获今年的千亿目标。

那么继续翻滚吧，我的班组我的团！

## 2011 年，那颗最闪耀的星

### ——记控制器分厂物料组

文 / 控制器分厂 陈佳涛

物料组成立于 2005 年，他们负责着控制器分厂的整体生产安排与人员的规划、物料的管理与计划的跟进、系统的维护及订单账务的管理，他们是整个分厂的信息中枢。

在不断壮大的过程中，物料组的成员不断学习，不断创新，在 ERP 管理、物流改革、生产优化等方面都有重要突破，取得了优异的成绩。

在财务管理方面，通过物料组成员共同努力使得分厂在

2011 年度盘点的考核金额较 2010 年度下降 303403 元，考核金额指标下降 87.81%。

在物料管理方面，为响应公司 2011 年节能增效的口号，物料组根据自身特点，在分厂领导指导下，PCB 库存从 220 万片降低到目前的 115 万片。周转天数由原来 12 天减少到现在的 6 天。同时节省出 24 个叉板位的场地，直接减少公司 PCB 库存金额约 460 万元，人工、场地成本约降低 24 万元，共计降

低成本约 484 万元。

在订单管理方面，从计划排产的角度上优化订单，使得计划订单个数日均减少 38%，节省纸张成本约 4 万 / 年，因此还获得厂内增效项目二等奖。

物料组除了在生产保障方面取得非常优异的成绩外，在分厂文化建设活动方面也不落后。比如经常利用节假日，牵头组织多项活动：组织分厂级的茶话会，与各科室进行沟通，增强凝聚力。内部还组织了足球、羽毛球、爬山等等活动来缓解压力，使生活更加健康，让工作更加和谐。

物料组一直保持积极乐观的心态，不断学习，满怀激情的服务于生产。他们在今后的工作中也一定会在各自的岗位中取得更好的成绩，为 2012 年的千亿目标做好保障性工作。

因为他们一直坚信自己是那颗最闪耀的星，并且会一直照亮下去。



## 2011 年，一个开始，一段历程

### ——记商技二部应用技术研究室

文 / 商技二部 姜燕清

为适应公司的发展，进一步提升产品研发水平，深入开展商用空调基础研究工作，2011 年应用技术研究室成立了。科室成立后，围绕产品在结构设计优化，降低振动、噪音，提高过流部件性能，提高制冷系统能效、舒适性等方面积极开展相关的应用研究工作。

科室主要承担商用空调结构、流体仿真分析，包含新项目开发、整改、研究类项目三大类；工作开展的方向包括了“产品结构动态优化设计分析、产品噪音评审及售后整改、风机风道优化设计、油分等其他过

流部件优化设计”等等；同时，承担了组织、推广仿真技术工程运用等相关工作。

在结构分析方面，科室对商用重点机型进行了优化，完成了部分机组降成本工作、提高了结构设计的可靠性。2011 年底通过全年商用售后质量数据统计，系统漏堵组故障率同比下降 36%。

商用噪音整改小组充分发挥资源优势，在试验标准、方法等方面丰富了现有标准。到 2011 年底，商用噪音问题售后故障较去年同比下降 33%。

在人才培养方面，科室根

据自身的特色，建立了较为完善的培养机制，并通过丰富的项目实践环节，不断提高科室成员解决实际问题的能力。

在解决实际问题的同时，科室不断总结经验，通过质量工具的运用深化对产品问题的认识，扩大工具应用范围，并于 2011 年以《降低直流变频模块化外机管路裂漏率》为题摘得全国轻工业优秀质量管理小组桂冠。

2011 年，是一个开始，曾经经历过的一段历程成为了下一段历程的起点。新的要求，新的高度，不断激励着这样一个年轻而实干的团队。

## 细微之处见真章

### ——记商经部市场推广科

文 / 商经部 张齐



2012 年，对商经部市场推广科的每位成员来说都是不平凡的一年，在这一年里科室不断壮大，工作范围逐步拓展，从北京制冷展到全国巡回新品发布会，市场推广科在不到一年的时间里跨越了一个个难关。

市场推广科的成员大多是初出茅庐的大学生，但说起工作干劲，却也不输给谁。

2012 年 4 月，业规模最大的制冷展在北京举行，为了不辱使命，早在上一年的 9 月份开始，市场推广科的全体成员就开始着手筹办。短短三天的展会，格力以自身超群的实力，给业界以强大的震撼。

展会虽然顺利结束了，但对于负责撤展的吴志堂来说，战斗还没有结束。展览规模越大，撤展任务就越艰难。格力展示的机组众多，必须有详尽的撤展计划，方能顺利撤展。

展馆撤展时沙尘滚滚，能见度不到 30 米。吴志堂由下午三点开始，一直工作到凌晨三点。为保证机组完好无损，他将每一台机组细心包装，做好保护措施；为使机组无遗漏，他反复核对型号、数量。

撤展时，整个展馆非常混乱，混水摸鱼的现象也是存在

的，而我们的工作人员秉承着“每一台机组都安全送回格力”的精神，圆满完成了撤展任务。

作为一名市场推广员，工作就是默默忙碌，为推广活动提供支持和保障，这些工作琐碎和繁杂，但正是这样，细节更为重要。

2012 年格力中央空调“变频格力·龙腾盛世”全国巡回新品发布会于 3 月 9 日开幕。3 月 7 日晚，发往广州用于全球首展的直流变频离心机正在装车。由于离心机变频器体积大，吊装有破损风险，负责人李洪涛和戴雨濛一直在现场跟进。

可是，机组刚吊起来就下起了大雨，天色已晚，工人试图强行吊装。两位负责人却坚持要求等雨停之后再吊装，并耐心向工人解释。终于在雨停之后，顺利完成了离心机吊装，之后是小机组吊装，等全部机组吊装完毕，再用雨布悉心包好，最后还不忘叮嘱运输车司机，回去的路上一定要注意安全，此时已是凌晨了。

市场推广科所取得的成绩正是在每位成员的日常努力、积累中得来的。于平静中见波澜，于细微处见真章，身为格力的一员，我们愿为这个优秀的集体而努力，为格力的前进贡献自己的一份微薄之力！