

2006年2月25日出版
第2期
总第162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

GREELECTRICNEWSPAPER

本期导读

- 格力电器与世界家电巨头平起平坐 (2版)
- 格力电器是最好的合作伙伴 (3版)
- 总有一种力量让我们泪流满面 (4版)

格力电器 2006 年迎春晚宴在珠海国际会议中心隆重举行

邓维龙王顺生盛赞格力电器是珠海人的骄傲

本报讯 1月24日晚,格力电器举行盛大迎春晚宴,珠海市委书记邓维龙、市委副书记、市长王顺生出席了晚宴,盛赞格力电器是珠海人的骄傲,勉励格力电器在新的一年里再创辉煌。

当晚,珠海国际会议中心金色年华大厅内,喜气洋洋,欢歌笑语。邓维龙书记、王顺生市长与市委常委、常务副市长冼文,市委常委、市委组织部部长钱芳莉,市委常委、市委秘书长刘振新等领导,来到格力电器近1000名来自各部门分厂及下属格力小家电、凌达压缩机、新元电子、格力电工等4家企业的员工干部代表中间,与大家一同辞旧迎新,共同分享成功的喜悦。

邓维龙书记、王顺生市长先后在晚宴上致辞,对格力电器寄予了殷切的希望(详见致词摘要)。朱江洪董事长、董明珠总裁在致词中对一直关心和支持格力电器发展壮大的珠海市委市政府、相关职能部门和社会各界人士表示了衷心的感谢,对辛勤工作的广大干部员工致以节日的问候和诚挚的祝福。

2005年,格力电器在竞争激烈的空调市场中创造了骄人



▲ 邓维龙书记(中)、王顺生市长(右)、冼文副市长(左)与朱江洪董事长(右二)、董明珠总裁(左二)及格力电器1000多名员工代表共享成功的喜悦

的业绩,家用空调销量突破1000万台,成功实现“世界冠军”的目标,销售收入比上年增长30%以上。与此同时,格力电器以不断开拓进取的创新精神,创造出空调领域的奇迹。2005年8月,中国首台拥有自主知识产权的大型中央空调——离心式冷水机组在格力电器成功下线;仅仅相隔2个

月,格力电器首创的世界第一台超低温数码多联机顺利下线,被国家建设部评为“国际领先”水平。格力电器不仅用10年时间走完了世界制冷巨头上百年的历程,打破了他们的技术垄断,更在某些关键技术领域超过了他们。目前,格力电器已经在全球100多个国家和地区建立了销售和服务网络,将

“格力”品牌产品成功打入美国、英国、巴西、俄罗斯、澳大利亚等40多个国家和地区。

晚宴中,格力电器员工表演了精彩的歌舞节目,赢得在场嘉宾的阵阵掌声。晚宴上不时穿插了奖品丰富的抽奖活动,邓维龙书记、王顺生市长亲自上台为获奖员工颁奖。

(本报记者)

■ 邓维龙书记致词摘要

2005年,格力电器开拓进取,迎难而上,创造了辉煌。格力电器创造了中国的民族品牌。格力电器是珠海人的精神支柱,是珠海的骄傲!

2006年是实施“十一五”规划的第一年,做好2006年度的工作,为“十一五”规划开好头、起好步,责任重大,我希望格力电器的员工干部们要戒骄戒躁,迎难而上,再创辉煌!

■ 王顺生市长致词摘要

格力电器为珠海赢得了荣誉,我要讲一个细节。我多次出国,但最近一次出访美国,受到了最隆重的接待,就是格力电器给我创造的。

格力电器的各位员工干部一定要齐心协力,按照你们的要求打造百年企业,在朱江洪董事长、董明珠总裁的带领下,安定团结,加强队伍建设,保证产品质量,不仅在全国,而且在全球都要有影响力。希望大家继续努力,争取更大的成功。

■ 朱江洪董事长在晚宴上的致词

尊敬的各位领导、各位嘉宾,女士们、先生们:

晚上好!

在新的一年里即将到来之际,我们迎来了市委市政府的领导,迎来了八方的嘉宾和各界的朋友,和我们一起共度良宵,共享丰收的喜悦,共叙美好的明天。2005年已经过去,格力电器又一次取得了骄人的业绩,空调销售量首次突破1000万台,销售额同比增长30%以上,继续为国家、为社会交出了一份满意的答卷。

2005年,我们基础建设也



▲ 朱江洪、董明珠与参加演出的格力电器员工同欢庆

取得了重要的进展,格力员工住宅区已经全面开工;建筑面积逾十万平方米的格力六期厂房有望4月份交付使用;中山民众小家电一期七栋厂房已经建成,正逐步交付使用;240万台斗门龙山压缩机基地已经胜利完成,正源源不断地为格力空调提供优良的压缩机。我们感到更为骄傲的是,2005年公司上下开展了红红火火的“三项创新”运动,共完成创新项目1612项,其中包括了大型中央空调——离心机,打破了美国少数企业长期垄断的局面;特别是国家建设部组织了权威的专家,对我们研发的超低温数码多联机进行了鉴定,一致评定为“国际领先”水平,打破了国外企业十多年来在这个领域里面的垄断,而且走在了他们的前面,这又一次向世人表明格力人有信心、有

能力攀登世界空调技术的高峰。

此时此刻,我们深深感到,我们所取得的成绩离不开市委市政府的支持。邓维龙书记上任伊始,就亲临格力电器调研,给了我们极大的支持和很高的评价。这本来是一次很平常的调研,却在众多媒体中引起了广泛的关注,在广大投资者当中引起了巨大的反响,充分证明了张德江书记所评价的“格力电器不仅仅是珠海的,也是属于广东的,属于全国的”。王顺生市长,更是多次深入我们的企业,为我们排忧解难,为我们企业的发展保驾护航。可以说,没有市委市政府的支持,就没有我们格力电器的今天,因此我在这里代表格力电器董事会、格力电器领导班子和下属企业在内的2万多名员工和所有的投资者,向关心、

支持、爱护我们的市委市政府领导,向政府的各级职能部门,向各界的朋友,致以最衷心的感谢和春节的问候!

展望2006年,市场竞争将更加激烈,行业的洗牌速度也在加快,我们的任务将更加艰巨。前不久召开的格力电器干部工作会议,我们又提出了新的目标,就是“打造精品企业,制造精品产品,创立精品品牌”。目前,公司上下已积极行动起来,一手抓创新,一手抓精品建设。我相信,有着十多年风雨同舟、敢打敢拼的格力人,有着诚信、务实的企业文化,有市委市政府的大力支持,我们对未来充满信心,一定能够在新的一年大踏步地前进,走向新的辉煌。

祝大家身体健康,新年愉快! 谢谢大家。



图片新闻 1月25日晚,格力电器单身员工迎春团拜会在公司食堂举行,朱江洪董事长、董明珠总裁、黄辉副总裁、庄培副总裁、刘建勋总裁助理、望靖东总裁助理、张辉总裁助理、谭建明总裁助理与4000多名单身员工欢聚一堂,共同庆祝新春佳节的来临。庄培副总裁在晚宴致辞中回顾了公司2005年取得的斐然业绩,充分肯定了广大一线员工在过去一年为公司发展作出的重大贡献。随后,朱江洪董事长向参加团拜会的单身员工祝酒。图为董明珠总裁亲自为广大员工上菜。

格力电器与世界家电巨头平起平坐

格力电器股份有限公司为打破家电核心技术长期由外国垄断的局面,在引进、消化和吸收外来技术的基础上,积极实施核心技术“务实赶超”战略,接连取得关键技术的自主突破,崛起为可与世界家电巨头平起平坐的空调企业。

总部设在珠海的格力电器创办于1991年,是一家空调专业制造企业,目前已在巴西及国内的珠海、江苏丹阳、重庆建立起四大生产基地。2005年,格力电器年产能已突破13000万台,成为目前世界上产销量最大的空调企业。

作为国际空调行业的后起之秀,格力电器始终把企业发展的首要途径锁定在不断提高自主技术创新能力上。这些年,他们每年投入技术研发的资金都超过销售收入的3%,在中国空调业界技术投入费用最高。

为掌握世界空调业的尖端

技术,格力电器建成了全球规模最大的专业空调研发中心,拥有热平衡、噪声、可靠性等170多个专业实验室,涵盖家用和商用空调多个领域,无论数量、规模还是技术水平都处于世界领先地位。在建立起“硬件”优势的基础上,格力电器以市场为导向,实施了“三步走”的“务实赶超”自主创新模式。

第一步是“市场专攻型”,即集中力量研发市场急需、适销对路的空调产品,并在制冷量大、节能、安静、使用寿命长等方面建立起自身的竞争优势。针对沙漠地区超高温的室外环境,格力电器在1999年就自主研发了能在60摄氏度以上室外高温下正常运转的“沙漠空调”,并迅速投放中东市场,当年销售1万多台。以国内、国外两个市场需求为导向,格力电器每年均推出100多个品种规格、具有自主知识产权

的新产品。

第二步是“国内补缺型”,即在关键领域逐步打破国外垄断,实现自主开发。在中央空调领域,“变频一拖多”、离心式冷水机组等核心技术长期由美日少数企业垄断。格力电器凭借技术实力,不到两年便自主研发出“变频一拖多”技术。此后又相继自主研发出变频多联中央空调、变频多联中央空调等系列产品,形成较为完备的中央空调产品群。2005年8月中国首台离心式冷水机组问世,更使格力电器在大型中央空调上取得了先发制人的优势。

第三步是“国际赶超型”,在一些关键领域研发出世界领先的成果,引领世界潮流。在空调的智能化霜方面,格力电器就取得了世界领先的技术。眼下,绝大多数空调品牌仍采用第一代化霜模式,化霜不完全,造成制热能力严重不足。少数

空调品牌近年开始采用第二代化霜模式,但仍存在化霜不完全、化霜时间偏差较大等现象。格力电器成功研制出应用全新化霜模式的冷暖空调,可根据室内外温度变化等综合情况判断是否化霜,实现了智能化霜除霜。这种全新的化霜技术,在国内外空调行业均处于领先地位。

当别的空调厂家纷纷上马彩电、洗衣机、微波炉、甚至手机项目,实施产品多元化战略时,格力电器却心无旁骛,一直固守着空调这块阵地,专注于走专业化道路,也因此成就了这家目前中国唯一、全球产能最大的专业空调制造业巨头。10多年努力的结果,格力电器不仅在生产技术上专业化、产品开发上精细化,也包含企业管理的规范化。

目前,格力电器不仅在国

内领先空调行业标准,还建立了获取全球各大经济区域“通行证”的标准掌控体系。格力电器在各大洲基本获得“通行证”,如获得了欧盟CE、德国GS以及美国UL等多项认证,产品可行销全球各大经济区域。

依靠持续的自主创新,格力电器取得丰硕成果,至目前已获得国内外专利技术700多项,其中在国际上申请了40多个专利。其产品包括家用空调、家庭中央空调和商用中央空调等20大类、400多个系列、7000多个品种规格,空调品种规格之多、种类之齐全居全球同行首位,初步成为国内乃至世界各地公认的名牌。现在,格力空调产量的30%在国外销售,一直是出口欧洲市场的大户,尤其是在意大利、西班牙等西欧地区的市场占有率已经超过30%,在意大利更是突破了60%。

(2006年01月20日新华社报道)

格力电器获广东省外经贸工作一等奖

本报讯 1月18日,在广州召开的广东省外经贸工作会议上,格力电器因在开拓国际市场、自主出口品牌建设方面取得了优异的业绩,被广东省政府授予“广东省外经贸工作一等奖”,是空调品牌云集的广东地区唯一获得这一殊荣的空调企业。

格力电器自1991年组建以来,在国内市场取得领导地位的同时,不断加大出口力度并取得了优异的业绩,连续十多年空调出口量、出口额位居全国领先地位,为国家和地方的外贸出口工作作出了巨大的贡献。格力电器还在出口中不断加大“格力”自主品牌的力度,并取得了可喜的业绩。在美国、意大利、德国等100多个国家和地区,格力电器建立了300多家专卖店,并凭借品种齐全、技术精湛的优势,改变了国外消费者对中国产品有偏见的传统观念,展现了中国企业和中国品牌的良好形象。

格力电器在出口方面所取得的突出业绩,得到了党和政府的高度评价。去年3月,商务部公布了2005至2006年度“商务部重点培育和发展的出口名牌”,格力电器名列其中;4月,广东省确立13家企业为“广东省冲刺世界名牌重点扶持企业”,格力电器是其中之一。



▲在国内外商品交易会上,格力空调均备受海外客商青睐

王小若率队到格力电器重庆公司进行新春慰问,并表示全力支持重庆公司做精做强做大

本报讯 1月24日上午,重庆市高新区管委会主任王小若率区产业局、建设局、财政局以及工商、国税等有关部门负责人前往格力电器重庆公司看望并慰问广大员工,共商2006年格力电器发展大计。王小若主任表示,高新区将全力支持格力电器重庆公司做精做强做大。

上午11时,王小若主任一行一到公司就深入生产车间调研,询问生产情况,了解

员工工作生活状况,并代表高新区党工委向全体干部职工致以新春的问候和诚挚的祝福,祝愿格力电器事业越来越旺。

新年新规划,如何应对日益激烈的市场竞争成为王小若主任一行调研的重点。王小若主任指出,企业要发展必须要创新,必须要争取和发挥一切有利于企业发展的力量,包括附近高校的人才和技术;必须要树立行业新标准,要具备不断引领行业发展的实力。他同

时要求随行有关部门负责人切实解决格力电器遇到的各种难题,为企业发展服务。

当得知2005年格力重庆公司跻身“重庆工业企业50强”时,王小若主任指出,格力电器重庆公司是高新区的明星企业,希望高新区其他企业认真学习格力电器的成功经验。

格力电器重庆公司总经理廖敏代表格力电器向高新区给予的大力支持表示了衷心的感谢。(通讯员 陈永新)

格力电器:最具国际化的中国企业品牌

本报讯 日前,由中国中央人民广播电台和全球20余家华语广播机构联合主办的“世界华人眼中最具国际化的20大中国企业品牌”评选结果出炉,格力电器、联想、华为集团等被全球华人投票评选为“最具国际化的中国企业品牌”。

该评选由中国中央人民广播电台和全球20余家华语广播机构联合主办,旨在展示中国企业风貌,提升中国企业国

际形象,推动中国企业向成熟的国际化大型企业迈进。

作为中国最大的空调企业,格力电器多年来致力于海外市场的发展,凭借优异的性能和精美的款式,彻底改变了国外消费者对中国产品有偏见的传统观念,并多次在核心技术上打破美国、日本空调企业的垄断地位,极大地鼓舞了中国民族企业和全球华人的士气,此次入选确为实至名归。

格力“绿”系列空调荣登“十大畅销创新产品”榜

本报讯 近日,2005年度中国家电行业“英雄会”揭榜,评选出了在产品性能和外观设计等方面均有突出表现的“十大畅销创新产品”,格力“绿”系列空调榜上有名。

格力“绿”系列空调上榜的理由是空调设计融入了“绿色、健康”元素,不但主要零部件采用环保材料,而且能确保室内

空气清新、健康。

格力电器董事长朱江洪表示:“一个没有创新的企业,是一个没有脊梁的企业,而一个没有精品的企业,则是一个丑陋的企业。”今后,格力电器将在精品战略的指导下,为全球消费者奉献更多品质卓越、性能超群的空调“精品”。

“2005广东最具影响力品牌高峰论坛”年会举行 格力电器勇摘三项桂冠

本报讯 1月19日,在广州举办的“2005广东最具影响力品牌高峰论坛”年会上,格力电器因在品牌建设和市场竞争中表现突出,勇摘三项桂冠,其中,“格力(空调)”被评为2005年度广东十大最具影响力品牌”和“2005年度广东家电类十大最具影响力品牌第一名”,公司董事长朱江洪被授予“2005

年度广东十大最具影响力品牌建设风云人物”。

年会组委会认为,格力电器在朱江洪的领导下,由一个昔日默默无闻的空调小厂起步,发展成为一个今日全球知名的空调企业,为广东家电业赢得了声誉,展现了广东企业的风采,格力电器获得这三项桂冠是实至名归。

格力电器是最好的合作伙伴

编者按 BASIC 电器有限公司是沙特一家实力雄厚的家族企业,1961年开始致力于电器的贸易,至今已有40多年历史,拥有1000多家专业的电器分销店和专门的售后维修中心,遍布整个沙特王国,是该国屈指可数的电器产品销售企业之一。

BASIC 公司的经营宗旨——“选择伙伴,选择最好”。在选择与中国空调企业合作时,他们足足考察了6年,最终把橄榄枝抛向了格力电器。不久前,该公司总经理 Mr. Qasim Mohamed Alarfaj 和其弟弟 Mr.Hamed Alarfaj 亲率二十多名当地经销商前来格力电器 参观考察,本报记者借机采访了他们。

记者:请介绍一下格力空调在中东市场的情况?

Mr.QasimMohamed

Alarfaj: 沙特阿拉伯空调市场占中东市场一半以上,与格力空调合作已有一年半时间。2005 年比 2004 年增长了 96% 的销售额,2006 年计划销量再翻一番,产品由单一的窗机、分体机转向商用空调。如果按今年预期的 4%—5% 市场占有率,三年后将达到 10%。

公司今后将把格力空调作为一个主要品牌进行推广。现在格力电器在中东市场根基已



1月19日,Mr.Qasim Mohamed Alarfaj(前左六)率沙特经销商在格力电器考察时与黄辉副总裁(前右六)合影

打好,声誉益隆,预计格力空调销量增长会很快。

格力空调作为沙特市场的新品牌,2004 年前很少有人知道,但现在很多人都知道中国的格力空调,这主要得益于格力空调稳定可靠的品质、优越超前的性能、新颖别致的款式。

2006 年刚刚开始,我们的竞争对手都很强劲,很多经销商对中国格力 空调 还带有疑虑。这次我们带领经销商过来考察,主要是为了增强经销商的信心。他们考察后均表示,从没有参观过如此干净、规模如此宏大的空调企业,格力电器不愧是享誉全球的优秀企业。

记者:请谈谈中东空调市场的情况及主要的销售产品情况。

Mr.QasimMohamed

Alarfaj: 沙特市场容量有 120

万台套,而窗机和分体机占沙特 80% 以上的市场份额。其中窗机是主要产品,但市场变化很快,分体机以前的市场容量只有 12 万台套,现在已达到 30 万台套,销售量正在向窗机靠拢。从分体机来说,日美空调企业还不是格力电器的 竞争对手。

记者:格力电器现在需要解决哪些问题以取得更大的发展空间?

Mr.QasimMohamed

Alarfaj: 如果要得到更大的发展空间,第一,需要广告投入;第二,要有合适的产品,产品不能单一;第三,质量要保证。对于后两个因素,我有信心,只是第一点,格力电器似乎很低调。

中国另一知名品牌在当地知名度比格力电器高,在市场

的定价与著名品牌差不多,但我们对它并没兴趣,它销量也不高,一年8000 台套左右。不过这说明,在中东市场,品牌都在竞争,有中国品牌间的竞争,也有中国品牌与当地品牌的竞争,我认为格力电器的目标是与国际知名的日美品牌进行竞争。

记者:听说你在选择合作伙伴的时候对中国企业进行了长达六年的考察,最后你选择了格力电器?

Mr.QasimMohamed

Alarfaj: 1998 年,我们已和中国家电企业建立了联系,但没有经营空调,主是由沙特恶劣环境决定的。中东沙漠地区气温高达 60 度,平常也达到 40—50 度,日夜温差也非常大,晚上可能降到零下几度。在超高温的室外环境下,普通空调制冷设

备根本不能发挥作用,有时甚至无法正常启动。中国很多企业都想跟我们做生意,但我们不太相信中国空调产品能克服这个难点。

1999 年我们与格力电器建立了联系,但也谈了 5 年。在接触和沟通过程中,我们了解到格力电器 对产品严格的管理,也相信格力空调能很好地适应沙漠地区恶劣的环境。我们也相信总有一天,格力空调会成为全球第一。我有信心与格力电器成为战略合作伙伴。

记者:在售后政策方面,日美企业产品你们坚持是一年保修,对格力空调则增为二年,什么原因?

Mr.QasimMohamed

Alarfaj: 我们售后政策方面,对日美企业一般是坚持 7 年压缩机保修,1 年整机保修政策。格力电器的产品,我们则坚持 7 年压缩机保修,整机保修增到二年。这是基于对格力空调品质考量后决定的,格力空调的品质优秀,2004 年投放市场以来,受到极大的欢迎。技术先进、款式精美、品种规格齐全,这些是格力空调的优势。其中最重要的是格力空调的性能稳定、可靠,不用考虑维修,我们卖起来省心,消费者买回去也放心。可以说,是高品质的格力空调打动了我们,改变了我们对空调产品售后的观念。

(本报记者)



▲ 广西玉林贵港经销商即兴合唱《专卖店之歌》

本报讯 同心协力真朋友,相亲相爱一家人。2006 年新春即将来临之际,广西销售

公司何远航总经理携公司全体员工及所有一线导购员,盛情邀请广西地区各格力专卖店的

相亲相爱 一家人

——广西销售公司举行盛大新春大联欢活动

经销商于元月 22 日举行了别开生面的迎春大联欢,近 300 人参加,现场处处洋溢着浓浓“亲情”。

当天下午,大联欢在南宁市狮山公园的拔河拉力赛那一浪高过一浪的“加油!加油!”声中拉开序幕。尽管当天气温不到 10℃,却无法阻挡格力人“亲人相聚”的热情,在绿草花香中,猜灯谜、套圈、瞎子击鼓、夹球对抗赛、坐球破东风等游戏迅速拉近了来自广西四面八方的格力人的距离,大伙团结协作,玩得不亦乐乎。

游园的欢乐意犹未尽,相亲相爱一家人的春节联欢晚会在何远航总经理致词中开始了。本次大联欢晚会从主持到演出节目全部由格力人自编自导自演,激情洋溢的热歌劲舞、逗趣引人的小品喜剧、旋律优美的乐器弹奏、即兴发挥的“专卖店之歌”,整场晚会喜庆热烈、亮点层出不穷;商用空调部的《好汉歌》,全新诠释了新时代好汉的定义;客服部的《追妻三人行》和财务部、配送中心的《好色的代价》针砭时弊、令人捧腹。

所有节目中,最让人意外与感动的,当属玉林贵港区域的专卖店经销商即兴发挥、填词合作的一首无伴奏的《专卖店之歌》:“选择格力不要犹豫,人生就要敢于冲浪”,质朴的歌词,真情的演唱,深切表达出了在场所有格力人同舟共济的兄弟深情。广西销售公司全体员工的一曲“我们是一家人,相亲相爱的一家人”,将联欢晚会推向了高潮。

(广西销售公司 雷艳珍)

佛山 众志成城做好 06 年度售后工作

本报讯 2月18日,佛山销售公司隆重召开了 2006 年度售后服务工作会议,格力电器客户咨询中心毛国定主任应邀出席,佛山销售公司董事长张铁伟及近百位佛山格力空调特约维修网点的老总参加了本次会议。

会议上,毛国定主任首先肯定佛山销售公司售后服务工作成就,公布了 2006 年格力空调的售

后服务政策。他表示,六年免费包修政策是对消费者利益的保护,而 2006 年度格力空调安装费维持 2005 年的结算标准不变,则是对格力空调众多售后网点利益的维护。毛国定主任强调了售后服务工作的重要性,重申了售后与销售的关系,并探讨了当前在售后服务工作中存在的一些问题。

佛山销售公司董事长张铁伟

表示,优质的售后服务是企业盈利的必要手段,要求佛山格力空调全体特约维修网点同心协力,做好 2006 年格力空调售后服务工作。

会上,佛山销售公司还对 2005 年的先进售后服务网点单位进行了表彰。

(佛山销售公司 喻蓉)



图片新闻 粤东销售公司主动出击,深入新建楼盘开展购机活动,吸引了众多消费者,空调销售淡季不淡。(何玉燕)

总有一种力量让我们泪流满面

编前语 去年4月21日,对于湖南销售公司阎海英来说是一个灾难的日子,一场车祸使她成了高位瘫痪的病人。但是阎海英挺过来了,现在已经进入康复阶段。支持阎海英度过这段艰苦岁月的不仅有她的家人,还有和她一起工作的湖南销售公司的所有领导同事、经销商朋友们,正是他们温暖了阎海英的心,使她能够勇敢地面对自己的不幸。“现在的阎海英已经能够借助器械短暂站立了!”“现在的阎海英已经在练习翻身动作了!”“现在的阎海英手指已经可以弯曲了!”春节过后上班期间,阎海英的每一个进步都在公司传播着,每一个经销商过来提货的时候都会关切地问问她的情况,并且延续爱心,继续捐款。公司并没有因为阎海英遭受车祸和她解除劳动合同,公司领导还常前往医院探望或电话问候,给她关怀鼓励,相信这样的一种真情一定能够让阎海英更快康复,笑对自己的人生!让我们一起祝福她!

都说当代社会是一个信仰缺失、感动不再的社会,人与人之间除了赤裸裸的交易,再没有任何关系经得起时间的考验。仿佛一切真诚的爱心都是需要考证的,一切奋不顾身的行动都是矫情的,一切情意绵绵的祝福都是令人作呕的。每个人都像胆小的刺猬,将自己的内心藏得严严实实,竖起根根长长的刺,生怕别人伤害自己,但同时自己又在不断地伤害别人。这个世界真的变得如此阴暗、如此绝望了吗?

不是的,每个人的内心深

处都是呼唤真诚、渴望关爱。总有一种力量会让我们赤诚相待、心不设防,总有一种力量会让我们返璞归真、泪流满面。发生在湖南销售公司促销主管阎海英身上的故事就让我们感动不已,泪流满面。

阎海英,今年27岁,学校毕业后她在商场做格力促销员,直到升任至公司全省促销主管。然而,人生无常,瞬息祸福。阎海英在2005年4月21日晚乘坐摩托车时发生车祸,从摩托车上坠下,头部先着地,当场导致颈椎五、六、七节爆裂

性骨折。事发后,阎海英在其家人和公司领导的协助下及时送入医院进行手术。手术顺利,阎海英摆脱了生命危险,此后进入了高位瘫痪的康复阶段。

第一时间得知这个消息后,公司上下再也不能平静了,没有任何人倡议,同事们排着队捐钱。五十、一百、五百……全公司91名同事29150元爱心款及时送到正在治疗的阎海英手中,正是这些捐款帮助阎海英度过了她最艰难的时刻。

手术后第三天,公司领导来了。姜北总经理亲切地对病床上的她说:“小阎,安心养病,钱不用操心,我们大家等着你健健康康回来上班!”这几天以泪洗面的阎妈妈听了,再一次痛苦失声,而阎海英还是像出事前开朗活泼的她一样,安慰她妈妈:“妈,您又来了,别哭了,我马上就会好起来的!”

手术后第四天,得知消息的长沙地区促销员代表送来了48位促销员的48颗爱心——10800元,娄底地区促销员送来了11名促销员的1000元……总共14个地区的170名促销

员送来了19940元爱心款。在三湘四水间,这190颗火热的心照红了阎海英顺利康复的希望,也照出了湖南格力这个大家庭的温暖和团结。

手术后第七天,“娄底方泰吗?阎海英出车祸住院啦!赶快过来!”“前进飞达……”消息在格力经销商们中间很快传播开来。一时间,公司七、八部电话“嘀!嘀!嘀!”此起彼伏,炸开了锅,“市场部吧,阎海英现在情况严重吗?手术顺利吗?我们要捐钱有没有账号?……”我们是中远电器,阎海英做手术我们公司捐1000元!”“什么?不要我们的钱!为什么不要我们捐款啊?不收我直接送阎海英手上就是!”“湖南格力吧,代我们娄底方泰向阎海英问候,我们捐1000,没什么要不要的,一定得收下,这是我们的一份心啊!”……

格力经销商们的捐款很快送到销售公司。短短十多天,销售公司就收到了全省88家经销商27950元的爱心款。当领导们表示不想麻烦我们经销商时,有些经销商火了:“我们经

销商也是格力一员啊!格力员工有困难需要帮助为什么不接受我们的心意?”说完,坚决地把钱放在办公桌上就走。

当公司领导再次把格力经销商们的27950元捐款送到阎海英手上,一向积极乐观的她再也忍不住了,眼泪像断了线的珠子一样不停地往下掉,当时她脖子不能动,就这样任凭泪水打湿脸庞,浸湿枕头……可最后还是笑着说:“代我谢谢他们,今生今世我都忘不了他们的恩情,我一定会好起来的,请他们放心!”

为爱笑着流泪,听来伤悲其实心醉!谁说这世间没有真爱?真爱就在我们身边!谁说这社会没有真情?真情就在我们心中!患难见真情,同呼吸、共命运,湖南销售公司的每一名成员用实际行动证明了真爱永恒、真情无价!我们格力空调这个大家庭温暖常在,团结长存!总有一种力量让我们泪流满面,也正是这种力量让我们看到了我们格力明天更加辉煌、我们社会明天更加美好的希望! (湖南销售公司 易宏军)

傍晚的记忆

小艺/摄



敦煌物语

阿元/文



(一)

一份远古的憧憬,一段古老的回忆,一页惊天动地泣鬼神的诗史,一道可以走进历史的通衢。

那样斑斓,那样绚丽,是远古神话里神秘的息壤,还是一长卷历史日记?磅礴,卓约,旷放,柔美。

翩然舒袖的歌舞女神在不绝如缕的丝竹管弦中洒落万倾梅香。

飞越一千六百多年的沧桑,在茫茫沙海中矗立成一座不朽的丰碑。

(二)

看,莲座——一朵梵境的祥云,在鸣动的神乐中袅袅升腾,抖落漫天流彩的唐草卷叶,定格千年大风吹不落的圣洁花瓣。

谁能感知金光灿灿中

微微含笑的神灵?

谁的舞姿能应和悠扬安详的佛乐?佛龛边那个反弹琵琶的女子,难道是一种生命巧妙的暗示?

(三)

飞天,这茫茫大漠中千年不老的故事,一个传说中神灵就在这样的故事里隐入动人的梦幻,隐入上千年无法破译的秘密。

那高挽发髻,项饰络璁的飞天女神素手霓裳,是楚庭池院深藏的大家闺秀?抑或宋雨唐风孕育的小家碧玉?朱唇轻启竟如美玉碎裂的清脆,又似芳兰香草的颤微。

霓手执一朵鲜嫩的莲花轻歌曼舞,可是梦中南唐的采莲女捧出含苞待放的心事?

谁又在感受你沁人心脾的挚爱,面对你一脸花瓣的酡红,我幻想着,和你轻舞飞扬。

生命已不再是单调的苍白。

(四)

天花纷飞,流云飞旋。目光滑过你温暖光洁的体廓,雨散花共舞是生命中盎然相照的光束吗?

衣袂飘飘。曼妙的舞姿打开圣洁的羞涩。在晨曦来临的瞬间变化成七彩祥光,让我不敢发出一声轻微的赞叹。

笙箫乐起,飘悠扬波。灿烂卓绝的少女之眸像音乐一样引领我们谛听。

佛号长鸣。心在这片神奇而鸣动的圣土上寻找一种皈依。

百姓茶馆

闲话岗位轮换制

主持人:如今,很多成功的大公司如摩托罗拉、西门子等都把岗位轮换作为员工发展战略的一部分去实施。实践也证明,当员工认为自己在企业中的个人发展“停顿”并且不容易被激励时,更倾向于选择跳槽。格力电器近年来也通过内部招聘等形式,积极试行员工轮岗制度,下面听听我们的员工是怎样看待岗位轮换的。

唐荣茂(空一分厂):在知识经济时代,多掌握一种技能就意味着多一条追求幸福生活的道路。一线员工都比较辛苦,长期在一个岗位操作更容易滋生枯燥感,而轮岗可带来一定的新鲜感,提供了学习技能的机会,有利于保持员工的积极性和进取心;同时,公司的发展需要大量的人才,包括掌握多种技能的一线操作人才,轮岗使公司扩大“人才储备”成为可能。精益生产管理也要求“一人多序”,众所周知,权力集中在一个人手里是危险的,同样,某岗位技能只掌握在一个人的手里,也是危险的。

余勇(人力资源部):薪酬是决定员工工作积极性的重要影响因素,而工作内容的挑战性和工作责任的大小,是员工工作积极性高还是低的关键因素,可以说轮岗是员工薪酬福利的一部分。岗位轮换是通过工作内容的变化培养员工的工作能力,提高员工分析及解决问题的能力,保持员工较高的工作积极性和主动性。当然,轮岗只能针对那些在岗位中表现突出,学习能力强的员工。

陈永新(重庆格力):轮岗,是一把

双刃剑。一方面,避免和减轻员工长年同一岗位上产生的“审美疲劳”,保持员工身心愉悦,为公司培养了“多面手”。另一方面,被轮换者在新岗位上的培训成本、激励和平衡其他未被轮换员工而产生的成本,以及被轮换的员工由于未被晋升或加薪而离职造成的损失等增加了企业的成本,造成现有工作的脱节和较大的人员波动,影响员工的积极性,达不到轮岗的真正目的。

主持人:爱普生公司的长期坚持两年岗位轮换制,使公司的员工从不同的角度加强了对公司业务和企业文化的理解,提高了整个公司的效率并形成了强大的凝聚力。内部招聘是员工实现岗位轮换一种很好的形式,但它只适用于主动接受新事物、迎接新挑战且主管领导比较开明的“狼性”员工,有一定的局限性,对于那些“羊性”的员工或者主管领导比较保守的“狼性”员工,公司应该参照爱普生等知名公司的经验,把岗位轮换作为公司培训与职业发展的一个重要组成部分来执行,量身定做相应的岗位轮换制度,促使“羊性”员工蜕变,适应现代企业倡导狼性团队的需要。岗位轮换制度不仅可以用于专业和管理岗位,还可应用于其他多种工作岗位;不仅适用于新员工,还适用于老员工。

主持人:蒋育新

下期讨论话题:

“亮剑精神”