

“万人空巷抢格力”系列之三

# 格力科技其实是一道“家常菜”

■场外点评:

### 格力撑起中国制造业的脊梁



李路:知名财经记者,山东儒学文化传播文化公司总经理

在结构调整和节能减排的双重压力下,在新旧产业“青黄不接”的背景下,中国的部分企业没有选择依靠技术创新来实现转型升级,而是游走在地产、投资等高利润领域,长期以来,我们的制造业必然遭遇空心化的挑战,我们的经济复苏和可持续发展也必将面临挑战。而格力始终以难得的专业专注精神,奔走在科技创新的第一线,这样的企业是中国制造业的脊梁。

■媒体观点:

### 格力的创新速度令人惊讶



杨维忠:山东科技厅《创新》杂志采编总监

现今空调行业内的竞争越演越烈,变频技术,是当前空调企业“掰手腕”的主战场之一,而实现低频运行则是重中之重:15赫兹、10赫兹、6赫兹等技术不断被攻克,而1赫兹更是国内外变频技术挑战的极限。从G-Matrix到G10变频引擎,格力的变频技术在不断升级、突破;从15赫兹到1赫兹,格力矢志变频、问鼎尖端,只用了短短的一年就成功创造了空调变频技术的新标杆这样的速度令人惊讶。

经典回顾▶▶

### 2010“万人空巷抢格力盛况”



▲格力文化园内人头攒动



▲卖场格力专柜被挤得水泄不通



▲各地专卖店现抢购潮



格力电器董事长朱江洪、总裁董明珠在北京参加格力三大核心技术新闻发布会

- 高科技是指格力产品的技术含量和独家功夫,但绝不是高高在上的技术炫耀。相反,越是高科技的东西,越应该离普通的消费者最近,越应该惠及最广大的消费群体。
- 1赫兹技术对于消费者来说最大的好处就是舒适和省电。举个能够类比的例子,一个功率为1匹的1赫兹变频空调,每小时的耗电量只相当于一只45瓦的灯泡。
- 现代人的低碳环保意识是建立在科技高度发达、追求现代舒适生活基础上的,并不是简单的回到原始时代。

万人空巷抢格力认筹今天进入第三天,格力所表现出的大手笔让业界瞠目,消费者大呼过瘾。随着抢购时间的日益逼近,消费者的抢购欲望几近沸点。此次活动,格力家族将会有哪些成员闪亮登场,格力引以为豪的核心科技将在本次活动中扮演什么样的角色,低碳节能环保的格力空调能够给消费者带来怎样的实惠?山东格力电器市场营销有限公司董事长段秀峰诚邀大家共赴迷人的格力科技盛宴。

### 格力科技就是要全民共享

笔者:通过段总前两次解读,我们详细了解了“万人空巷抢格力”活动超低的价格、完备的服务,其实,格力还有一个更加突出的优势,这就是科技创新所爆发出来的核心竞争力。在本次活动中,格力的核心科技能够给消费者带来怎样的期待?

段秀峰:格力掌握核心科技,这已经是大家的共识。我们说,万人空巷抢格力是消费者最隆重的节日,那么,在我们给消费者准备的“年货”中,自然少不了格力最拿手的高科技大餐。高科技是指格力产品的技术含量和独家功夫,但绝不是高高在上的技术炫耀。相反,越是高科技的东西,越应该离普通的消费者最近,越应该惠及最广大的消费群体。高科技,低价格,普及

化,是这次“万人空巷抢格力”最突出的特征,也是格力一贯遵循的营销导向。这次活动推出的所有产品,都是格力科技创新和精益求精的结晶,也是广大消费者感觉最亲切、最可口、最实惠的“家常菜”。我们要借这次活动中掀起一场格力科技全民普及风暴。

笔者:“家常菜”的比喻应该能够打消消费者对格力“豪门盛宴”的顾虑。在本次活动中,格力一定会向消费者展示强大的科技创新实力,同时也会告诉广大消费者,他们是最有资格、最有能力、也可以最放心地享受这些科技产品的消费群体。

段秀峰:格力是国内空调行业真正具有核心竞争力的企业。每年的研发投入都在几十亿元。格力产品的自有核心技术独步行业。格力也是行业真正掌握1赫兹变频技术的企业。格力的G10变频技术、新型超高效定速压缩机、高效离心式冷水机组——占据了空调行业三大领域的最高端,去年在北京人民大会堂举行了格力三大核心技术新闻发布会,震惊全球。格力作为中国科技创新的标杆企业,在全球制造业的高端占据了一席之地。同时,格力又是一个视消费者利益为生命的负责任的企业。偷工减料,以次充好、弄虚作假等有损消费者利益的事情是从来不做。拿同样型号、同样功率的空调相比较,格力的产品体积更大,

重量更重。在去年山东市场“万人空巷抢格力”活动的宣传上,我们曾经打出了“掂重量、看体积、比大小”的口号,也曾经在销售现场将室外机拆开向消费者展示。在我们所有的格力文化园里,都有格力核心部件的展示区,因为这样是最能让消费者直观感受格力真材实料的方式。

### 格力已攀上变频技术最高峰

笔者:核心技术、真材实料,加上最令人心动的价格,看来,格力的这场消费盛宴,消费者不得不去了。在这里,能不能先给消费者简单介绍几款格力最新的产品?

段秀峰:给大家介绍两款——格力U系列和i系列。这两大系列都是格力在去年下半年推出的最新产品。格力U系列最大的看点有两点,一是时尚的外形,二是内在的科技含量。普通空调的厚度一般在21cm以上,而格力U系列空调一次将厚度缩减近30%,仅为15.3cm。它同时采用世界先进的一体式无缝设计,让丑陋的拼接成为过去。U系列变频空调,汇聚了格力G10变频核心技术,突破低频1赫兹低频极限。定频空调则采用格力自主研发的、国际领先的超高效变频压缩机,超越国家新1级能效标准,是新国家标准下的1级低功耗产品。

格力i系列柜机的点睛之笔在于超乎人们想象的太空舱造型,

圆柱形一体化闭合设计,机身尤如火箭一般。在内部构造上,格力i系列采用创新的U型蒸发器,在增大热交换面积,使换热效率更高更省电的同时也使内部结构更紧凑、机身更迷你。在同等功率下,i系列产品比一般柜机体积缩小近50%,不仅释放出一定的空间,扫除了清洁的盲点。

消费者更应该关注的是,在“万人空巷抢格力”活动中,我们把格力“不满意就退货”的服务承诺附加给这两款机型,格力尖端科技加巅峰服务,成为消费者超值的选择。

笔者:我们注意到一个词——1赫兹。这是一种什么样的技术,这种技术能够给消费者带来什么?

段秀峰:1赫兹是变频空调技术中最尖端的一种技术。简单说,就是压缩机每秒钟只转动一圈,对于变频空调而言,压缩机转得越慢,就越是省电,越是静音,越是温控精确。大家知道,变频空调和定频空调的区别就是定频空调达到设定温度后自动停机,然后再重新启动。一停一启,首先是耗电,再就是停启之间温度相差较大,人感觉不舒服,忽冷忽热容易感冒。变频空调达到设定温度后不停机,始终维持在设定温度。因为恒温,所以人们身处其中,感到很舒服,也省电。格力率先在行业内研发成功变频空调1赫兹技术,这已经是变频空调的最高技术,不可能再高了,格力研发成功这种技术,标志着格力空调已经攀上变频空调的最高峰。

1赫兹技术对于消费者来说最大的好处就是舒适和省电。举个能够类比的例子,一个功率为1匹的1赫兹变频空调,它每小时的耗电量只相当于一只45瓦的灯泡。

■每日一评

## 惠及大众的东西才是好东西

□葛立

格力电器董事长朱江洪曾不止一次地向人们讲述自己的一段颇为难堪的经历。

有一年朱江洪去日本考察,在参观了日本著名企业先进的生产线后,按捺不住内心的冲动。他当时就向日方提出,希望购买日方的这套技术,朱江洪当时想,豁出去多出一些钱,没准

几日后会同意见,就算不同意,也会找个借口婉拒,自己这个“国家干部”也不会丢多大面子。没想到的是,对方以不可思议的神情望着朱江洪,断然拒绝了他的请求。在日本人看来,这个中国人简直异想天开,核心技术就像是自己的“独生子”,花了这么多心养育出来的“孩子”,怎么能卖给别人呢?这件事在朱江洪看来是自

己一生的奇耻大辱,从此他下定决心,无论付出什么代价,一定不能再受制于人,一定要拥有自己的核心技术。从那以后,一个让外国人刮目相看的东方制造业巨人诞生了,后来成了全球空调行业的老大,他就是格力。

有了核心技术的格力从此在外国人面前挺直了腰杆,但对中国的消费者始终躬身相待。让

中国人都能用上拥有自己国家核心技术的好空调,让格力的产品能够惠及中国的普通大众,让中国的家电行业尽快从血雨腥风的红海中摆脱出来,这是格力始终不渝的追求。

核心技术是格力的独家功夫,更是全中国人民共同的“孩子”。这个孩子“长大”了,现在要回报自己的亲人,这不是再自然不过的事情吗?

### 下期预告:

热心公益事业是格力大服务意识的本能,万人空巷抢格力活动将如何推动“格力低碳林”的开展,格力的公益之路走过了怎样的历程,社会责任又在格力的发展进程中起到了怎样的作用?请看万人空巷抢格力系列之四

## 责任意识造就格力大格局