

是“格力速度”，也是“合肥速度”

专访安徽新兴格力空调销售有限公司总经理汪晓兵

谈产品 每天超2万台空调“合肥造”

当初格力工厂“结缘”合肥的过程，汪晓兵至今仍记得一清二楚。原本已经在外省看中了一块土地，但是格力却被合肥这座名不见经传的城市中途“拦截”了，其中的种种原因都已不再重要，重要的是合肥多了个颇具魅力的格力。

也许，格力刚进驻合肥时，很少人能预测到它现在的成就，但是，当时在格力所有人的心中，合肥基地已然是格力华东地区的一个“龙头”。

事实证明了一切，记者从安徽新兴格力空调销售有限公司了解到，合肥基地去年生产空调710万台，按照每年365天计算，平均每天都有近2万台空调在合肥下线，并且今年已经超过了这个数字！

“今年，我们的产量预计可以达到800多万台。”汪晓兵透露，这个很多空调生产企业看起来有些可怕的数据在格力已经实现。

合肥只是格力电器发展的一个缩影。2010年，在国家家电下乡、以旧换新等行业扶持政策的刺激下，空调行业经历了历史性的“大年”。

格力电器公布的2010年底报告显示，公司实现营业总收入608.07亿元，同比增长42.62%；实现净利润42.76亿元，同比增长46.76%；上缴税收33.15亿元，其中空调业务营业收入551.09亿元，稳居空调市场的“头把交椅”。

谈布局 走出家门就能买到格力

按照空调行业的惯例，每年的8月初到次年的7月底称为一个冷冻年度，也就是说，从2010年8月1日到2011年7月31日，称为空调的2011冷冻年度。

随着合肥气温跑步进入“春天里”，空调的销售旺季也在向我们招手。汪晓兵告诉记者，3月底是空调淡季的尾巴，而4月开始，空调销售就

开始火爆了。

从安徽格力的统计数据看，目前在安徽省的网点数量超过3000个，并且还在不断“扩军”中，“因为让消费者走出家门就能买到格力是所有格力人的目标。”

格力给合肥带来的绝对不仅仅是空调，汪晓兵表示，就以整个合肥基地

为例，算上周边配套，已经解决了3万人左右的“饭碗”问题。

除此之外，这位中国空调的“霸主”还将眼光放眼到全世界，除了珠海、重庆、合肥、武汉、郑州等国内城市，格力电器还在巴西等地设立了生产基地（今年更计划在美国），开发出包括家用空调、商用空调等在内的各个系列产品。

谈价格 促销难以让市场“洗牌”

如今的家电行业可以称得上是竞争最为激烈的几个行业之一，为了扩大市场份额、提升销售业绩，部分家电品牌把促销当做“宝典”，用一轮一轮的低价、抄底等吸引消费者的眼球。

不过，在汪晓兵看来，促销只是特殊时期的一种手段，并不能从根本上改变市场的格局。“某种产品在促销期的销量上去了，但是消费者心中都有把尺子，促销不太可能根本性扭转他们的消费习惯。”

早就有业内人士发出过“价格战是把双刃剑”的理论，一味地用低价吸引消费者，很难培养品牌的忠诚度，而且低价策略压缩了利润空间，如果长时间使用，可能会影响厂家和商家正常的运作。

随着国内CPI和PPI的持续走高，各种原材料成本不断上升，电动车等部分家电行业的利润缩小，甚至出现售价低于成本价格的“倒挂”现象。汪晓兵介绍，目前，空调行业还没有“倒挂”，但

是成本确实压得不少企业喘不过气。

石油、铜、铁、铝等空调必不可少的原材料价格上涨，使得今年空调价格确实比去年小幅上扬，但是格力电器却通过加强管理、技术创新和自我“消化”等举措减轻了部分压力。

汪晓兵给记者算了一笔账，过去从珠海运空调来合肥，每台空调的物流费用大概是40到60元，而现在将基地“选址”合肥，这笔钱省下来，就可以在价格上稍微给消费者让利一点了。

谈技术 从“中国制造”迈向“中国创造”

一提起格力的技术，汪晓兵的话匣子就打开了，就如同格力的广告语：掌握核心技术。格力在空调行业中稳居第一的宝座，与先进的变频技术分不开。

“变频技术既节能又舒适，就像是开在城市某条没有红绿灯的道路上，基本上不用踩刹车。”汪晓兵做了个形象的比喻，还忍不住用手架起开车的姿势，“未来肯定是变频机的天下，占比将不断提升”。

作为空调行业的领头羊，格力电器

继续坚持自主创新的经营理念，尤其是自主研发掌握了一系列空调核心技术，其中1赫兹低频控制技术、高效离心式冷水机组和新型超高效定速压缩机三项空调核心技术一举超越欧、美、日等国际竞争对手，被国家权威部门鉴定为“国际领先”水平。

特别是1赫兹低频控制技术，它运用多项先进技术，在控制理论和性能指标上超越了国际现有技术。去年5月国家科技部公布的2010年度国家科技

计划项目中，格力1赫兹低频控制技术被纳入“国家火炬计划”。

近年来，很多人都认识了“MADE IN CHINA”这几个英文单词，但是从“制造”到“创造”，仅仅一字之差，也是格力的核心战略，如今，格力的变频技术也在服务全球消费者。

“我们会始终以掌握核心技术为企业发展的长远战略，不断创新，为中国以及全球消费者创造福祉。”格力总裁董明珠曾公开表示。

谈服务 我们做的就是为消费者“多想一点”

格力在产品质量、价格、技术等方面都一马当先，在服务上也毫不含糊。

“这种服务不仅是为消费者服务，也是为经销商服务，反正多为消费者考虑一点。”汪晓兵向记者阐述了格力的服务理念。

下个月就将进入空调的销售旺季，而格力也将迎来第19届免费维修月。据了解，格力空调从2002年开始，在每年4月和11月都提供免费上门维修服务。

“选择4月是因为空调即将步入使用高峰期，在此之前对空调进行一次全面的调试检修十分必要。”

而根据安徽格力的安排，第19届免费维修月期间，将24小时接听消费者的电话，并一如既往地坚持维修费、上门费、工时费、因维修而产生的拆、装费均不收取的原则，维修材料客户可以自购或通过格力技术人员代买（包修期内由格力提供）。

此外，随着安徽格力全省各地市、县城客户服务中心的建立，用户报修和投诉解决更高效，空调维修及零部件到位更迅速，上门维修人员服务更专业。

从产品质量到服务，从变频技术到价格，从中国制造到中国创造，格力电器手中“握”着的法宝不止一件，正是运用这些法宝，格力才在激烈的行业竞争中独占鳌头，稳坐中国空调市场的“头把交椅”。



汪晓兵

初春的合肥，气温跑步进入“春天里”，阳光炙热得如同夏季一般，就是在这样一个午后，记者走进安徽新兴格力空调销售有限公司总经理汪晓兵的办公室，扑面而来的除了浓浓的书画气息，还有一股“格力风”。

诚信、创新、服务、变频……汪晓兵毫不吝啬地向记者亮出了格力的“法宝”，也讲述了“扎根”合肥的格力经历的种种“蜕变”。用他的话说，格力在合肥的发展不仅跑出了“格力速度”，也跑出了“合肥速度”。

记者 沈娟娟/文 王婧莹/图

