



## 自主品牌“中国造”再下一城 格力水机中标 2018 年世界杯场馆



**本报讯** 7月20日,格力高效螺杆式水冷冷水机组中标莫尔多瓦竞技场项目交接仪式在位于俄罗斯莫斯科市中心的 National Hotel (国家酒店)举行。莫尔多瓦竞技场是为 2018 年俄罗斯世界杯而兴建的新球场,格力成为中标该场馆的唯一水机品牌,这标志着中国自主研发的大型空调机组再度“高光亮相”世界舞台。

据介绍,本次中标的“LHE 系列高效螺杆式水冷冷水机组”是格力自主研发、自主品牌、具备自主知识产权的大型空调机组。该机组采用先进的半封闭式双螺杆压缩机、新一代的高效换热器及优化的新型节流机构,可有效提高效率 and 减少运行成本。

对于世界杯赛事这样的大型重要活动而言,场馆空调机组的稳定运行至关重要。“LHE 系列高效螺杆式水冷冷水机组”采用的“双机双回路”设计能大幅提

升机组工作期间的可靠性。其中,双回路设计能有效降低故障率,而双压缩机设计则可使机组在一台压缩机需要维修时仍可正常运行。

此外,该机组还采用环保冷媒 R134a,加上格力多项自主核心技术“加持”下机组更加高效节能,达到了一级能效,最高 COP 值可达 6.2,完美诠释了格力电器“让天空更蓝、让大地更绿”的美好愿景,同时也将为俄罗斯“举办最环保的世界杯”理念提供有力保障。

这并非格力首次与世界杯结缘,早在 2010 年时,格力电器就曾为南非世界杯开幕式和决赛主场馆(Soccer City)、世界杯官员办公大楼(南非足协大楼 SAFA House)、世界杯 Sinaba 比赛训练体育馆、以及世界杯重点基建配套的南非高腾省高铁项目(Gautrain)、Protea 连锁酒店等在内的 7 个工程提供多联机、螺杆机、户式机、终端空气处理设备

等产品。这是中国中央空调第一次中标世界杯主场馆空调项目,格力因此成为屈指可数的有能力为世界杯提供“吃、住、行、赛”一条龙服务的空调品牌。

在近年举行的国际大型活动中,格力身影频现。2015 年米兰世博会上,中国国家馆吸引世界目光,馆内使用的格力直流变频多联机则向世界充分彰显了“中国造”的实力,以优越的产品性能为“中国造”代言。

而在俄罗斯,格力也曾中标 2014 年索契冬奥会的附属配套工程 Sochi More-Mall。格力离心机凭借多项自主核心技术,在该国特殊的气候环境下实现高效制冷热,真正把绿色环保、低碳节能带到了俄罗斯。

如今,格力已在全球 200 多个国家和地区进行了商标注册,自主品牌产品远销 160 多个国家和地区,产品获得美国、欧盟、日本以及中东等多国安全、能源及性能认证,在国际市场上备受青睐。2016 年格力亚洲出口份额高达 23.10%,欧洲出口份额高达 20.50%,均居国内空调行业首位。近 5 年,格力自主品牌海外销售占比持续上升。

自 2001 年格力品牌进入俄罗斯起至今,历经 16 年耕耘,已形成格力、大松双品牌并进的格局。目前,两个品牌在俄罗斯主要城市都有代理和售后中心,销量和影响力逐年稳步提升。凭借雄厚的技术实力、优秀的产品质量和完善的售后服务,格力产品必将获得更多俄罗斯乃至全球用户的青睐,引领“中国造”造福世界。

产基地在巴基斯坦建成投产,占地面积约 1 万平米,工人约 500 人,年产能 30 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。与一些企业热衷于“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位,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。

“格力的目标从来不仅是海外市场的开拓,更重要的还在于带着中国制造走出去,带着优质的产品走出去,带着优质的产品走出去,携带高端技术走出去,最终实现民族品牌走出去,让中国、让格力的技术、产品服务于全世界。”格力电器董事长兼总裁董明珠表示。

如今格力已在全球 200 多个国家和地区进行了商标注册,自主品牌销售约占海外销售总量的 30%,产品获得美国、欧盟、日本以及中东等多国安全、能源及性能认证,在国际市场上备受青睐。2016 年格力亚洲出口份额高达 23.10%,欧洲出口份额高达 20.50%,均居国内空调行业首位,近 5 年,格力自主品牌海外销售占比持续上升。让世界爱上中国造,我们认为它是一种责任担当。

## 以品质和创新增光“中国造” 格力领跑家电企业海外设厂

**人民日报** “格力的优质产品和不断创新的核心技术让我对‘中国造’更有信心。”今年春季广交会上,与格力“结缘”12 年的海外经销商、巴基斯坦里兹先生对格力产品连竖大拇指。

而在远方的巴西格力售后部,员工安德烈兴奋地展示着格力在巴西最大消费者投诉网站上的评价,因为投诉率低,售后服务高效,格力成为巴西空调行业唯一被评为“大笑”标志的企业。“我很喜欢也完全适应格力的工作文化和氛围。”她开心地說。

作为中国率先“走出去”的家电企业,格力在巴西投资建设的空调生产基地,累计在当地纳税和为员工提供工资福利约 10 亿巴西币,每年还对巴西残疾学校、福利院和贫困人口进行捐赠和组织义工活动。当地工厂以巴西籍员工为主,中方员工占比不到 5%。20 多岁的巴西小伙本尼托是总装线上的名工人,进厂 5 个年头,已成为技术能手。

这些年,在南非世界杯、安哥拉非洲杯、索契冬奥会、巴西世界杯、里约奥运

会等多项赛事中,格力屡屡中标;在多次行业的国际评奖中,格力获得认可。他们凭借自主研发的“光伏直驱变频离心机系统”,获得英国 RAC 制冷行业颁发的行业“诺贝尔奖”——“年度国际成就大奖”。目前,格力自主品牌产品远销 160 多个国家和地区。

“格力深刻认识到‘一带一路’带来的机遇和责任,要继续用先进技术和优质服务服务各地消费者”,格力电器股份有限公司董事长董明珠表示。

1994 年,格力电器拿到国内第一张欧盟 CE 认证证书,产品顺利进入欧洲市场,打开了国际市场的大门。2001 年,格力首个海外空调生产基地在巴西竣工投产。占地面积共 3 万多平方米,建筑面积 1 万多平方米,年生产能力达 30 万台,主要生产分体式空调产品。这是国内空调企业在海外设立的第一个生产基地,也是中国第一家“走出去”的家电企业。它的竣工并投产,标志着中国空调行业真正迈出了国际化步伐。

2006 年,格力海外设立的第二个生

### 要闻速递

#### 格力电器(郑州)有限公司 荣获多项质量荣誉

**本报讯** 7月19日,中国轻工业联合会在湖北宜昌成功举办 2017 年全国轻工业质量管理小组、质量信得过班组成果发布暨交流会。格力电器(郑州)有限公司参赛的项目脱颖而出,分别获得“卓越领导者”“全国优秀质量管理小组”“全国质量信得过班组”奖项,其中“卓越领导者”奖项共计 5 名获得者,郑州格力便是其中之一。

#### 格力空调“清凉夏日公益行” 活动在汉启动

**本报讯** 7月18日,格力空调“清凉公益行”活动在湖北省武汉市金银湖金盛国际家居格力形象店内启动,这是格力专卖店加入纳凉点的第五个年头,全省的 1000 多家门店同步开启,向在高温烈日下辛勤工作的环卫工人送去一份清凉。从 2013 年起,湖北格力就开展“清凉夏日公益行”活动,全省 1000 多家门店对环卫工人开放纳凉,为环卫工人精心准备凉水、西瓜、雪糕等消暑食品,四年的时间里,累计为 100 多万人次的环卫工人送去清凉,成为炎炎夏日里的一道清爽的“风”。

#### “匠心筑梦”2017 年格力电器 劳动技能竞赛活动正式启动

**本报讯** 近日,公司正式面向全集团启动了“匠心筑梦”2017 年格力电器劳动技能竞赛活动。本次竞赛主题为“匠心筑就梦想,技能掌控未来”,竞赛由公司培训部、工会牵头,竞赛时间从 2017 年 7 月持续至 12 月,目前暂定 12 项赛事,围绕公司战略发展重点及生产季节特色,分三个阶段开展不同主题的竞赛活动,以强化赛事效果。

#### ◆ 综合新闻

#### 沪深品牌价值榜单发布 格力电器居家电行业第一

2 版 >>

#### ◆ 综合新闻

#### 新华社专访董明珠: 打开中国制造业的几个问号

2 版 >>

#### ◆ 市场动态

#### 自主创新引领未来 格力机房空调望大数据时代

3 版 >>

#### ◆ 文化

#### 格力迎来小鲜肉 1500 名新大学生即将入职

4 版 >>

## 沪深品牌价值榜单发布 格力电器居家电行业第一

**本报讯** 日前,中国人民大学中国商标品牌研究院发布了《2016沪深上市公司商标品牌价值排行榜》,该榜单由沪深上市公司商标品牌价值总榜和行业分榜组成,格力电器以453.95亿元位列总榜单的第14位,在家用电器分榜中位列第一。

《2016沪深上市公司商标品牌价值排行榜》是通过消费者对消费者评价、企业品牌建设与品牌管理三大类要素进行综合评估,数据来源为上市公司的公开财务数据,充分保证了榜单的客观性和真实性,同时也客观反映了沪深上市公司的企业商标品牌价值,通过对优秀上市公司品牌运营和管理现状进行分析,发现和揭示企业商标品牌价值。

20多年来,格力一直致力于自主创新核心技术,格力电器董事长兼总裁董明珠认为,“一个好的品牌是靠脚踏实地做出来的。”在2005年前,格力空调被消费者认可,是因为真材实料,当时有句“格力空调比别人重15斤”。

正如董明珠所说的,消费者的需求才是企业的最高标准。“提升中国造的水平是我一生的追求。格力始终坚持自主创新核心技术,用品质卓越的产品打动消费者,让国人爱上中国造,让世界爱上中国造。”正是在品牌与产品良好互动的作用下,格力的产品被认可,格力品牌知名度不断提升,引导越来越多的消费者选择格力的

产品,形成了良好的生态循环,这是品牌的力量。

2016年,国务院办公厅发布了《国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》与《国务院关于印发“十三五”国家知识产权保护和运用规划的通知》,明确指出,要培育若干具有国际影响力的品牌评价理论研究机构 and 品牌评价机构,研究建立商标价值评估体系,提高品牌研究水平,发布客观公正的品牌价值评价结果,提高公信力,发挥商标品牌的引领作用。

中国人民大学中国商标品牌研究院是中华商标协会与中国人民大学合作成立的学术研究机构,该机构结合了高校学术优势以及协会的实务优势,开展与商标品牌相关的基础理论研究及实务应用研究,推动国际学术交流与合作。本次评选便是中国人民大学中国商标品牌研究院进行的一次具有典型意义的品牌价值研究活动,旨在发挥优秀品牌引领作用推动供需结构升级。

本次榜单的发布是我国首个以上市公司商标品牌价值作为研究对象的报告,在众多优质上市公司中遴选出具有代表意义的企业,将其品牌管理经验以及品牌价值提升经验进行分析推广,对于品牌引领企业发展无疑具有良好的借鉴意义,也正是在供给侧改革大背景下,借助品牌力量推动产品不断创新,为消费者提供更多优质产品的基本要义。

## 第十一届中国制冷空调行业大学生科技竞赛圆满落幕

**本报讯** 7月23日下午,为期两天的“格力杯”第十一届中国制冷空调行业大学生科技竞赛(东北赛区)在北国春城---长春顺利落幕。该比赛是由中国制冷空调工业协会与教育部高等学校能源动力类专业教学指导委员会联合主办,本次竞赛在全国设华北、华东、华中、华南、西部、东北六个赛区,东北赛区决赛由珠海格力电器股份有限公司独家冠名协办。

本次比赛分初赛、预赛和决赛三个环节,比赛内容分为知识竞答模块、实践技能模块和创新设计模块三大模块。知识竞答环节主要是考查学生基础知识的掌握情况,以工程力学、空调、制冷方面内容为主;实践技能环节重点考查学生实践动手能力和解决问题的能力,如管路连接、工具使用、系统抽真空等;创新设计重点考查学生利用所学知识进行创造性设计的能力,竞赛主题宽泛,可以是研究、样机、论文、仿真演示等。

经过激烈的角逐,共有29个小组获得奖项,其中一等奖分别由来自长春工程学院研研同学获得本届竞赛研究生一等

奖,哈尔滨工程大学参赛队伍哈工程建环代表队获得创新设计一等奖和本科生综合组一等奖、长春工程学院桃源队获得本科生综合组一等奖。在此次比赛中获得一等奖的同学除获得奖状与奖金之外,还可以得到珠海格力电器股份有限公司的2018届校园招聘Offer(直接签约),其余获奖队伍还可分别接收到终面试卡(直接进入校园招聘终面环节)、实习接收函(公司总部实习机会)或实习邀请函(公司总部实习面试机会)等。当然,格力电器也在此次比赛中获最佳支持单位。

企业的发展离不开科研,而人才是科研的载体。广纳贤才,以高科技为先导,实行现代企业管理,大胆培养和造就现代企业管理人才、技术人才,正是格力成功的策略之一。今年为格力电器第七次冠名该比赛,去年格力独家冠名华北赛区。格力冠名该项赛事,正是希望通过比赛使更多大学生对制冷空调技术的可持续发展产生兴趣,为制冷行业培养更多的实践创新人才,为推动中国制冷空调行业的可持续发展做出更大贡献。

## 新华社专访董明珠: 打开中国制造的问号

**新华社讯** 如何防止经济“脱实向虚”?如何打造更为优化的营商环境?如何让“中国制造”向“中国智造”转型升级?日前,“新华视点”记者独家专访了格力电器董事长董明珠。

**谈现状:“劣币驱逐良币”现象得到遏制**

记者:你如何看待和评价当前中国制造业现状?

董明珠:中国制造业历经风雨,正在迈入新阶段。

格力电器有两个重要时间节点:一是1995年学会了真正的营销;二是2005年开启技术突破大幕,公司开始研发拥有自己核心技术的压缩机、电机。尤其是2012年,我们技术人员思维发生变化,设计理念发生变化,生产出更多好的产品。目前还培养了一支逾万人的研发队伍。

格力是时代的缩影。“中国制造”从模仿到创造,从形式学习到本质创新,正在发生日新月异、潜移默化的变化。2016年,格力电器实现净利润154.21亿元,同比增23.05%。今年一季度净利润40.15亿元,比上年同期增长27.06%。这些都是技术突破带来的红利。除了格力的外,中国还有许多优秀企业都在创新,在引领市场。

记者:你认为中国制造业有哪些向好的趋势和苗头?

董明珠:“中国制造”首先在品质控制上取得了巨大突破。有段时间“劣币驱逐良币”现象已经得以遏制,品牌意识、精品意识已经开始渗透到企业的骨髓里。这是第一个好的现象。

第二个好的现象是从跟随走向引领。我们做制造业的,这些年感受最深的是,做跟随型企业是没有市场话语权的,只能拼成本拼价格,而现在我们开始培育一个市场,引领一个市场。格

力的研发方向是要开发出节约资源、降低环境影响,实实在在提高消费者生活品质的技术。从整个国家来看,越来越多的企业已经走上了同样的道路。

**谈面临问题:人才、企业诚信和技术是关键**

记者:你认为“中国制造”面临的问题是什么?

董明珠:首先,我觉得是人才培养。企业在转型升级的过程中,技术创新非常重要,而要想掌握核心技术,最关键的是人才。人才培养,不是单纯的多付薪酬,更需要营造一个人才成长的环境。

第二个是企业家的诚信和责任。过去我们是出口大国,但不是出口强国,为什么?是因为大多企业贴牌生产,逐利而行。什么叫企业家?不是拥有一个企业就是企业家,真正的企业家是有情怀的,有社会责任感的,是能为社会发展带来正能量的。

另外就是技术问题。以前中国没有电饭煲的时候,我曾经去国外买过,因为它煮出来的米饭真的好,这让我们看到了自己缺什么,所以我们下力气自己开发电饭煲。对于国外先进技术,我并不反对购买,但是要坚持走自己的道路,更愿意用一种挑战和冒险的精神去做一件事。

**谈创新:不应该为了政府补贴创新而去创新**

记者:创新是近年来“中国制造”提到最多的词之一,你如何看待创新?

董明珠:我认为企业真正的创新要以消费者为导向,产品要以消费者的需求为标准来设计制造。

我们不应该为了政府补贴创新而去创新,而是要根据市场、用户、服务对象的需求来做创新。比如说空调,以前一开有冷风就行,但现在不行了,要让用户舒适,这是第一点。第二要节能,用空调最好一分钱不花。

所以我们研发的光伏空调卖到了全世界。你拥有独有的技术,别人没有,这就是你的创新。所以创新不是跟随,而是突破,是对自我的挑战。

记者:你怎么理解“互联网+”?你曾说过“马云离开我活不了,我离开了马云照样活”,为什么这么说?

董明珠:随着信息科技的迅猛发展,互联网对人们工作和生活的影响越来越深。格力在坚持推动制造业转型升级的同时,也积极拥抱互联网。我们制造的大数据、管理行政系统大数据、技术研发大数据都是依靠互联网实现的。但互联网只是一种工具,它离开我不行,我离开它,无非是辛苦一些了。如果没有产品做支撑,一切都会归零。

**谈未来:智造和融合是两个重要方向**

记者:你觉得“中国制造”的未来方向是什么?

董明珠:“中国制造”有一个重要方向——智造,什么供应链协同、柔性化生产,都包括在里面,这是我国制造业由大变强的必由之路。未来的制造应该实现营销、研发、供应链、生产等流程全价值链的打通和融合。格力搞光伏技术,是想给消费者提供绿色、省钱的家电。

记者:那么这个进程中什么是最重要的?

董明珠:我想,“中国制造”的进步是需要有一些精神的。我们现在有些企业缺乏追求完美的工匠精神,甚至个别企业为了追求短期利益,用技术造假、专利侵权等手段欺骗消费者,这不仅影响到企业自身,也行业形象和前景受损。“中国制造”可能什么都不缺,就缺“工匠精神”,只要一点一滴地把每一个细节、环节做好,累积起来就是大的飞跃。

挑战是无止境的,创新也是无止境的,转型也不是喊几句口号就能够完成的。为了梦想去改变这个世界,你就有永远使不完的劲。中国还需要更多的能工巧匠,为消费者创造更满意的产品。

(有删节)

## 格力暖通: 看不到工人在忙 只看到工业机器人在动

走进长沙格力暖通制冷设备有限公司的生产厂区,你看不到匆忙的工人,也没有物流车来来往往,每个生产单元,除了机器人在动,其他仿佛都在静观其变。原来,这是长沙格力的智能工厂。这里的自动化率达到62%,是全国电器生产行业自动化程度最高、智能化技术最新的工厂标杆。

到了智能工厂,工人数量大幅减少,他们只需看管设备。长沙格力暖通制冷设备有限公司总经理助理周轲介绍,传统生产模式的工厂靠手工传递、制造,而智能工厂里,工人转型做技工,负责调设备和应用,避免了以往人工连续重复性作业,去掉了劳动强度高的作业,安全性可靠性大大提高。

在长沙格力钣金冲压厂区,5台冲压机正在连续操作,它们取代了13个工人“开机、取料、搬运”模式的人工操作,所有设备实现信息自动采集,比如,当班的生产运行情况、生产量、工艺参数等都包含在内。“智能工厂强调经营生产线的自动化、网络化运营。”周轲说,到了智能工厂,这些工业大数据的获取和传输变得轻而易举。

“不需要像过去那样逐一点数了,在办公室就能看到。”周轲介绍,信息采集之后,通过网络“云端”可以自动分析,一目了然,“电脑是不会作假的,整个生产管理的透明度得到提升”。落户长沙宁乡一年时间,长沙格力智能工厂生产自动化率已超过60%,是格力集团所有单体工厂

中自动化程度最高的。目前,该工厂正进行“网络化”升级,通过分析设备运行数据,生成生产、工艺两大数据库,提高产品质量的同时,提升管理效率。

2017年是格力进入智能装备市场的第五年。周轲介绍,智能制造强调自动化和网络化的结合,即打造格力的“工业互联网”。所谓工业互联网,就是机器、物品、控制系统、信息系统、人与人之间互联的网络,从而实现智能制造与智能管理。

格力不仅在国内市场占有率巨大,且从2013年开始,格力自主研发的工业机器人等智能制造产品就已经大规模外销,到2016年底,外销产值超过了19亿元。

(来源:慧聪网)

# 格力独揽四奖

## 2017 中国家用空调及净化产业高峰论坛举行

**本报讯** 7月13日,由中国制冷学会指导,奥维云网(AVC)、i传媒联合举办的2017中国家用空调及净化产业高峰论坛在江苏常州马可罗酒店举行,论坛发布了《2017 冷年中国家用空调产业发展白皮书》与《2017 中国空气净化产业发展白皮书》,并对中国空调制冷及净化产业优秀品牌及产品表彰,作为空调领域的王者和净化产业的佼佼者,格力电器独揽四项大奖:格力·火凤凰家用多联机和 TOSOT 空气净化器 KJ280F-A01 分别获得了“2017 冷年最受消费者关注产品奖”;“2017 冷年最受消费者关注产品奖”;“2017 冷年最受消费者关注产品奖”;“2017 冷年最受消费者关注产品奖”。

2017 冷年,已步入稳定期的中国家用空调市场,在一片“涨”势中度过,在本届高峰论坛上发布的《2017 冷年中国家用空调产业发展白皮书》指出对于现阶段家用空调市场,可以概括为品牌竞争、区域特

征、渠道变革、价格特点、产品升级五大特点。其中,以技术升级为主的产业升级,是行业发展的必须趋势。

格力电器凭借三缸双级变频压缩机这项“国际领先”技术,分别获得“2017 冷年最受消费者关注产品奖”“2017 冷年创新产品奖”两个奖项,这无疑得益于格力的坚持自主创新核心技术,用“国际领先”技术为产品升级。

格力三缸双级变频压缩机技术是在第一代双级增焓压缩机技术的基础上创新升级而来,拥有完全自主知识产权。去年9月,由中国制冷学会牵头组织的格力电器“三缸双级变频压缩机技术属国际首创,达到“国际领先”水平。搭载该项技术的格力·火凤凰家用多联机可以实现在-25℃制热时制热量仍不减,在室外环境温度低至-35℃时,热泵依然强劲制热, IPLV

(C)高达 7.20W/W, 获超五星能效认证。

与空调市场相似的是,空气净化行业在 2017 年上半年也保持了较高水平的增长,尤其 1 月全国受大规模雾霾侵袭,直接刺激了消费者对空气净化产品的需求,也有越来越多的消费者开始关注和了解空气净化产品,从而使得空气净化产品获得了进一步普及。格力旗下 TOSOT 空气净化器因其零耗材的独特优势使净化产业迎来了新的时代,一改普通空气净化器频繁更换滤芯的繁琐与高成本。

据了解,“2017 冷年创新产品奖”、“2017 冷年创新设计奖”是由中国制冷学会组织业内专家进行技术评选得出的;而“2017 冷年最受消费者关注产品奖”是由奥维云网和 i 传媒共同发起,通过在线上进行为期 30 天的调研投票结果,综合消费者的关注,结合专家评审组的专业意见,最终得出的获奖企业和产品名单。

# 率领中国造走向世界 格力当之无愧

**本报讯** 日前,格力电器在广西举办完最后一场推广会,意味着 2017 年格力中央空调新品推广会完美收官。据笔者了解,本次推广会自 5 月 26 日正式启动。在 5 月,格力永磁同步变频双工况冰蓄冷离心机组在北京地标“中国尊”工地现场举行首吊仪式,标志着格力离心机正式入驻北京第一高楼。据有关数据显示,2012~2016 年格力为国家贡献的税收超过 600 亿元,是过去 21 年税收的三倍。

入驻北京第一高楼、举办全国巡回推广会、5 年内为国家上税超过 600 亿元,几个事件看似没有关联,实则环环相扣。

以入驻北京地标“中国尊”的格力永磁同步变频双工况冰蓄冷离心机组为例。提到永磁技术这一概念,大多数人可能会联想到中国首列“永磁高铁”,实际上,永磁技术早已被

运用于中央空调领域。业内人士都清楚,直流变频空调代表着中央空调的发展方向,但该项技术长期被外资品牌垄断。为攻克这一技术难关,格力电器与中国南车联手开展自主研发,创造性地将大功率高速永磁同步变频调速技术应用到离心机组。作为技术基础,永磁同步电机被应用于全球首创的格力光伏直驱变频离心机系统,高效永磁同步变频离心机冰蓄冷双工况机组等多项大型中央空调机组中,并获多项自主研发“国际领先”技术成果。

在“互联网+”的大背景下,对于中国制造业而言,如何能够走得长远?离不开完整的产业链和自主创新的能力,这两点格力中央空调均已具备。以格力中央空调为代表民族品牌在自主创新角度已经在中央空调领域掌握话语权,同时还能够实现百分百中国制造。

## 自主创新引领未来

# 格力机房空调守望大数据时代

IDC 一般指互联网数据中心。近年来,随着互联网技术的不断升级,移动互联网、物联网、云计算、大数据等概念愈加火爆。IDC 数据中心主要为政府、电信、金融或企业等存放服务器,并提供 IT 服务,是支撑云计算、大数据行业高速发展的最为重要的基础设施,建设需求不断增长。

### IDC 数据中心的特征

数据机房是 IDC 数据中心建筑中集中存放服务器、小型机的场所,由于数据机房承载物本身的特殊性,其建筑空调区别于普通的建筑空调,具有以下五大特征:服务器全年不间断运行,热负荷量极大;空调设备耗电比重大;机房内显热负荷大;电子元件对温湿度变化敏感;对设备可靠性有较高要求。

IDC 数据中心内的服务器等设备发热量大,且全年 365 天不间断运行,建筑散热密度是普通建筑的 5 倍以上。对于数据中心这种环境,是非常需要量身定制的空调系统解决方案,从而保证数据中心设备安全可靠地运行,为信息产业全面保驾护航。

那么对于如此严苛的空调系统,谁能驾驭的呢?当然是大格力咯。那么格力都为哪些数据中心提供格力产品呢?我们来看一下部分案例。

### 一、中国移动国际信息港二期工程

使用机型: 变频离心机



### LSBLX950SE (2 台) 地源热泵螺杆机 SSD5200DH/N

中国移动国际信息港,是迄今为止中国移动集团公司最大的土建项目,将成为运营商在北京最大的数据中心,建设终期目标机柜数为 2000 个左右。该项目通过我司人员与甲方的不断沟通,凭借我司机组优越的性能,获得专家们的一致认可,最终成功中标。

### 二、中国电信互联网国际出入口局

使用机型: 变频离心机 LSBLX800SVE (4 台)

新建的东莞互联网国际出入口局投资 6 亿元,可容纳超过 30000 台服务器。该项目前期,甲方定位美国四大品牌,但格力凭借变频离心机技术的优越性能,在压缩机驱动技术、节能技术、服务承诺等各方面都力压竞品并成功中标。

### 三、中国联通华南(东莞)数据中心

使用机型: 变频离心机 LSBLX1100SVE (4 台)

此数据中心作为中国联通的南方生产基地,是中国联通在全国布局的十大数据中心之一,全部建成后将成为联通华南最大数据中心。本工程通信机房工艺要求全年、全天候 24h 不间断空调,对机组的稳定性和可靠性提出了较高要求。

### 四、京东云华东数据中心

使用机型: 变频离心机 LSBLX700SVE (4 台)

京东云华东数据中心位于江苏宿迁,采用国际最高的 T4 标准,总建筑面积 6 万平方米,共四栋独立机房大楼,可供 20 万台服务器安装和运营能力,实现 13 万 TB 的存储能力,24 万 GHZ 的计算能力!是京东集团数据处理业务的技术基石。

大数据时代,数据中心对我们的的重要性可想而知,而格力所服务的数据中心样板工程还有很多,如光环新网云谷燕郊绿色云计算基地、国家超级计算深圳中心等,格力正在凭借着自主创新产品成果为数据中心领域带来更多的惊喜,为大数据建设保驾护航。

# 高温“烤”验已来袭 厨房降温有格力



**本报讯** 弹指一挥间,时间的齿轮已经来到一年中气温最高且又潮湿、闷热的日子。逐渐升高的温度让出行变得相当可怕。很多“家庭主妇”和“家庭煮夫”表示,在高温天做饭也需要勇气。中国的饮食不同于西方,爆炒、煎炸的食物更多,这往往会做饭的人汗流浹背。

夏天赶走高温最好的办法莫过于装一台空调了,但是由于厨房高油烟、易腐蚀等特殊性质,传统空调对厨房望而却步。作为家电行业的领导者,格力电器在该领域也是快人一步,研发并推出属于厨房的空调——格力·厨享,让夏季烹饪也变为一件幸福的事情。

### 多种送风模式,让厨房充满人性化关怀

为打造出一个环境舒适、冬暖夏凉的美食烹饪环境,格力·厨享特设双出风口,出风范围更广,保证室内温度更均匀;该空调还设置了定点送风、情侣送风、全向扫风模式,可供自由选择;搭配五档风量与高低

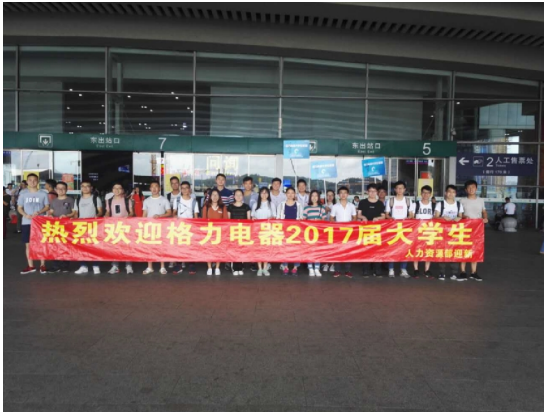
风档,实现十级风量精准调节。

对于很多夫妻来说,烹饪也应该是彼此协作、富有乐趣的事情。厨享空调特设双出风口和双回风口,当设置为情侣送风模式,开启时,两个风口从不同位置出风,增加夫妻搭配烹饪的乐趣;关闭时,风口和墙面融为一体,既美观又大方。当厨房温度很高时,可设置为定点送风,直吹活动区域,能快速降低烹饪时的燥热感,也可避免大范围送风产生的能耗。此外,当整个厨房整体需要快速降温时,可设置为全向扫风模式,随时改变出风角度,让凉爽撒满整个厨房。

### 四重保护七层滤网,让厨房干净舒适

说起厨房空调,很多人觉得亟待解决的问题就是油烟太重、容易堵塞空调出风口、油烟腐蚀空调部件等。格力·厨享空调,从材质选择、结构设计等方面对机组进行了四重保护,让厨房降温的同时又干净舒适,为每一家庭创造更多的价值。

## 格力迎来一波小鲜肉 1500名新大学生即将入职



**本报讯** 7月10日,格力珠海总部迎来第一波2017届大学生,正式拉开了2017年格力新大学生入职培训的序幕。

据悉,今年共有1500名应届毕业生入职格力,于7月份分五个批次进行入职培训,保证迎新工作有序、有效、有力地开展。

报到第一天,虽然珠海下着淅淅沥沥的小雨,但格力迎接新大学生的热情却丝毫不受风雨影响。温馨的短信通知、各站点的专车接送、体贴入微的入职大礼包……迎新工作做得事无巨细、周到细致,充分展现了格力对员工的柔情和关怀备至。

说到关怀,不得不提格力为员工提供的“一人一居室”住宿福利。格力员工宿舍分为康乐园一期、二期,总建筑面积超过20万平方米,小区环境优美,配有员工活动中心、足球场、篮球场、游泳池、网吧等文体娱乐设施以及超市、医务室、餐饮、银行、理发店等生活配套设施。2014年投资近4亿元建成的格力康乐园二期,更是实现了“一人一居室”,室内各种设施和家具一应俱全,完整配置了空气能热水器、空调、冰箱等生活电器。

“公司科技感满满,好期待成为一名技术控啊!”记者随机采访了几位大学生,他们的言语间无一例外地都充满对新生活的好奇和憧憬。新入职的大学生朝气蓬勃,是企业发展的未来和希望。格力对新大学生的热情相迎,也体现着一个有社会责任感的企业对人才的珍视和渴望。相信新鲜血液的注入,会成为格力发展壮大的不竭动力。

## 独行在这片土地



青春年少,热血前行,如今岁月深沉了意志,他淡然从容地在这片上万平方米的土地上独行,用实际行动诠释格力人的忠诚、友善、勤奋与进取。

他的独行,不是特立独行的孤傲,也不是形单影只的孤寂,只是岗位职责的必然,内心责任感的使然。一方土地,一处改造,一次生产,一份安全,他带着一张图纸、一项安全帽在独行的一线一次次守护。

廖国文,在重庆格力建厂初期便进入公司,那时还是稚嫩的青葱少年,怀揣仅从学校学来的安装维修知识,开始了他的工作生涯。从设施设备的安装维修到厂区建设的维修改造,从机械线路到电路管道,看似大相径庭的岗位内容,他却是以梦为马,用挑战和奋进将其千丝万缕地联系,环环相扣成长到如今。回首,原来自己已和机电设施设备打了十几年的交道,原来自己几乎要走遍这块土地。

廖工一张帅气的脸庞总不失大叔的平易近人,小麦色的皮肤比一般人要黑几度,行走于现场,太阳的热辣、雨水的冰凉,他

无一没有经历,可那或许才能更加证明他的身份吧。

他是基建科的安装工程师,主要负责重庆公司所有机电类、工艺管道、消防等设施设备的安装改造工作。在重庆公司一二期以及外租仓库加起来差不多五十万平方米面积之中,大大小小所涉及及安装改造的工程项目都需要他主导负责完成。

因为岗位技术的专业性,无论是大到繁忙嘈杂的厂房,还是小到墙内的一根电线的安装工程项目,在重庆格力这片土地都会有他的身影,这也让他在岗位一枝独秀。可成为一名主要力量的安装工程师,他又岂止只是岗位身份的独行。

现场生产与现场机电安装很难同时进行,每每此时,廖工就会从工程师变成协调中介。为了满足现场施工条件,他和部门协商评估现场;为了不影响生产,他和施工单位协商施工时间;为了项目进度,他根据生产计划和生产部协商生产时间。每回协商也并非一谈即成,无数次单枪匹马的舌舌之战,不厌其烦的多方协调,也只为最后能够顺

利完成各单位提出的安装改造需求。

一个项目的完成,在需求人眼中效率是关键,但在廖工眼中,过程细节依旧重要。

对于工程成本,他一直是一个精打细算的工程师。稳抓成本,尽量为公司减少资金投入,同一个项目的方案,他就得反复推敲,准备多个方案比较价格,拿出最优方案。由他负责的“一期管路改造”项目,最初拟定方案为上吊管道,需投入成本十八万左右,且施工难度较大,对此,他通过多次实地勘察,图纸策划,将管道改为地面支撑方式,这样既保证了物流畅通,施工难度也较小,同时也将成本投入降低了七万左右。

常说成本与质量难两全,而偏偏廖工却还是一个为质量狂的工程师。从施工单位一开始施工,他就独自担任起了监工的角色。防止偷工减料,每一寸施工材料的设计、材质、规格,他都一一参与检验,施工过程,更是实时监控,无论是刮风下雨还是艳阳高照,只要施工在继续,他也依旧一刻不松懈,坚守基建一线直至项目验收成功。

他说:安全是一切行为的优先权利。作为基建的工程师,尽管廖工负责的是冰冷的瓦砾建筑、机电安装工作,但所有这些围绕员工,担负着保障员工人身安全的责任,所以不能怠慢每一个细节。

如此一丝不苟,却也淡然从容地坚守。一个又一个接踵而来的工程项目,就是一遍又一遍的责任刷新;一次又一次的喋喋不休、精打细算、深扎前线,就是一次又一次的奋不顾身,能力挑战,最终也成为他一次又一次的生命守护。

独行在这片土地,他,不以年华说梦,却以责任筑梦。

(重庆格力 王露)

## 第三波福利来袭

### ——防暑降温全力支持生产

**本报讯** 随着天气逐渐炎热,生产旺季到来。为提前做好夏季防暑降温送清凉工作,从5月份开始工会为奋斗在生产一线的员工送清凉饮料,第三波福利也将在昨日完成发放,让一线生产员工在炎热的酷暑深深地感受到来自公司“清凉”的温暖。

今年的送清凉活动,工会可谓大做功夫。前期召集各生产及辅助单位、采购中心对2017年防暑饮料发放品种展开调研讨论会议,充分征集民意,清凉饮料有王老吉、水动乐、怡泉+C等多达六种饮料。

今年天气特别热,格力空调调温度的飙升,销售量也一路飙升。面对市场的高额销售需求,为占领市场制高点,公司全面打响旺季生产大会战。

作为第三波福利,7月的防暑饮料显得更特别。全体员工敢于拼搏,奋战一线,尤其生产一线员工以格力人的顽强拼搏、艰苦奋斗、无私奉献精神投入生产旺季。对于工会送来的清凉慰问,成品库员工小张激动地说:“旺季虽辛苦,但我们的付出得到了领导的肯定,得到工会的后勤保障,更加有动力工作了。”另一名两器分厂的新员工李工则表示:“虽然我入职不久,但公司对我还是十分关怀。前不久,工会领导在厂区

进行慰问,和员工代表进行了深入交流,还详细询问了我的工作和生活情况,叮嘱我们,一定要注意劳逸结合,确保身体健康,今天又发放清凉饮料,真的有点受宠若惊,这个旺季我一定要好好干,保质保量,为旺季奋斗。”

战鼓擂响,军旗猎猎,向一线奋进。习总书记曾多次肯定普通劳动者的工作,提出“全心全意为工人阶级和广大劳动群众谋利益”的号召。多年来,公司一直坚持“以人为本”,始终关注一线劳动者的生活质量、工作环境等问题;工会一直以来坚持以“服务员工,保障权益”为中心,通过节日慰问、送清凉等贴心心的服务,实实在在的关怀举措,解决员工实际困难,提高企业内部凝聚力的。

看似只是一瓶饮料,背后却是温暖与幸福,一瓶饮料的爱,却在这个夏天给员工送来了一缕清凉。这个旺季,有了公司的这份关爱,有了工会这份情厚意,让我们紧密团结,携手共进,以无坚不摧的信心,坚持不懈的毅力,决战决胜的姿态,立足岗位、排除万难,抢时间、保市场,台台必争、寸土不失,提振精气神,再燃新激情,打好攻坚战,在各自不同的岗位上恪尽职守、无私奉献,用辛勤的劳动和汗水,助推生产、助推销售。

(工会 李丽萍)

## 炎炎烈日下

### 每个制造人都是风景!

盛夏时节,烈日炎炎,酷暑难耐。在炙热骄阳的“烤”验下,有一群可爱的人,他们冒着高温默默坚守着自己的岗位,用挥洒的汗水表达着对企业的忠诚,用朴实的语言道出了对事业的激情。他们是这样的平凡而真实,正是因为这份坚守,高温下的感人故事,得到了最原初的演绎。近日,小编在“高考”模式下,零距离体验了他们的工作“热情”,感受了他们在平凡岗位上释放的企业“温度”。

细数合肥格力的第十个旺季,每个七月虽有所不同,但岁月依旧。每一个人的心中,都有一道最美丽的风景,这风景或是秀美的高山,或是广袤的草原。但在格力人的心中,生产线便是一道美丽的风景,这风景是热火朝天、激情四射的干劲,是勇于奉献的牺牲精神,他们用实际行动为这道美丽风景增添浓墨重彩的一笔。

无论天有多热,他们都穿着工作服,在高达40℃的车间内,默默工作着,任凭汗水一次次,打湿脊背、浸透衣衫……

他们,每天载着大家的中餐下午茶,穿梭在楼层走廊,在烈日下与时间赛跑。当你在休息时等待下午茶的时候,请给他们一份理解和尊重。

他们工作环境艰苦,每天重复着持续数小时的作业,汗

流浹背,他们是总装光鲜亮丽现场的保卫者。

穿着长衣长裤,戴着双层手套,在狭小闷热的高温场所奋战,他们每天的汗流浹背都是为了创造更好的产品。

油污将他们的皮肤抹得黝黑,汗珠不停地从脸颊滚落,身上的厂服被汗水浸透后,沾着机油变成灰黄。正因为他们的付出,才有了设备的正常运转。

石灰路晒得发烫,连风也是滚烫的,站在离太阳最近的地方,他们用心工作。带给我们的,有放心更有安全。

他们像灵巧的蜂鸟,穿梭在车间里,及时周旋着班组的物料,促进流通与共享。高温下,他们的汗水和双手,是为梦想拼搏的最好印证。

他们是格力战士,为消费者创造价值。同时,合肥格力采取形式多样、内容丰富的“凉策”应对,积极帮助职工防暑降温、清凉一夏,让汗汗在一线的职工真切感受到丝丝凉意,为夏日坚守下的他们保驾护航。

直面盛夏的烈日和酷热,像是在演奏一首序曲,热烈而激昂的奏起。现场的每一处装配作业,仿佛跳跃的音符,隐约地显现出格力人的情怀。他们每个忙碌的身影,都肩负着对家、对空调用户者的责任!

(合肥格力 张晓勤)