

2012年第09期
珠海格力电器股份有限公司主办
2012年10月5日出版
总第241期
粤内登字C第00039号
(内部资料 免费交流)

格力电器



扫描二维码,登录格力官网
<http://www.gree.com.cn>
投稿邮箱:greenews@gree.com.cn

GREE ELECTRIC NEWSPAPER

◆2版·综合新闻
董明珠董事长七获“全球最具影响力商界女性”殊荣

◆2版·综合新闻
**空调“能效之星”公布
23款产品格力占8款**

◆3版·市场动态
**上半年外销逆势增长
格力国际化进程稳健**

◆4版·副刊
董明珠:离时代最近的制造者

要 闻 速 递

格力核心科技闪耀合肥家博会

本报讯 9月6日,第六届中国国际家用电器博览会在合肥隆重开幕,格力在本届展会上携家用空调、中央空调等产品隆重登场,其中1赫兹变频节能技术吸引大批观众的眼球。

为响应家电大潮,此次家博会上格力展出的都是最新研发或者即将面世的新品。价钱、能耗、功效,是参观者们普遍关心的问题,为更好地服务观众,格力特意邀请了四名商场的金牌导购员,为前来咨询的观众答疑解惑。展览期间格力还吸引了外国商户,来自乌兹别克斯坦的两名客商,在参观了格力展位后当场表示了合作的意愿。(合肥格力 赵倩倩)

格力电器成为全国中小学质量教育社会实践基地

本报讯 9月25日,在国家质检总局举办的“中国质量发展论坛”上,格力电器被授予“全国中小学质量教育社会实践基地”殊荣。

全国中小学质量教育社会实践基地由国家教育部和国家质检总局联合评选。

又讯 近日,国家工业和信息化部公布了首批50家质量标杆企业名单,格力电器榜上有名。(企业管理部 王商)

格力电器获中国轻工业“十一五”创新先进集体奖

本报讯 近日,全国轻工业科技大会在北京召开。会上,格力电器荣获中国轻工业“十一五”创新先进集体奖。

“十一五”期间,格力电器在科技研发上取得了丰硕的成果。其中自主研发的1赫兹变频技术,先后摘得中国轻工联合会科技进步一等奖和国家科技进步奖,成为唯一获奖的空调企业。

格力连续四年荣登“公务员最喜爱品牌”榜首

本报讯 在由南方日报社主办的“2012公务员最喜爱的品牌评选”中,格力电器凭借领先的技术水准、过硬的产品质量和优质的客户服务,以46.69%的得票率毫无悬念地再次荣登3C品牌榜首。

南方日报自2009年起,每年都推出公务员最喜爱品牌大调研活动,今年评选范围囊括了家电、商旅、3C、地产、金融、汽车等各大行业的多个品牌。据悉,在历年来的评选中,格力电器一直稳居榜首,今年已是格力第四次蝉联榜首。

格力电器荣膺“诚信守法示范企业”

本报讯 日前,由广东省各市委市政府推荐的229家广东企业经过初选和专家评审,共有24家企业脱颖而出,成为“广东省诚信守法示范企业”。珠海格力电器股份有限公司作为珠海市唯一一家入选企业,有望最终登上“广东十大诚信企业”榜单。

广东省“诚信守法示范企业”创建活动由广东省宣传部、司法厅、普法办、总工会、质监局、工商联等单位联合主办。被评为省级“诚信守法示范企业”的企业将获推荐参加“广东省十大诚信企业”的评选。

9月13日,广东省委宣传部组织广

东核心媒体,就企业“诚信经营”话题采访了格力电器董事长董明珠。董明珠指出,“只有耐得住寂寞、专心致志做产品的企业,才能取得消费者的长期信任,这是企业的诚信之本。”

董明珠认为,制造业企业有别于服务业,应该用产品本身来说话,售后服务再好,如果产品质量不好,又有什么意义?只有服务态度好,就像请了一个不会干活的保姆,哪怕再尊重你,但不能帮你解决问题。

在格力看来,每一台空调都是对消费者的一个承诺,因此,只有坚持制造精品,紧紧抓住质量这条生命线,才能全

保护消费者的利益,做一个诚信的企业。坚持“产品为王”的格力电器凭借“格力”空调成就了我国空调业唯一的“世界名牌”产品,产品远销全球100多个国家和地区,用户超过2亿。格力家用空调产销量自1995年起连续17年位居中国空调行业首位,自2005年起连续7年位居世界第一。

2012年上半年,受到国内外经济环境影响,家电行业整体销售停滞不前。但格力电器8月23日发布的2012上半年报告却显示,公司实现营业收入483.03亿元,同比增长20.04%;净利润28.71亿元,同比增长30.06%。



经国家科技部批准,由珠海格力电器负责组建

国家工程技术研究中心现场验收会召开

本报讯 9月21日,制冷行业唯一国家节能环保制冷设备工程技术研究中心(以下简称“中心”)现场验收会议在珠海格力电器召开。

2009年2月,经国家科技部批准,中心依托珠海格力电器组建。组建期间,中心不断完善基础设施和装备条件建设,建成近百个成套的研发实验装置及11条产品中试线,开展节能环保技术工程化研究开发项目62项,累计投入科研经费1.98亿元;形成43项重大科技成果,完成“国际领先”水平技术和产品7项;承接国家和省部级科技计划项目8项;获得国家、省市科技成果奖励7项,其中“变频空调关键技术的研究及应用”项目荣获国家科技进步二等奖;申请发明专利142项,其中授权89项;发表相关学术论文28篇;参与制修订标准38项。中心在进行自我建设发展的同时,还开展了多种对外开放服务,致力于推动行业的发展。

经过三年建设,中心在工程技术研究开发、人才培养、开放服务、行业影响力等方面,完成了国家科技部下达的组建计划任务,实现36项科技成果转化,创造直接经济效益11.7亿元,成果扩散到行业企业实现经济效益700亿元,创造了良好的经济效益和社会效益。

与会领导和验收专家详细听取了中心验收总结汇报,并现场考察了中心成果展厅、实验中心以及中试基地,充分肯定了中心在组建期间取得的成果,并希望以此验收为契机,进一步加强节能环保技术工程化研究开发等工作,积极承接国家科技项目,充分发挥中心在整个行业的公共研发和服务平台作用。

据了解,这是中国制冷业第一个,也将是唯一个国家级工程技术研究中心。该中心的组建,不仅实现了制冷行业、家电行业、空调行业国家工程技术研究中心零的突破,填补了制冷行业、家电行业、空调行业在国家工程技术研究中心方面的空白,而且这也标志着格力电器已经成为我国节能环保制冷设备的科研开发和工程化基地。

董明珠董事长七获“全球最具影响力商界女性”殊荣



本报讯 据外媒报道,美国《财富》杂志于9月21日发布了2012年“全球最具影响力的50位商界女性”排行榜,中国商界女性占据榜单七个席位。其中,尤为引人注目的,是已经第七次入选此项排行榜的格力电器董事长董明珠。

与格力一起成长起来的董明珠董事长,素有“商界铁娘子”之称,从她的一句“我从不

犯错,也不允许自己犯错”,就足以看出这位铁娘子对自己要求之严格。但她却从不认为自己是女强人,对她而言,不允许自己犯错误,只是因为“关系8万员工的工作和生活,我不得有闪失。”而她的“幸福”,便是在自己的岗位上创造更多的社会财富。

董明珠董事长领导着格力这个员工超过8万,年营业额

近千亿的国际化跨国公司,凭借过人的素质和独到的眼光,在以男性为绝对优势的中国企业界,在竞争日益白热化的家电行业,从一个个强敌中脱颖而出。在改变中国商界领袖形象的同时,也在改变着世界。

自2004年以来,董明珠董事长已第七次上榜全球最具影响力商界女性。纵观历年榜单,多年来稳居最具影响力榜单,

不仅标志着国际市场高度认可了董明珠董事长对企业、对行业所作出的巨大贡献,更揭示海外主流媒体对格力电器等中国新式企业的高度聚焦。

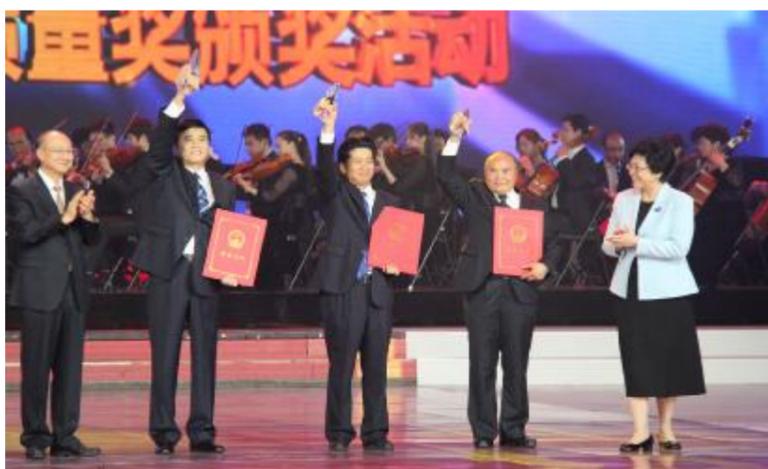
据悉,此次上榜的中国商界女性还有华为董事长孙亚芳,西京投资管理公司主席刘央,长城汽车王凤英,摩根士丹利孙玮和来自台湾的HTC董事长王雪红。

合肥格力获首届安徽省政府质量奖

本报讯 近日,安徽省人民政府、安徽省质量技术监督局发出通知,公布了2012年安徽省质量奖企业名单,并于8月31日晚在安徽广电中心举行了盛大的颁奖仪式。格力电器(合肥)有限公司喜获佳誉,成为首届安徽省质量奖3家获奖企业之一。这是格力电器继荣获全国质量奖、广东省政府质量奖、合肥市政府质量奖之后的又一权威质量管理奖项。

安徽省政府质量奖是安徽省最高的质量奖项,代表了皖地质量管理工作的最高荣誉。

合肥格力自2008年投产以后,坚持走质量兴企之路,大力实施卓越绩效管理,产品质量稳步提高,特别是空调产品售后故障率连续实现了全行业最低的好成绩,为企业的发展、



合肥格力总经理陈建国(右二)领取奖杯和证书

品牌的树立奠定了坚实的基础。2011年,合肥格力年产量达到981.49万套,产值254.35亿元,实际缴纳税费6.97亿元,经济效益处于省内同行业先进水平。

又讯 日前,“2012年合肥企业50强”名单正式揭晓,合肥格力位居第五位。安徽省委常委、合肥市委书记吴存荣出席会议并为获奖企业颁奖。

(合肥格力 赵倩倩)

空调“能效之星”公布 23款产品格力占8款

本报讯 近日,工业和信息化部公布了《“能效之星”产品目录(2012年)》,该目录共涉及家用空调、冰箱、洗衣机等在内的5大类75个型号产品。其中,房间空气调节器23个型号列入,而格力品牌空调有8个型号在列,超过空调入围总数的1/3,上榜量占首位。

据评审组专家介绍,最终上榜“能效之星”的产品是此前高

效节能中标产品的进一步精挑细选,只有在综合评分排名前5名的产品才有机会列入目录。

与节能产品惠民工程逐步扩大补贴范围的思路有所不同,首次在国内开展的“能效之星”产品评比更注重产品能效方面的引领性,旨在选择能效水平领先、核心技术竞争力强,以及节能经济性、环境友好性和社会认可度高的产品。(科管部 于丽)

今年第二批节能惠民目录公布 格力空调入围型号升至3559个

本报讯 近日,今年第二批节能产品惠民工程高效节能空调入围名单公告,格力电器申请的所有型号全部中标,入围名单中再添212个型号,其中120个定频型号、90个变频型号中标。至此,格力空调在节能惠民工程高效节能房间空调器的入围型号总数升至3559个,位于空调品牌中入围型号数量之首。

节能产品惠民工程一方面是通过给消费者补贴来倡导绿色消费,另一方面更是对节能产品提出更高要求。只有过硬的产品,符合国家规定节能高效的要求,才能给消费者带来实惠。

“一个制造业你的诚信首先体现在产品质量上,消费者不是因为你的价格低而说你的产品好,更多的是因为你的品质好,

给别人带来的是一种新的感受和全新的生活。”格力电器董事长董明珠告诉记者。

正是因为格力电器倡导产品质量至上的理念,才有了格力产品质量过硬的行业共识。

在今年的两轮入围名单中,格力变频空调累计入围380个型号。在家用空调领域,因为节能环保的特性,变频空调已成为行业发展趋势。

第三方权威机构产业在线近期公布的数据显示,2012冷年(2011年8月至2012年7月),格力变频空调累计销售1266.4万台,高出第二名539.4万台,占行业变频空调总销量的40.63%,约等于第二名至第五名的总和,蝉联市场销量、市场占有率双料冠军。

重庆格力举办“稻盛和夫经营哲学”研讨会

本报讯 为不断提高干部的管理能力,形成高度统一的经营哲学思想。9月1日,重庆格力组织所有中层干部举办“稻盛和夫经营哲学”研讨会。

日本的稻盛和夫先生是有着“经营之圣”美誉的全球知名企业家,稻盛和夫白手起家创立了“京瓷”和“KDDI”两家世界五百强企业。他在2010年2月“零薪水”出任日航CEO,成功拯

救破产的日航航空,并实现半年之内扭亏为盈,一年盈利1500亿日元的辉煌业绩。稻盛和夫先生的经营哲学思想自问世以来,获得业内、外极高的赞誉,对于企业经营者具有极高的学习借鉴和研究价值。

在研讨会上,各中层干部认真学习了稻盛和夫先生的《经营十二条》、《六项精进》等精华管理思想,并就“经营为什

么需要哲学”、“明确事业的目的与意义、设立具体目标”等问题展开讨论。

据悉,此次是重庆格力举行的第一期中层干部研讨会,后续还将陆续开展九期不同议题的研讨会,通过学习、研讨,统一干部的经营管理思想,寻求适合企业发展的经营思想和管理模式。

(重庆格力 王琴)

孙九林院士调研郑州格力

本报讯 9月22日,中国工程院院士孙九林及清华大学、北京理工大学等专家学者共10余人莅临郑州格力调研。

调研期间,孙九林一行对格力在技术创新上取得的成绩给予了高度赞扬。

9月23日,专家组在郑州召开了“推进郑州电子信息发展座谈会”,郑州格力受邀参加座谈。

(郑州格力 周多多)



图片新闻 9月16日,呼伦贝尔市党政代表团参观合肥格力。

石家庄市委常委、常务副市长王大虎调研石家庄格力

本报讯 8月28日,石家庄市委常委、常务副市长王大虎带领市财政局、市规划局、市国土局、市建设局、市交管局、市消防支队等市直有关部门负责人到石家庄格力调研。

王大虎详细询问了石家庄格力在基建和企业发展中存在的困难,要求市直相关单位立即和

格力做好对接,尽快给出合理解决方案,全力支持企业的发展。王大虎强调,石家庄格力作为石家庄市的一号重点项目,要充分发挥自身优势,进一步将企业打造成为石家庄乃至河北省标杆企业,市委市政府将一如既往地继续支持格力电器在石家庄的发展。(石家庄格力 马梦尧)

上半年外销逆势增长 格力国际化进程稳健



本报讯 数据显示,上半年格力电器实现外销92.91亿元,与去年同期持平,略有增长。在海外债务危机此起彼伏、

不断深化的背景下,这一业绩来之不易,更是格力稳健推进国际化的体现。业内人士表示,海外需求不振只是阶段性现象,依托强大的技术实力,格力在世界范围内的市场份额还有较大提升空间。

外销平稳超越大势 国际化用数据说话

技术升级与国际化被视为竞争激烈的中国家电企业突破国内增长瓶颈的两条出路。一直走空调专业化道路的国内白电领军企业格力电器自然深谙这一道理。今年3月,格力电器的形象

广告片亮相于素有“世界的十字路口”之称的美国纽约时代广场,此举被视为格力以自主品牌加速进军全球市场的一个重大信号。

“格力从不打无准备之仗”,一位持续关注家电行业的市场人士如此表示,“回顾格力近20年成长历程,坚持稳健发展是其长期奉行的发展策略。既然喊出了国际化的口号,肯定经过深思熟虑,也一定会在数据和业绩上得到体现。”

情况的确如此。今年上半年,在海外债务危机反复、国内经济增长减缓、房地产行业遭遇严厉管控的情况下,国内家电行业景气程度降至冰点,各子行业内外销情况普遍出现负增长。

产业在线数据显示,上半年国内空调行业销量同比下滑了6.2%,其中内外下滑6.7%、外销下滑5.8%。而格力电器外销规模同比增长0.3%,明显高

于行业整体水平,且超过了其它几家龙头企业。

外销低迷只是阶段现象 国际化依然大有可为

美国次贷危机与欧洲债务危机令海外市场接连受创,国内外贸部门普遍出现增长困难。然而,多数业内人士均表示,外销低迷只是阶段性现象,未来外销市场依然大有可为。

鉴于新兴市场蓬勃发展之后,中国厂商在当地已经有很好的布局,依托中国强大的本土市场所形成的特定优势,加上中国综合国力,文化品牌软实力的提升,因此,格力在世界范围内的市场份额还有较大提升空间。

某海外券商研究人士表示,与发达国家百户空调200台的普及率相比,广大发展中国家有巨大的潜在需求。近年来空调外销有着较快的增长速度,2006年空调外销数量超过

内销;虽然2008年以来外销市场增长弱于内销,但主要是受危机影响导致需求暂时性回落所致。展望未来,尽管宏观经济较差的表现可能仍将抑制短期需求,但长期来看,一旦经济复苏,空调外销仍有望迎来一段高速增长期。

而且,尽管当前欧美国家受危机拖累较重,经济复苏步履蹒跚,但是值得注意的是,欧美发达地区的空调出口只占中国总出口的30%以下。以后发展中国家空调普及率的提升,可以部分抵消发达国家市场销售下降的冲击。

比如东南亚、拉美、南亚人口众多,近20亿,又处在平均气温非常高的区域,有使用空调的内在需求,随着经济的快速发展,这些内在需求将逐步转化为有效需求,目前上述地区的收入水平已经接近空调需求快速爆发的临界点,是未来中国空调出口的重要增量。

河北:15年格力老用户免费换机

本报讯 8月21日,河北格力销售公司15年老用户免费换机新闻发布会在石家庄举行,会议邀请了100名中奖的格力老用户,通过现场表决的方式制定出河北格力销售公司以旧换新优惠政策,让消费者亲身体验“一代人选择3代人受益”的切实感受。

会上,河北格力销售公司总经理刘鑫磊和现场观众通过互动的方式制定相关优惠政策。河北消费者协会秘书长聂

云东参加并监督了本次发布会,并作重要讲话。

聂云东表示,中国应该出现更多像格力电器这样的企业,主动为消费者争取更多更大的权益。

河北格力销售公司董事长徐自发致辞中表示:“格力电器自创建以来,始终坚持凭良心做事,为消费者做事,这次活动对用户优惠力度之大,史无前例,但这样的活动格力会坚持下去,并且会把每一条政策落

实到每一处细节”。

会议期间,徐自发认真听取了一位残疾消费者的建议,并经销售公司管理团队商榷,最终现场宣布:今后,该消费者的赡养费用将由河北格力销售公司全部承担,并请现场所有新闻媒体全程监督。

徐自发接受记者采访时表示,“消费者如此关注格力,关心格力,格力也将回馈消费者,为慈善事业做一份贡献。”

(河北销售公司 周天宇)

“格力 爽动一夏”掀起八桂大地运动风潮

本报讯 为回馈广大消费者对格力电器的厚爱,广西格力携手广西电视台公共频道举办广西首档大型户外冲关节目——“格力 爽动一夏”。

从首站北海开始城市移动赛道比赛,至大本营南宁主场终极赛道比赛,激情跨越整个夏季,蔓延广西11大城市,集挑战性、趣味性、刺激性、竞技性为一体的冲关比赛,极大的吸引了广大广西民众的竞技热情,掀起八桂大地全民运动的新风潮。

万马千军,格力领跑

6月21日,冲关比赛首站强势登陆北海市,“格力 爽动一夏”由此开启。

选手们踊跃上场挑战冲关,“扑通、扑通”的失败落水声却仍此起彼伏。伴随着现场观众的欢呼声,首位闯关成功者诞生了——正是格力空调专卖店的安装师傅小周。自此,格力人领跑冲关,为广西人民开启“爽动一夏”的序幕。

万人空巷,爽动一夏

为能让广西人民更好地参与本次冲关体育竞技活动,作为本次活动的唯一指定地面报名地点,广西格力全民总动员。一夜之间,全省格力专卖店全部“变脸”——充满活力的“格

力 爽动一夏”海报、吊旗、橱窗喷绘以及统一的门头LED让各格力专卖店焕然一新,传递着格力时尚的运动气息,召唤着广西人民全民运动的参与热情。

据统计,历时近百天的比赛,共有近万名冲关选手,其中,在格力专卖系统报名的参赛人员多达5326人。

万头攒动,巅峰对决

城市移动赛道自今年6月全线启动以来,获得了全省人民的积极响应,从北海启程到武鸣收官历时91天,席卷广西十一个城市,吸引近万名挑战者,送出数千台格力电器,掀起全民运动风潮。

国庆前夕,城市赛道600名晋级的选手再次回归睽违的竞技赛道——南宁终极主赛道进行复赛,通关速度前40名的优胜者,通过双人合作接力赛的方式,选出耗时最短的10组选手进行巅峰对决。最终110米的终极赛道,“泳裤哥”和“百色哥”以53秒优异成绩问鼎冠军。

随着德国莱茵河谷生态游大奖尘埃落定,“格力 爽动一夏”活动也画上圆满的句号。历时3个多月的争锋对决,本次活动送出上千台格力空调、格力小家电,最终4名勇士脱颖而出,一举夺得生态游大奖。

(广西销售公司 张宝寅)

爱心接力经久不衰 回报社会竭尽所能

巴西格力回访圣保罗州帕约尔贫困小学

本报讯 8月18日,格力巴西销售公司的巴西籍员工一行回访曾援建过的圣保罗州帕约尔贫困小学,深入贫民窟并为当地居民和孩子送上衣物和玩具。

积极回报当地社会,已经深入到每一个格力人心中。受到以往中方员工组织的慈善活动所感染,这一次是由巴西籍员工自发组织,主动前往巴西贫民窟,为孩子们带去捐赠物资。圣保罗州帕约尔贫困小学的孩子都穿上了提前准备好的衣服,上面印着“GREE MUITO OBRIGADO”(巴西语:格力,非常感谢您),以表达对格力巴西长期以来给予该地区帮

助的感激之情,同时,也给到访的格力巴西员工一份惊喜。

格力巴西和该学校已经达成长期援助协议,在2011年圣诞节期间曾作为义工为该学校粉刷校舍,并为该学校送上了空调和电暖气用以改善教学环境,每逢周末也安排格力员工在该学校义务教导英语课程。

又讯 在格力巴西办公室的每一层楼最显眼的位置,都有一个捐赠箱,用以存放员工的捐赠物品,这次捐赠的爱心物资正是由格力巴西员工用爱心日积月累凝聚起来的,所有参与者都表示这样的爱心接力以后会长期开展下去。

(巴西格力 杨倪刚)



董明珠：离时代最近的制造者

8月24日，格力电器正式发布了一份漂亮的上半年业绩报告，营业收入483亿元，同比增长20%；净利润28.7亿元，同比增长30%。格力电器对外表示，今年完成1000亿的目标，应该没有悬念。

如若完成，格力将成为第一家突破千亿的中国专业化白电企业。仅凭此，它的规模已超过许多在1990年代风云一时的中国家电巨头。而且，从现阶段来看，格力的盈利能力和增长态势均优于其他多元化经营的竞争对手。

董明珠的新雄心是，格力要在下一五年时期，营业收入达到2000亿。根据董明珠的设计，每年增长200亿元（即20%）应该没有问题。

站在千亿门槛、互联网时代的入口，格力电器这支家电第一股的变化，其实正在印证中国制造业能不能跟上时代的变迁。日本家电企业既已被时代抛弃，中国会吗？格力会吗？

多元化之谜

董的办公室中规中矩，一面落地窗显示出6楼的视野，一张宽大的古檀色桌子，上面零乱地堆满了各类书籍和文件。房间四角的搁架上放着不少她的照片和奖杯，屋内最奢华的装饰也只能算是一台六门晶弘冰箱。

董的生活十分单调，几乎没有业余爱好，也不去健身，拿她自己的话说就是，“我的健身项目就是卖空调。”从1990年来格力做业务员，到现在身为集团董事长，她说，自己的生活和工作没有变过，“以前当业务员的时候，我一个人忙，当了领导之后，是一群人跟着我忙。”说完她笑着向旁边的格力电器副总裁望靖东求证了一下，“你们忙吧？”

按照空调业的惯例，头一年的8月1日到次年的7月31日算作一个冷冻年，此时的格力刚刚结束上一个冷冻年，应该是销售和生产的淡季，空调企业往往会选择这个时候给全员放假20天左右以休整。董明珠却说，“我们工厂现在还在满班生产，有时候还要加班。就算是没有生产，我也不会放假，我会让他们学习，只有员工优秀了，才能生产出最好的空调。”她自己也很忙，“下午我还要出差，去省里开个会。”语速并不快，但能感受到她的控制力很强。

格力电器以工业精神、专业化的名义，在空调业所向披靡。如果格力完成今年年产4000万台的产量目标，那么它占全球空调总产量的比例将接近40%。在全球，格力空调已经

连续7年市场销量第一，据产业在线的统计，2012冷冻年格力空调市场份额高达42.7%，约等于第二名到第五名的总和。

“走专业化道路，就是逼着自己走独木桥，没有回头路，要不你就掉下去，要不你就坚持走下去。”正如董明珠所言，专业化的定位让格力将空调做到了极致。全球40%的市场份额，无论放到哪一个产品类别上都是高得惊人的数字了。在空调领域，格力应该摸到了天花板。这也是业内大部分人对格力的担心，毕竟全天下的空调不可能都是格力一家的。格力会不会多元化？这是格力目前最大的悬念。

在接受采访时，董明珠对《环球企业家》说，“未来增长有两块，一是二次消费、产品升级；二是在垂直产业链上做一些专业化的扩张。”第一种增长很好理解，第二种按照董的解释就是，将以前很长的垂直产业链打平，从纵向扩张变成横向延展。“我的上端，电机、电容、压缩机等等都可以扩张，像我的电容已经为外国的电梯厂选用。”

根据望靖东提供的数据，格力生产的电机产值现在每年有30亿至40亿元，外部销售只有1个多亿，“5年下来，外部销售额达到几十个亿应该是没有问题的。”

不过，这仍然是较小范围的专业化扩张。董明珠更大的图谋其实已经超出了空调这根垂直轴之外。从2010年开始，格力电器开始布局冷链行业，做食品加工行业的深冷设备，同时给远洋大轮、军舰提供制冷设备和技术。董明珠的逻辑是，制造业一定要进入高端领域。

20年的格力成功经验，让董做企业的理念更加坚定：过硬的产品+诚信营销。所以，当外界担心格力不会再重视技术产品时，格力的人只能无奈地笑道，“他们不了解董总。”

负责商用空调的格力电器总裁助理、副总工程师谭建明深有感触，“说老实话，现在比以前压力大多了，也忙多了。”董接任董事长职位以来，烧的第一把火便朝向技术研发，包括产品及激励机制的重建。

在技术管理上，董明珠崇尚创造性产品，她会跟技术人员说，“你们能不能做出一台没有风的空调？”而且这种创造性是有严格指标限制的，“今年你的产品参数是什么样子，3年后你要做到什么样子，全部要靠具体的参数说话。”谭的压力也正在于此。现在他脑海里必须清楚地知道，3年后的产品究竟是什么样子。



很显然，董在按照一个技术绝对领先性企业的标准来要求格力的技术人员。格力的市场地位决定了她应该如此。根据中国知识产权网的公布，今年上半年格力电器以563件发明专利申请量位居第9，成为中国实施专利制度以来唯一上榜的家企业。目前，格力电器拥有国内外专利6000多项，其中发明专利1300多项，仅2011年申请专利1480多项，平均每天4项专利问世。格力现在要做的就是保持技术领先的位置，董的说法就是：“超越别人的产品，而不是跟随。”

从另一方面来说，强硬的技术也是格力专业化扩张的基础。董的商业逻辑是，任何产品的切入都要从高端切入。

格力中央空调是专业化扩张典型的成功案例。2001年谭建明开始搞中央空调，格力大投入，谭只有一个印象，“那么多钱投下去，是要冒汗的。”谭想加快研发步伐，但依然是4年才搞出一个产品，因为之前没有技术积累。11年之后，今年上半年中国中央空调总容量同比下滑10.2%的前提下，格力以14.5%的整体市场占有率打破了大金多年以来对于中国中央空调市场的龙头地位。谭建明认为，“我们做出了高效直流变频离心机，这是目前世界上最好的中央空调产品。”技术的投入让格力多次尝到了甜头，预计今年中央空调收入将达到100亿元。

中央空调也是董明珠下一个1000亿的重要收入来源，目前该项收入仅占格力电器的10%比例，董认为，“未来增长几百亿元，不成问题。”而对于中央空调更大的设想是，向楼宇系统、家庭解决方案延伸。

格力电器副总裁、总工程师黄辉反问《环球企业家》，“一个大楼里除了空调系统，还有供电系统，照明系统，可能还有安全系统。我的空调控制系统可以包含这部分内容。空调系统在楼宇里面是很重要的系统，我可以同时解决掉不是更好？”

如果格力真的如黄辉所言，由设备商变成集成商，变成系统供应商，那么格力就不是简单的多元化那样简单了，它将如同互联网企业一样，变成一个系统平台。在一个系统平台之上，长出来的绝不只是小家电、冰箱、热水器等等，而是所有产品，甚至可能是纳入家庭系统的手机或其他移动产品。在中央空调领域的成功给这些想象奠定了基础。今年2月份格力电器增发1.89亿股，募集资金总额32.60亿元，便主要用于中央空调。

此时，再来讨论格力的多元化之谜，就毫无必要了。显然，董明珠一直强调的专业化，更多的意义在于其对扩张的定义是建立在专业化技术之上，而不是简单的并购。格力多元化，没有悬念。它只是在等技术的成熟。其实，就目前这些杂七杂八的多元化产品加起来，也差不多1000亿元了。

没有毛刺的企业

董明珠的管理思维就像她的企业一样简单。她没有那么多管理理念，只懂得解决问题。“世界上根本没有复杂的事情，也就根本没有把复杂问题简单化、简单问题复杂化的说法。”

她的思路很简单，她理解的幸福也特别简单：“员工比同行业的幸福，那你就觉得幸福。”

格力的管理同样简单。由于产品单一，格力电器几乎没有像山头一样林立的产品事业部。在别的企业内部看似复杂的营销体系，在格力只受董明珠一人管控，组织层级很少。负责日常新闻媒体联络的新闻公关岗位与董总之间，仅隔了市场部部长。营销部门既已如此，没有利益纠结的技术体系更是简单。

层级少就意味着，格力的管控力度不会层层衰减，避免大企业病、人浮于事的现象发生。一个有趣的现象是，格力对其工厂对面大楼的一排饭馆，都会进行严格的卫生管控。目的是怕工厂员工吃了不干净的东西。可以说，格力是个控制力很强的企业。

格力的中高层干部团队极其稳定，一般都是跟随董明珠一路打拼下来的部属。董不喜欢高薪留人，她认为，用高薪被挖走的人，本身就不符合格力文化。在格力也不讲裙带关系，上任集团董事长之后，董明珠要求管理层的第一件事情就是“公平公正、公正透明、公私分明”。

格力无论是在战略思路还是在公司治理层面上，都是一个简单清晰的企业。就像一个光滑的陀螺，没有多余的毛刺分散它的离心力。即便现在董明珠成不了白电女王，如此滚动几年，也会水到渠成。

现在对董明珠而言，最重要的问题是接班人和全球化。5年内能否培养一个如她一样的灵魂人物？

“格力没有那么完美，要做的事情很多。”董明珠告诉《环球企业家》。

（摘自9月刊《环球企业家》杂志，记者陈庆春，有删减。）