

2007 年第 10 期
珠海格力电器股份有限公司主办
总第 183 期
登记证号:粤 C0007 号
(内部资料 免费交流)

格力电器

http://www.gree.com.cn
2007 年 10 月 15 日出版
编辑部:0756-8668015/8668079
投稿邮箱:greenews@gree.com.cn

GREE ELECTRIC NEWSPAPER

◆ 2 版·综合新闻

格力凌达压缩机再获全国权威机构认可

◆ 3 版·市场传真

和谐共赢的“格力模式”

◆ 4 版·企业文化

国庆七天乐精彩瞬间

◆ 5 版·特刊

格力空调黄金周畅销全国

张树源:把农民工的心声带到北京去



金秋十月,天朗气清。

10月11日下午3时,格力电器会议室,珠海市国资系统向党的十七大代表张树源学习座谈会进行得非常热烈。

“1995年,我只身从河南来到珠海打工,有幸成为格力电器的一员。经过十二年不懈努力,我由一名普通的进城务工青年逐渐成长为格力电器的一名技术‘蓝领’,并于今年光荣当选为党的十七大代表。我之所以能取得这么崇高的荣誉,得益于党对我们农民工的高度重视和关心,得益于格力电器为广大员工提供了广阔的发展舞台。”张树源的开场白立刻引来全场的喝彩声。

作为广东省2000多万名农民工中唯一的出席十七大的党代表,张树源早在9月11日起就向广大农民工发出倡议书,通过多种渠道,了解他们的所思、所想、所盼,到目前为止,共收到了包括

外地农民工朋友发来的100多份建议。

面对工友们用热烈的掌声表示祝贺时,张树源谦虚地说:“论用心工作,论技术创新,论对社会贡献,我想很多工友比我的贡献更大。我将不辱使命,把农民工对党的十七大胜利召开的喜悦和期盼之情带到大会上去,切实履行代表的职责。回来后,我也将更加珍惜十七大代表的荣誉,更加严格要求自己,用优异的成绩回报党和公司的厚爱。”

格力电器党总支书记、副总裁庄培表示,“千百万农民工从农村来到城市,参与城市基础设施建设。他们任劳任怨,吃苦耐劳,他们用汗水和智慧推动着城市的建设和经济发展。在繁忙的车间一线,在嘈杂的施工路面,在阴暗憋闷的地下矿井,在曝热高耸的建筑楼宇,在清晨暮霭的脏乱街道……都有他们不

屈奋进的身影,都有他们激情挥洒的汗水。很多像张树源这样的农民工,一方面他接受了这个城市带给他的提升和改变,同时他也用自己的力量给这个城市带来了影响和发展!农民工理应得到全社会的关注和尊敬。”他呼吁更多的企业,能为外来工提供更多、更好的平台,使他们发挥更大的作用,促使全社会更多像张树源一样的优秀农民工参与祖国的发展和建设中。

当天下午5时,珠海市委在市府大楼为珠海市的两位十七大代表——市委书记邓维龙和张树源举行了简短的欢送仪式。

在欢送仪式上,邓维龙书记握着张树源的手,对参加欢送活动的格力电器董事长朱江洪说,“感谢格力电器为珠海培养了这么优秀的人才。”

董明珠:“管理比营销更重要”

“一个企业的成功,不仅仅是营销的成功,而是靠技术领先和管理领先。”一直以营销著称的格力电器总裁董明珠,9月16日在成都一场演讲对营销的阐释让人颇感意外,“一个企业的成功源于很多方面,首先要不依赖

于别人的技术,别人的资本。营销重要,企业管理更重要,如果没有好的管理就没有好的营销。”

针对一直以来备受社会疑惑的“自建渠道成本过高,太过传统”这一问题,董明珠分析说:“所谓传统或先进的问

题,只有适应市场、引导市场的模式才是先进的。我们建专卖店不是为了赚钱,而是为了服务。自建渠道的目的,是为了加强对市场的控制,及对经销商行为的控制。”

要 闻 速 递

格力参展第三届尼泊尔中国节

本报讯 9月16日,2007第三届尼泊尔中国节在尼泊尔首都加德满都开幕。尼泊尔首相吉里贾·普拉萨德·柯伊拉腊等尼泊尔政府高级官员、中国驻尼泊尔大使郑祥林等中国政府代表团和各界人士出席了开幕式。格力空调等34家知名的珠海企业参加展销活动,展销会结束后所有参展产品全部捐赠给了尼泊尔有关机构,作为促进中尼友谊的礼物。

中国制冷专家代表团与珠海市代表团参观巴西公司

本报讯 9月20日,中国制冷空调工业协会秘书长张朝晖率中国制冷空调工业协会、中国制冷学会、中国机械工业联合会、中国科学技术部等单位的专家一行参观格力电器(巴西)有限公司。当天下午,正在巴西友好访问的珠海市人大常委会常务副主任罗春柏一行也前来参观考察。格力电器(巴西)有限公司负责人为到访参观的嘉宾详细介绍了公司的发展情况和巴西空调行业的情况。(通讯员 张越超)

格力向世界顶级品牌冲刺

本报讯 近期,格力电器总裁董明珠作客四川,吸引了300多家川内知名企业的关注。9月15日,董明珠成都媒体见面会举行。成都商报、华西都市报等多家媒体对董明珠进行了全方位的提问和报道,董明珠在见面会上表示,格力空调会成为世界顶级品牌,而不仅是中国的品牌。

“2007 胡润品牌榜”新鲜出炉 格力排名 42 位

本报讯 由胡润百富编制的2007胡润品牌榜10日公布,格力以31亿元品牌价值在全国众多品牌中排名42位。

格力向巴基斯坦捐赠空调

本报讯 近期,格力空调巴基斯坦代理商向驻守在巴基斯坦边境的官兵捐赠了10套空调和一批太阳伞,以此纪念巴基斯坦和印度独立60周年,该活动得到当地的一致好评。(通讯员 彭鸿)

轻松折桂“广东省质量奖” 格力凌达压缩机再获国家权威机构认可



本报讯 近日,2007年度“广东省质量管理活动总结大会”在广州隆重举行。会上,空调老大哥格力电器旗下的珠海凌达压缩机有限公司轻松折桂“广东省质量奖”。截止目前,共有12家企业获得“广东省质量奖”殊荣,其中2007年度获奖企业仅为3家。这是继今年7月凌达压缩机被广东省科技厅授予“广东省高新技术企业”之后,再次得到权威机构的认可。据了解,“广东省质量奖”是广东

省质量协会在省委省政府支持下,为激励和引导全省企业追求卓越绩效模式,提高质量管理水平,完全按照“全国质量奖”评审标准,从企业管理的领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量分析和改进、经营结果等七个方面严格审核参评企业是否达标而设立的广东省内质量领域的最高奖项。

珠海凌达压缩机有限公司自2004年由格力电器收购后,致力于推行卓越绩效管理,先后引入六西格玛、

TPM等先进管理方法,依靠格力电器强大的科研实力,坚持“以技术创新抢占制高点”的发展战略,在变频压缩机、滚动活塞双缸压缩机、涡旋压缩机等代表世界上最先进的压缩机技术上取得重大突破,拥有多项技术专利,填补了国内空白。

目前,格力电器不但已经掌握了压缩机的核心技术,而且旗下的凌达压缩机通过了中国3C、德国TUV、德国VDE和美国UL等多项安全认证,主营产品涵盖C44、C48和C55各大系列180多个规格和型号,能充分满足各类空调的生产需求。与此同时,投资6.55亿元的凌达压缩机技改工程正在紧张进行中,该工程将引进年产360万台的世界最先进的生产设备,工程将于2008年初竣工投产。

在当天总结大会上,珠海凌达压缩机有限公司总经理陈达光表示,此次获奖,是对凌达压缩机坚持创新,在短短3年间实现了跨越式发展的充分肯定。事实也证明,不断提高质量管理水平是一个企业不断发展壮大的不二法则。

格力中央空调持续热销 安装调试培训在汉举行

本报讯 经济、社会的高速发展刺激了中央空调市场的快速成长,面对国外众多知名品牌和竞争激烈的市场,格力中央空调凭借自主创新以及对节能减排的不懈努力,在中央空调领域“一枝独秀”,取得了骄人的业绩。近期格力家用中央空调落户北京奥林匹克花园等高档社区项目及格力GMV多联机组的持续热销就是最好的证明。

与此同时,格力电器也没有放松对中央空调安装调试工作的培训。9月23日至27日,格力电器客户服务中心专门针对中央空调机组的安装

调试工作,召集全国7个格力区域销售公司的100多位技术精英齐聚江城武汉,进行安装调试培训和工程现场学习。客户服务中心主任助理陈志刚带领总部培训师引导大家对水系统、氟系统等机组工程安装调试方面的知识加深了解,对在工程安装调试过程中的经验进行交流,对可能影响安装调试工作的问题进行讨论并寻求最优化的解决方案。

格力电器现已逐步形成完善的中央空调安装调试技术培训体系,此类培训已相继在华南、西南、华中举办,取得良好效果,后续还将在华北、

华东继续开展。这对进一步促进格力中央空调工程安装质量的提高,不断提升工程技术人员对格力中央空调机组的调试水平,将会发挥重要作用。

(通讯员 刘骏)



展会动态

格力空调巴西博览会受瞩目

本报讯 第15届巴西制冷、空调、通风及供暖展览会于9月18日至21日在巴西圣保罗举行。格力空调在众多参展厂商中显得格外引人注目。

巴西制冷、空调、通风及供暖展览会是拉美地区规模最大的空调行业博览会,今年是格力空调连续第三次参加该展会。格力空调巴西销售公司总经理岳海平表示,参加展会不仅能会会老客户,同时更是结交新朋友、开拓新市场的良好契机。

格力空调自1998年进入巴西市场以来,发展势头迅猛,目前占据巴西市场约20%的份额。尤其是2001年在巴西马瑙斯建厂以来,不仅为当地创造了就业机会,还带去了技术和工艺,培养了一批技术工人。

在这次展会上,格力空调的先进技术和经营理念引起了哥伦比亚、智利等拉美国家客户的浓厚兴趣,前来参观洽谈的客户络绎不绝。展会期间,中国驻巴西大使陈笃庆、中国驻巴西

圣保罗总领馆商务领事陆玉忠还专程参观了格力展位。



▲ 拉美客户纷纷在格力展位驻足欣赏

格力新款空调亮相中博会

本报讯 在刚刚结束的广州“第四届中国国际中小企业博览会”上,格力电器的23款新品空调集体亮相,并以其款式精美、科技感强烈,功能设计个性化,成为中博会众多参展产品中

的一大亮点。无论是空调外观、功能还是内部匹配技术,均有独具匠心的创新之处,显示了格力电器强大的研发实力和以消费者需求为导向的创新准则。

一品牌空调业务员散布短信诋毁另一品牌空调;嫌犯已被网上追逃

狂发短信,“中伤”名牌空调

用手机发发短信,会触犯刑律?9月19日,记者从驻马店市公安局驿城分局获悉,今夏空调旺销季节,某品牌空调的业务人员在信阳、驻马店等地以手机短信形式,发布恶意中伤格力空调的谣言,造成该信息广泛传播。因其行为已触犯刑律,警方对犯罪嫌疑人宋某做出刑拘决定,并上网追逃。

短信散布谣言,格力“受伤”

据了解,今年7月初,驿城警方接到报案,称有人利用手机短信散布谣言,恶意中伤格力空调。

民警初步调查发现,从6月份开始,驻马店市不少消费者的手机都收到过一条短信,短信称:各地权威媒体发布,格力空调“偷工减料”欺骗消费者,并“请转发十位以上亲朋好友避免受骗上当!”这一短信不仅在家电行业人士中流传,而且在驻马店、信阳等地广为传播。

谣言短信来自何人?其意图何在?警方对这起罕见的短信损害商业信誉案高度重视,遂立案侦查。

散布者为另一品牌的业务员

在调查取证中,民警发现,除驻马店、信阳两市市区外,这一谣言短信已蔓延至驻马店的新蔡、确山、汝南、正阳、西平等县区以及信阳、南阳等地的十多个县市。在一些家电卖场,这一短信竟成为个别品牌空调促销人员攻击格力空调的借口,已严重影响格力空调的信誉和销售。

警方初步断定,这是一起由于恶性竞争产生的损害商品声誉的刑事案件。通过进一步调查,某空调业务员宋某进入警方视线。证据表明,是宋某用自己的手机向数十人发送了该谣言短信。接受调查时,该空调驻马店产品管理处负责人也表示,今年28岁的宋某是该空调的业务人员,负责驻马店市的业务,其工资由该空调总部发放。得知警方着手调查谣言短信后,宋某辞职。

随后,警方从有关部门调查取证的资料表明,宋某发送的短信内容纯属造谣。格力空调拥有中国驰名商标、中国名牌产品、国家免检产品等荣誉称号,还在去年9月被国家质检总局授予“中国世界名牌”称号,这是中国空调行业第一个也是唯一一个世界名牌。由于宋某的行为已触犯刑律,警方在抓捕未果的情况下,决定对宋某实施网上追逃。

发出造谣短信,该当何罪?

事实上,短信作为一种日渐流行的传播渠道,已逐步显露出“第五媒体”的影响力。一些人认为,编发或转发一条手机短信,即使内容纯属编造或者是诋毁他人、其他品牌的谣言,也不是什么大事,更谈不上犯罪,其实不然。

“这样的短信造谣已触犯了法律。”河南裕达律师事务所高勇建接受采访时说,对于造谣者,如果证据充分,应根据情节轻重,依法进行处罚或追究法律责任。

许多人在不明真相的情况下随意转发谣言短信,是否也触犯了法律?法律专家指出,也许其主观上没有恶意,一般不予惩罚,但如果达到一定的社会危害性就应该给予一定的处罚。

驿城警方表示:“希望宋某尽快归案,配合警方查清事实真相。”同时提醒广大群众,“收到这类短信后,不要轻信更不要传播,以免触犯法律。”

(该报道节选自《大河报》9月21日报道)

和谐共赢的“格力模式”

编前语 在格力电器成立的第一家销售公司——湖北销售公司成立十周年之际，本报特刊登该文以作纪念。

一路走来，对于格力模式，褒扬者有之，质疑者有之。在争议面前，格力电器如同空调界的冷静王：“渠道模式好不好，不是某个人说了算，是市场、经销商、消费者说了算。”

正是因为相信“共赢”是长远发展的基础，更相信长远发展的目标是“共赢”，十五年来，格力以自身的经营思路、企业精神、营销手段，创造良好的经营业绩，创造出“格力模式”的市场奇迹，以事实证明格力渠道是一条适合中国国情、适合格力的道路。

我们相信，如格力电器董事长朱江洪所言，每个大制造厂商都要找到适合自己发展的渠道模式。格力模式的成功，有着深厚而独特的企业文化做支撑，很难简单复制。



▲9月19日湖北销售公司十周年庆典会议在珠海隆重举行

2004年，格力公然叫板国内家电制造企业赖以生存的大连锁，走自建渠道的道路。国内某权威经济学家预言，离开大卖场，格力电器必将输掉未来。

然而，三年过去了，格力不仅没有“输”，反而迎来了销量的大增长和品牌美誉度的提升：2006年实现销售收入238.03亿元，家用空调销量突破1300万台，连续两年位居世

界第一；2007年1至6月，格力电器实现销售收入200.52亿元，同比增长52.28%；实现净利润4.86亿元，同比增长54.22%。

显然，这一切与格力独特的营销模式密不可分。

21世纪经济领域的全新革命

格力模式诞生在市场无序竞争、硝烟四起的上世纪90年

代中期。

1996年被喻为家用空调业的“第一次全国大战”之年。时任格力电器经营部长的董明珠没有睡过一个好觉，手机24小时开通。市场的无序竞争以及罕见的凉夏，已使价格战打到了“死亡之谷”。

而另一方面，由于刚从卖方市场转入买方市场，市场机制缺失，群雄四起，诸侯割据。以格力湖北市场为例，格力原来在湖北有4个销售大户，号称“战国四雄”，为抢占地盘，竞相残杀，不仅四败俱伤，而且极大地扰乱了格力的价格体系。

“凉夏血战”最终导致了大多数经销商和厂家血本无归，格力虽然依靠人情的力量杀出重围，但最终无序的市场竞争还是使格力的经销商无利可图。1996年年底，格力忍痛拿出1个亿补贴经销商。

痛定思痛后，格力意识到，恶性价格战不仅损害了品牌声誉，而且低廉的价格也将使经销商无力承担对消费者的售后服务，最终导致消费者的根本利益受到损害，整个行业倒闭。

经过深思熟虑后，董明珠做出了“把大家捆在一起”的决定，并开始了全新销售模式的探索与实践。1997年，格力联手湖北四个大户成立了第一家以资产为纽带、以格力品牌为旗帜，互利多赢的经济联合体——湖北格力空调销售有限公司，统一市场、统一渠道、统一网络、统一价格、统一服务，树立了市场规范竞争的典范。

果然，第二年，湖北格力笑

了，格力空调在湖北销售大增40%，销售额达5.1亿元！各二级、三级经销商也笑了，因为他们的销售也“水涨船高”，共同致富了。

不断创新永葆先进

近年来，家电连锁大卖场风起云涌，并且日渐形成寡头垄断的格局，许多家电制造企业越来越依赖大卖场。而格力却始终坚持两条腿走路，并且偏重于自建渠道，在二级管理机构销售公司的支持下，全力发展专卖店。这种不依赖大卖场的模式，使外界一直把格力的销售模式划归为传统模式，认为其是落后的大户代理制模式，而新兴的家电连锁大卖场则是先进的。

对此，格力电器总裁董明珠有自己的解释：一种模式的先进与否，不是看它是不是跟经销商合作，而是取决于它是否适应市场的变化。归根结底，“所谓适应市场的变化，则关键是看是否适合并保障相关方的利益，即消费者的利益、经销商的利益，以及厂家自身的利益。”格力营销始终坚持三个利益，把消费者的利益放在首位，同时兼顾厂商双方的利益。

董明珠表示，“格力电器要打造世界级的品牌，就必须走一条适合自己的长远发展道路。而格力专卖店正是适应目前市场需求和变化的模式，是较为完善和先进的模式。”

格力专卖店尽显渠道之优

在大卖场整合不断加强的

趋势下，格力专卖店的发展状况备受外界关注。据统计，格力电器全国专卖店已达到3500多家，遍布全国各地，已逐渐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。

在沉甸甸的数字面前，朱江洪有理由相信：格力专卖店的道路走对了！对于专卖店今后的发展，朱江洪信心十足：格力专卖店还有很大的发展空间，大卖场不可能“通吃天下”。

董明珠也指出，纵观世界，凡是高档的产品，无不拥有自己的专卖店，格力专卖店提供消费者的不仅是优质的产品和服务，还是一种品位和文化。广大消费者享受到的是一种从选型、设计、安装到维护、保养等全过程的专业、规范、人性化的服务。

格力模式延伸到海外

随着格力全球化品牌战略的推进，格力空调在海外的市场越来越广阔，格力模式也在逐步应用到海外的营销。1995年，格力走出国门，在海外设立了第一家办事处。2004年，格力电器决定大力发展海外专卖店。2005年，格力专卖店在美国成功开设。

目前，格力在海外已开设了500多家专卖店，自主品牌进入了英法美等80多个国家和地区。格力将自身的企业文化及营销模式带到了海外，再度彰显了格力渠道模式的强大生命力，以及格力的雄心与远见。（本刊记者）

厉兵秣马迎挑战 脚踏实地做服务

本报讯 国庆前，福建销售公司2007年全省售后巡回培训会议相继在福州、泉州、漳州、南平、龙岩等地召开。此次全省范围内的巡回培训旨在提高福建省格力售后服务人员技术水平和职业素质，以进一步提高格力空调服务质量。培训通过投影演示、分组讨论等环节活跃气氛。参加培训的售后人员都表示，通过培训，对一些安装及维护中常见问题的认识加深了，技术关键问题的解决能力及专业技能上均有了实质性提高。

作为世界名牌，格力各级售后服务人员认识到，售后服务不是玩概念，而是要实实在在的让消费者享受专业的服务。今后，福建销售公司将继续推进服务网络的优化建设，规范各级服务网点的运作管理，实现服务双赢。同时，公司还将进一步加强配件供应管理，提升工作效率和工作质量，满足顾客日益提高的需求。（通讯员 翁秀春）

首家格力电器“4S+1”专业店成立

本报讯 9月28日，随着格力电器总裁董明珠手中剪刀发出的清脆声音，全国首家格力电器“4S+1”专业店于山东济南正式成立，标志着空调行业由“专卖”向“专业”转变的步伐正式迈出。

“4S+1”专业店首先为消费者提供“4S”的专业化服务，“4S”是指销售、售后服务、信息化管理和配件供应的一体化。消费者在享受舒适的购物环境、专业化的接待服务后，门店将利用先进的信息化系统实现快捷的送货、安装服务，同时在门店内能够为消费者提供进行“白领化”的售后服务、及时的配件供应。

“4S+1”中的“1”指的是社会责任，“4S+1”专业



店将社会责任写入建店宗旨，每年专业店都会在收益中拿出一部分资金捐献给慈善总会等慈善机构，同时在门店内设置专区，陈列格力最新的“节能、高效”产品，体现格力产品是“社会责任”的最忠实执行者，是专业店在行业内

的革新，也是董总倡导的“工业精神”在经销商团队的具体实施。

目前，“4S+1”专业店试点正在山东省内17地市全面展开，未来三年内山东上千家专卖店将逐渐向“4S+1”专业店方向转型。（通讯员 宋志磊）

格力积极履行社会责任受表彰

本报讯 9月28日，在湖南省消费者委员会举办的“行业救助与和谐消费”新闻发布会上，湖南销售公司被授予“积极履行社会责任示范单位”荣誉称号。会上，由格力牵头，联合与会的空调、电视、冰箱、洗衣机行业企业代表，共同倡议所有有能力的企业一起提供行业公益救助服务。

据了解，自去年11月成立退市空调救助中心以来，在不到一年的时间里，湖南销售公司在湖南省设立了65家退市空调救助站，先后接受60余种退市品牌2700多次求助电话或现场接待，提供24小时上门援助3200余人次，挽回经济损失200多万元。

格力成为家电行业诚信广告的典范

本报讯 近日，中国广告协会“诚信广告中国行”组委会在青岛举办了2007年度中国诚信广告主长城奖颁奖典礼。作为深圳家电行业的唯一代表，深圳销售公司再度蝉联榜单，成为家电行业诚信广告的典范。（方薇）

“国庆七天乐”精彩瞬间

国庆长假期间,为丰富广大员工的精神生活,营造和谐向上的小区文化,总裁办、企业安全部和工会通过各方面组织协调,在康乐园开展了“国庆七天乐”系列活动。本次活动涵盖了歌舞晚会、电子竞技、体育游戏等多个项目。与此同时,在七天假期中,康乐园活动中心二楼台球、棋牌室及三楼迪厅等多项娱乐设施向全体员工开放,项目精彩纷呈、妙趣横生!



▲格力电器总裁助理靖东代表公司领导在晚会开始现场发言讲话。在讲话中,他表达了对晚会策划者、组织者和观众的衷心谢意,并预祝全体员工度过一个轻松愉快的假期!



▲晚会现场,前来观看演出的广大员工不时挥动手中的荧光棒,为演员的表演呐喊助威,现场气氛热烈非常。



▲迎国庆歌舞大联欢上,闪亮的聚光灯下众演员齐聚舞台,欢呼雀跃,用热情洋溢的歌舞表演迎接国庆假期的到来!

▼主持人在歌舞晚会上沉着淡定的主持风格贯穿全场,并适时根据表演现场带动台下观众气氛,为整晚演出增色颇多。



▼在晚会后台,演出者和其他工作人员有条不紊地进行着晚会现场的各个步骤,现场工作紧张有序。图为后台内,工会负责人屈小玲同部分舞蹈演员合影留念。



◀乐队主唱在晚会现场激情演绎着高昂的乐曲,同时也在谱写着格力年轻一代的青春和梦想。一曲终了,将整个晚会的火热气氛推向最高潮!



▲电子竞技,激烈对抗中……



▲电子竞技比赛部分获奖者



▲准备工作是这样进行的



▲跃动青春



▲趣味体育比赛之“瞎子打鼓”



▲优美的抛物线——球进了!

格力空调黄金周畅销全国

安徽:国庆创销售新高

本报讯 黄金周期间,安徽省各大卖场和5A连锁专卖店接待顾客人数和销售额再创黄金周销售历史新高,国庆期间平均日出货量首次超过2300套,七天销售额逾5000万,再次创下安徽单一家电品牌国庆期间销量之最。此外,皖北等经济欠发达地区也实现了快速增长,蚌埠、马鞍山、阜阳、淮北四地比去年同期增长率超过100%。

此外,今年黄金周期间,套购成为一个新亮点,一次套购三套、四套的用户数量大增,乡镇县城销量明显成为新增长点。(陈婷婷)

本报讯 黄金周期间,东北销售公司在东北各专卖店及卖场开展了以“辉煌格力,健康有礼”为活动主题,以睡梦宝、王者系列等新品及高端产品为推广主打的大型促销活动。

此次活动,东北销售公司投入大量的人力、物力。付出总有回报。据了解,东北各地区黄金周期间销售情况喜人,睡梦宝等新品高端更是深受消费者喜爱。

值得一提的是,国庆首日,东北第一个独立式空调体

东北:“辉煌格力,健康有礼”



验区在长春某大卖场开放。这也是所有空调品牌中唯一的

一家,尽显格力“世界名牌”的品牌实力。体验区分别设置了睡梦宝、王者之尊、风姿、新绿洲的实机演示专区,在咖啡与红茶的氤氲中,消费者可以坐在沙发上、在铺着地毯的体验区内享受家一样的温馨和格力空调带来的舒适感觉。

格力空调体验区的设立,在卖场体系终端提升了“感受消费”的内涵,让广大消费者更直观了解产品、了解格力,切实感受格力的优势,更好地促进了卖场体系这一阵地中格力空调的销售。

(通讯员 王娜)

江苏 国庆销售成绩喜人

本报讯 国庆期间炎热的天气伙同消费者高涨的热情,在江苏大地上再一次燃起格力的辉煌!整个黄金周期间,格力空调专柜一直是空调品牌中最聚人气的地方,消费者用最实际的行动证明着他们对格力的认同和赞誉。尤其

是睡梦宝、风姿等新款机型的闪亮登场,更是让消费者眼前一亮,不少前卫人士纷纷争当吃螃蟹者,迫不及待地买回家一试新享受。某些竞争品牌尽管在赠品和价格上优于格力,但实际销量却远远落后于我们。看来消费者的消费动机是

越来越理智了,质量和服务才是他们真正关心的。

在江苏,无论是城市市场,还是乡镇市场,消费者对格力的美誉度都相当之高,买空调,首选格力,而且钟情于新款机型。所以出现了部分新机型还没上市,就有消费者喜

滋滋前来预定的场景。

就十一黄金周期间的销售情况来看,功在平昔而利在一旦,格力在江苏深入人心造就了黄金周的长假效益,格力真正以一个成熟品牌的尊贵驻立在了消费者的心目中。

(通讯员 吕萍)

湖南 黄金周全线飘红



本报讯 黄金周的湖南家电卖场,格力空调炙手可热。今年国庆期间,格力空调在湖南市场销售量突破两万台,同比增长149.66%。数字显示,黄金周的湖南空调市场,格力成为最大赢家。

在黄金周前,湖南销售公司招聘了100名临时促销员集中培训,在7天假期里,这支队伍进驻各大卖场,成为一支强大的营销“生力军”。面对潮涌而来的顾客群,各大卖场促销员直呼“忙晕了”。截至10月7日,湖南全省销售格力空调较去年同期增长14382套,增长率达到

149.66%。各连锁卖场的格力销量平均占比达到70%以上。与往年相比,今年的空调市场呈现出新款机倍受青睐,高端机销售喜人的态势。据统计,国庆期间湖南市场共售出睡梦宝1000多台,王者之尊和王者风范2100多台。

(通讯员 郭佩平)

广州 格力空调主打新品战

本报讯 黄金周期间,家电厂商以家庭装修旺季为主题,根据家装用户消费特点,给消费者提供极大选择空间。

新品、高端产品,一路凯歌

广百家电商负责人表示,人们对高品质生活的追求,促使空调进入价值时代的

比拼,质量稳定、价值为先、节能环保已经取代单一的价格成为购买过程中的首要因素。从目前空调销售市场来看,消费者在购买空调的过程中询问最多的是健康、节能、环保等方面的问题,而各大空调厂商的高端产品基本上都能满足消费者的要求,尤其像格力

睡梦宝、节能王子系列空调,以其高性价比赢得了消费者的青睐。

价值成为首选

从目前的空调销来看,消费者在购买空调的过程中询问最多的是健康和节能,几乎各品牌都在比品质、比节能、

比健康、比服务。格力电器作为首家提出“六年免费包修”的空调企业,以品牌的品质作保证、以消费者亲身感受的实际利益和企业的综合实力为出发点,无怪乎赢得消费者的无限信赖。

(通讯员 傅文平)

珠海 为58%的增长率喝彩

本报讯 黄金周期间,珠海销售公司抓住有利时机,取得极好的销售业绩,相比去年销售同期增长超58%。

活动期间,珠海市区格力各专卖店、卖场处处人声鼎沸,广告宣传和促销活动的攻势一浪高过一浪,一派火热的销售场面!其他区域不甘落后,并且融入了各

自区域的特色。据统计,仅黄金周首日珠海销售公司负责的全区域总销量就接近千台。此外,新品机的销售也是节节升高。

与此同时,珠海销售公司区域又有5家新专卖店热火喧天地开业,为格力空调在珠海空调市场的销售版图上创造更大的辉煌。(王燕玲)

陕西 十一热销 新品走俏

本报讯 为备战黄金周,陕西销售公司以睡梦宝的宣传促销为突破口,着力加强新品的重点推介和促销,同期新品销售较去年增长超过40%。

据了解,今年的新品一经上市备受消费者的青睐,睡梦宝、新绿洲、风韵、王者系列柜机的销量分别占到了

总销售的10%以上。黄金周期间,新品的销量占到总销售的一半。今年的新品外观漂亮、款式时尚、功能更强大。西北地区采用的集中宣传攻势,很好地进行了黄金周的前期预热,为新品的销售做好了铺垫,也拉动了经济实惠型产品的销售。

(通讯员 王晓萍、闫娟)

湖北黄金十年 “十一”感恩钜惠

本报讯 对于湖北销售公司而言,今年的国庆有着特殊的意义,因为它揭开了湖北销售公司“辉煌十年”贺岁感恩活动的序幕。湖北销售公司浓情钜献促销,湖北省所有格力卖场在黄金周期间强势出击,感恩钜惠消费者,掀起荆楚空调抢购狂潮。

9月19日,湖北销售公司在珠海召开的十周年庆典大会圆满落幕,为圆满完成格力电器2008年销售目标,湖北销售公司上下一心,全力投入黄金周的空调大战,以火样的热情为湖北十岁生日,献上了一份实实在在的贺礼。

据统计,从28日活动推出后至10月7日,湖北省共实现空调销售超过2万台套,相比去年同期增长近53%。新品机型销售增势更为喜人,每售出的十台空调中,有3台为格力睡梦宝、王者之尊、风姿等高端的前沿主打机型。(陈竹)

四川格力邀市民 踏上“爱心之旅”

本报讯 黄金周期间,四川格力联合“多背一公斤”公益组织共同开展了“爱自然更爱孩子——格力电器爱心之旅”大型旅游活动,面向社会征集旅行志愿者,出行时只需“多背一公斤”,让“爱心”一起旅行。

关注贫困山区孩子们生活和学习,奉献你的爱心,其实只需在你旅行时“多背一公斤”:一盒文具、两三件衣服、四五本图书……将它们带给沿途的学校和贫困孩子,就将成就你的“爱心之旅”。

据了解,本次“爱自然更爱孩子——格力电器爱心之旅”大型旅游活动的目的地是甘孜州炉霍县的宗塔、宗美两所学校,不仅能为旅游者带来丰富的旅游体验,更能实现良性的公益循环。



记山东格力 08 年营销峰会 坚持就是格力

本报讯 九月金秋、花好月圆，山东销售公司携全省千余名格力客户共邀格力电器总裁董明珠莅临山东参加山东销售公司2008年度营销峰会，与全体山东格力人共聚一堂、共话发展、共创未来、共赢天下。

在营销峰会上，山东销售公司总经理孔维栋致开幕词，对董明珠总裁等与会嘉宾及媒体的到来表示衷心的感谢和热烈的欢迎，并对本次大会“坚持就是格力”的会议精神作了详细阐述。

随后，山东销售公司董事长段秀峰作工作汇报。报告指出，在坚持朱江洪董事长“三个代表”和“少说空话，多干实事”及董明珠总裁“合作者的利益永远神圣不可侵犯”的思想指导下，在全体格力人的共同坚持和努力下，山东销售公司坚持励精图治、锐意进取，坚持格力营销思路、渠道政策、服务理念，七年如一日将格力产品在山东这片竞争较为惨烈的市场上逐鹿群雄，称雄齐鲁大地。

此外，山东销售公司优秀经销商代表也应邀发言，讲述了如何在格力的指导下从做买卖到做生意到做事业的思想

的转变，承担起了应有的社会责任，格力经销商的现身说法，对全体格力人影响和教育意义深远。

董明珠总裁的演讲是整个营销峰会的高潮部分，其对中国空调行业的发展现状的精辟分析赢得了阵阵掌声。对山东销售公司多年的销售工作董明珠总裁给予了肯定，同时也提出了新要求，她强调销售公司要用一种“工业精神”来经营格力品牌，把格力变为自己的事业融入到各自的职业生涯中。在董明珠总裁的思想指导下，全体格力人表示，一定在新的销售年度，坚持营销思路、坚持渠道政策、坚持服务理念。坚持、坚持、再坚持，坚持就是格力，坚持就是胜利，在压力面前勇于挑战自我、挑战巅峰，交一份满意的答卷。

为表彰先进、肯定成绩，在营销峰会上还举行了山东销售公司第一届“金格奖”颁奖仪式。本届共产生了杰出贡献、最佳专卖、最佳服务、最佳工程、最佳开拓、最佳合作、最佳促销、最佳进取、最佳创新、最佳新秀十项大奖，董明珠总裁亲自为获奖经销商颁发了奖杯、证书及高达十万元的奖金。

山东销售公司为方便格力经销商更好地为消费者服务，特意为经销商们配备了百余辆服务车，并请消费者监督服务，推出“白领服务、监督有奖”。董明珠总裁专程为“白领服务”队伍授旗，十七个区域的白领服务代表庄重地从董明珠总裁手中接过“白领服务”的大旗。山东销售公司2008营销峰会在团结、祥和的氛围中落下帷幕。

今后，在“坚持就是格力”这一思想指引下，全体山东格力人必将坚持不懈地去奋斗，不断地战胜自我、挑战巅峰。（张衡）



多年来，她的每一次判断，都左右着空调市场竞争的风向；她的每一个决策，都影响着行业领域的发展。她专注于一的执著、坚韧不拔的意志、斗志昂扬的精神带领着格力团队“棋行天下”，回首往昔，展望未来，她执着坚定“行棋无悔”……

董明珠济南新华书店签售 棋道：“明珠之美”

本报讯 9月26日上午10点，格力电器总裁董明珠携新作《行棋无悔》在济南泉城路新华书店举行了“正和博弈无悔人生”签售会，千余名读者来到现场争睹这颗商界“明珠”的光彩。

《行棋无悔》是董明珠继《棋行天下》之后的第二本作品，记录了董明珠在空调市场中叱咤风云，攻城略地的营销高招和高瞻远瞩的战略部署及处理紧急事件的智慧和谋略，深刻地体现出其人格魅力和行棋无悔的精神。反映出她对企业的炽热感情，对事业的孜孜追求。该书不仅是一本充满智慧的营销谋略宝典，也是砥砺信念的励志佳作。

山东读者对董明珠及《行棋无悔》十分熟悉，数年前《棋行天下》就在齐鲁大地掀起了一阵明珠热，此次广大读者对《行棋无悔》更是翘首以盼。该书在《山东商报》进行连载以来，读者来信踊跃，好评如潮。《山东商报》每两周就刊发一次书评，目前该书已进入新华书店畅销书



明珠闪耀 格力辉煌 记山东销售公司 2008 营销峰会之“明珠之美”行业高端论坛

本报讯 金秋送爽，丹桂飘香。9月25日，是山东格力双喜临门的日子，风雨七年，全省格力人齐聚一堂，共谋发展。格力电器副董事长、总裁董明珠亦亲临山东，参加了山东格力电器2008年营销峰会，并发表了重要讲话，下午其还出席了“明珠之美”行业高端论坛，为山东格力人上了生动丰富的一课。

下午的高端论坛围绕着空调行业中的渠道建设、营销模式等展开了对话，对话在轻松、和谐的环境中进行。CCTV-2《对话》节目主持人陈伟鸿先生作为本次高峰论坛的主持人，对董明珠总裁提出了一系列问题，董总快速、缜密地作出精辟的答复。

在谈到格力独有的销售模式的时候，到场的嘉宾赵晓教授，北京科技大学教授、经济学家，这位在《对话》栏目中经常以质问口气出现的教授，对董总以及格力电器的区域销售公司模式给予了很

高的评价。对此，董明珠总裁提出，成立区域性销售公司，是为了能够更好的统一协调，防止出现区域与区域、区域大户之间的矛盾；她指出，格力这种销售模式，不仅为了格力电器能够长久发展下去，打造百年企业，也是为了更好的维护经销商的利益，维护广大消费者的利益，保持整个空调行业的良好秩序。

在谈到越来越多的企业走向世界，去开辟海外市场的时候，董明珠总裁再一次重申了格力的国际化战略：先有市



场后有工厂，海外市场开拓稳扎稳打。董明珠总裁认为，格力电器长远的目标并不仅仅是追求销量世界冠军，更在于把“格力”这一品牌打造为全球知名的品牌，通过格力这一品牌，让世界了解中国人，让他们知道中国人是最优秀的，也就是让中国的文化随着格力的品牌“走出去”。充分彰显了作为世界名牌所应该具有的气魄与胸襟。

在这次论坛中，董明珠总裁尤其提出了诚信的重要性。她认为，诚信作为企业发展的重要因素，已经与技术、质量一起融入到格力的企业文化中去，成为打造百年格力电器的重要支撑。

本次论坛，在轻快和谐的氛围下结束。在座的经销商用充满希望与自信的表情表达了参加此次论坛的收获。我们坚信，2008年的销售工作，山东销售公司定能奏出美丽的乐章，以答谢董明珠总裁及各级领导的厚爱与支持。（武海婷）

籍榜单。

定于10点开始的签售会早上8点前就排起了长龙，其中很多读者是前一天专程赶赴济南的，来自潍坊年届67岁的王太和老人拒绝子女代劳专程从潍坊赶来参加签售。董明珠总裁在签售会上表示，《行棋无悔》是她在竞争激烈的市场中的亲身经历，希望她的这些经历能够与大家分享，并对广大读者对她本人以及格力电器的支持与厚爱表示感谢。（杨东明）

国寿格力共激励

本报讯 9月26日，在中国人寿的热情邀请下，董明珠总裁专程到国寿进行拜访，并且举办了演讲会，中国人寿济南公司千余人聆听了董明珠总裁的精彩演讲。

董明珠总裁从个人成长、发展历程谈起，把格力创业、振兴、发展壮大之路娓娓道来，其间包括团队管理、市场营销、个人成长心路等，不少听众还频频提问。

演讲精彩、提问巧妙、回答幽默，掌声不断响起，董明珠总裁的魅力引起了大家的共鸣，演讲时间不

知不觉中延长了整整1个多小时。

最后董明珠总裁进行签名售书，其著作《行棋无悔》引得无数书迷朋友竞相购买。（潘延亭）

