

2005年10月31日出版
 总第156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

- 格力成为广交会耀眼明星 (2版)
- 董明珠诠释正和博弈论 (3版)
- 成功只需要一点点勇气 (4版)

格力电器荣获中国“节能贡献奖”

广东省唯一获得这一称号的空调企业

本报讯 日前,在成都召开的“2005节能节水环保产品认证工作年会”上,经过中标认证中心(原中国节能产品认证中心)严格评选,格力电器被授予2005年度中国“节能贡献奖”称号,是广东省内唯一获得这一称号的空调企业。

格力支持节能事业

作为中国最大的空调企业,格力电器一直以来在生产

经营中支持国家的节能事业,在产品的研发中十分注重不断提高空调“节能”的指标——能效比,每年投入近亿元资金进行节能等技术开发,使公司所生产的所有空调的能效比均高于国家标准,并全部通过了中标认证中心的节能认证。近年来,随着国内能源局势的日益紧张,格力电器适时推出一系列的节能空调产品,大大满足了广大消费者对节能空调的需

求。今年8月,在国家发改委和质检总局联合公布的“节能空调榜”中,格力电器高居榜首,并有15个规格型号的空调产品能源效率等级达到一级,成为这份“节能空调榜”中最多规格型号能效等级达到一级的企业。

节能技术获国际认同

格力电器的节能技术不仅在国内外走在同行的前列,而且

还走出国门,获得了国际市场的广泛认可,如在巴西,2003年至2004年连续两年获得了巴西政府颁发的节能标签最高级别:A级,被授予“A级”节能空

调称号;在美国,格力空调取得了美国政府颁发节能最高标准的“能源之星”,与世界制冷巨头在节能技术上站在了同一起跑线上。

相关链接

中标认证中心是国家唯一授权组织、管理和实施节能、节水、环保产品认证工作的第三方权威认证机构。节能贡献奖评选标准包

括企业生产经营遵纪守法,市场销售情况良好;积极开发和生产节能产品;坚持科技创新,产品有较高的科技含量;积极支持节能事业等。

格力“绿色”空调

成为广交会最耀眼“明星”



在刚刚结束的第98届广交会上,格力绿色环保空调——“绿”系列空调新品吸引了众多海内外客商的目光,成为今年广交会上最耀眼的“明星”。(详见2版)

格力电器获“中国3·15文化贡献奖”

本报讯 10月18日,中国3·15文化高层论坛暨《中国消费者报》创刊20周年庆典在北京人民大会堂隆重举行,全国人大副委员长司马义·艾买提等领导出席大会。

中国消费者权益保护工作作为一项崭新事业,在20多年的实践中探索和总结了许多宝贵的精神财富,形成了一种崭新的文化——中国3·15文化。

中国3·15文化高层论坛组委会对格力电器一贯以来坚持诚信的经营理念、为消费者提供高品质的产品和服务、为中国消费者权益保护事业所做出的贡献给予了高度评价。

格力电器2005年劳动技能精英赛表彰大会召开

朱江洪:平凡的岗位成就不平凡的业绩

本报讯 10月26日,公司召开2005年劳动技能精英赛表彰大会,朱江洪董事长出席会议并发表重要讲话。

朱董说,格力电器有上千工种,每一步骤都关系到产品质量和企业生命,每位员工都要认真对待每一个岗位。朱董号召广大员工向曹祥云同志

学习,在平凡的工作岗位上做出不平凡的业绩,实现自己的人生价值。

同时朱董还十分关心员工的工作和生活环境,指出,只有环境得到了更大的改善,员工才能更踏实、更愉快、更好地为格力服务,为消费者提供更优质的产品。朱董表

示,公司今后将加快员工生活区的建设进度,进一步改善员工的生活工作环境。

会上,朱董亲自为在劳动技能精英赛中获奖的员工颁发了奖金和证书。

会后,朱董还和曹祥云进行了亲切交谈,鼓励曹祥云再接再厉,做出更大的业绩。

评论员文章

诚信铸就品牌之魂

顾名思义,诚信即诚实守信之意,发乎于心曰诚,言出必行曰信。先哲有“信乃立身之本”的训示传世于今,可见,说话算数对于做事为人是非常重要的。

做人要说实话讲诚信,做企业同样如此。市场经济从根本上说是信用经济,信用是构成市场经济体系的保证,谁拥有信用谁就拥有了畅通无阻的通行证,谁也就最终为市场所认可从而赢得市场。

近些年,中国社会对于品牌的认知、关注热情也在不断升温,大家都开始认识到品牌的重要性并准备做些事。关于品牌的定义多种多样,其中一个:品牌是产品与消费者之间建立的信用关系。换句话说,诚信是品牌的核心价值所在,灵魂所在。

大浪淘沙,真金始现。这

些年来,空调行业腥风血雨,假概念漫天飞舞,伪技术招摇过市。听说有家企业实在没得玩,就在颜色上搞花样,据说还要申请专利。类似这种舍本逐末、愚弄百姓的做法大行其道,不能不说是中国企业的悲哀。但市场是公正的,你骗得了一时骗不了一世。

值得欣慰的是,经过多年的优胜劣汰,市场的品牌集中度在不断提高,这是市场对理性、对诚信的招唤,也是对像格力这样始终秉承诚信经营的企业最好的回报。

笔者认为,诚信回归之时正是市场规范、品牌昌盛之时。面对格力电器成为广东省众多空调品牌中唯一获得中国“节能贡献奖”企业的生动案例,某些知名空调企业是否应该深刻反省一下自己的市场行为?

2005年第三季度报告公布

格力电器一支独秀

本报讯 10月28日,格力电器公布了2005年第三季度报告,报告显示,今年1至9月,格力电器累计实现销售收入129.80亿元,比上年同期增长29%,实现净利润4.20亿元,较上年同期增长19%,取得了良好的效益。

截止10月31日,所有家电行业的上市公司均发布了2005年第三季度报告。值得注意的是,由于原材料价格持续上涨,行业竞争日趋激烈,众多

家电行业的上市公司今年1至9月的销售收入增长放缓、净利润大幅下滑,其中不少知名家电企业的净利润的下滑幅度在2位数以上。作为中国家电行业的唯一走专业化道路的企业,格力电器一支独秀,销售收入和净利润均稳步增长。

在衡量对股东回报的关键指标——每股收益上,格力电器也表现出色,每股收益高达0.78元,高居家电行业上市公司每股收益的榜首。

格力“绿色”空调成为广交会最耀眼的“明星”

本报讯 在刚刚结束的第98届广交会上，格力绿色环保空调——“绿”系列空调新品吸引了众多海内外客商的目光，成为今年广交会上最耀眼的空调“明星”。

此次广交会，格力电器向世界各地的客商展示了家用空调、商用空调和小家电200多种精品，并在最显眼的位置设立了新产品展示墙，展出了国庆期间刚刚上市的“绿”、“金”、“康”等系列数十种规格和型号的空调整新品。

来自意大利、法国、西班牙等发达国家的众多海外客商在听取了现场工作人员对格力

“绿”系列空调的介绍后，纷纷表示，格力空调倡导的绿色环保理念和世界领先的技术水平切合了现代社会对高端空调和优质生活的需求点。

据了解，刚刚上市的“绿”系列空调在格力一贯高品质的基础上，融入了“绿色环保”的设计元素，如除了空调机身全部采用绿色环保材料之外，空调器六大部件——面板、面板体、导风板、接水盘、排水管、过滤网都添加了无毒无味、杀菌能力强的银离子，过滤网同时还选用了新颖抗菌过滤材料植物精华儿茶素，经广东省微生物分析检测中心检测，抗菌率

均达99.9%，能确保室内空气清新、健康。

据了解，格力电器投入了上千万元的资金，兴建了全球空调行业中独一无二的“微生物实验室”和“材料研究实验室”，专门研究空调绿色环保应用技术，“绿”系列空调新品正是其中的杰作。

专家表示，随着社会的进步和人们对空气质量需求的提高，绿色、环保正成为消费者在选购空调时关注的焦点，格力“绿”系列空调顺应上市销售，势必成为今年广大消费者的首选产品。

技术部开展“设计质量”学习反思活动

本报讯 10月10日上午，家用空调技术部在销售楼多功能报告厅举行“技术质量”动员大会。主管家用空调技术研发的张辉总裁助理出席并主持会议，近400名技术工程师参加会议。

会上，张总针对前一阶段产品开发过程中出现的问题，围绕设计质量进行了深入分析。他指出，实践是检验产品质量的最重要标准，实验是重中之重，严格要求各项目主管及设计人员严把实验关、质量关，保证产品设计开发按时按质完成。张总还“反思”了开发设计人员在开

发设计中的各种陋习，严厉批评了部分开发设计人员的设计质量。张总表示，要提高设计质量，就要提高设计员自身素质，要引入竞争机制，适当增加技术员培训、考试，建立轮流上岗的管理机制。

随后，科管部部长王彤就产品设计开发中的相关管理及检测标准做了讲话。家用空调技术部副部长黄辉则重点阐述了产品设计过程中“执行力度”的重要性。针对具体质量问题，新任命的质量工程师也分别做了讲话。

据悉，学习、反思之风将一直贯穿今后的产品研发。

公司首次组织现场急救培训

本报讯 为提高各单位现场管理员和安全员应付突发事件的解决能力，近日，人力资源部联系并安排了珠海120急救中心医务人员来我司进行了两天的急救常识培训。此次培训内容包括心肺复苏、昏迷者救助、电击、溺水、中暑、中毒急救、常见外伤伤口包扎、现场外科急救技术。学员经考试合格后，还将获得具有权威性的专业急救员上岗证。（人力资源部陈新名）



公司开展精益生产管理培训

本报讯 10月18日至20日，各单位领导及骨干共100多人在员工培训中心参加了精益生产管理培训，公司副总裁庄培也参加了培训。

爱博瑞管理咨询有限公司资深培训师谢克俭在精益生产方面有着丰富的阅历和工作经验。他以丰田公司为案例，从精益生产的思想与理念、标准管理、现场管理、品质管理、精益

物流5个方面，为了学员树立了崭新的精益生产管理思维方式，全面了解了世界领先的生产管理理念和格力电器目前在生产管理中存在的问题以及与世界先进企业的差距。

学员们纷纷表示，此次培训受益匪浅。会后，各单位还成立了“精益生产推进小组”，加强公司生产管理的不断改善。

（生产部邵丽国）

格力电器再获

“用户满意企业”称号 推行卓越绩效 格力又获殊荣

本报讯 9月28日，广东省质量协会、广东省用户委员会联合在广州召开广东省质量管理活动总结大会暨广东省“三满意”（满意产品、满意服务、满意企业）单位表彰大会。格力电器荣获2005年“广东省用户满意企业”称号

据悉，格力电器是国内最早接受用户满意管理理念、进行用户满意度管理的企业之一。（企管部韦青松）

本报讯 9月20日，2005年“全国质量管理奖颁奖大会暨全国实施卓越绩效模式先进企业表彰交流大会”在北京举行。格力电器荣获2004年度全国实施卓越绩效模式先进企业”称号

中国质检总局于2004年8月30日颁布并实施的“卓越绩效评价准则”，从组织领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量、分析与改进以及

经营结果7方面规定了组织卓越绩效的评价要求，是全国质量管理奖”和中国世界名牌”两大奖项评审的依据。

格力从2001年开始导入卓越绩效管理，聘请著名专业咨询公司，全面推进卓越绩效管理模式，使格力在“追求完美质量，创立国际品牌，打造百年企业”的道路上成绩卓越、硕果累累。（企管部杨永兴）

格力第三党支部捐资贫困学

本报讯 2005年10月30日，格力电器第三党支部在支部书记王彤的带领下，到斗门白蕉镇槐夹村看望贫困学生并捐资助学。

槐夹村为当地的贫困村，村政府一年财政收入为5万元。此次受捐资的为当地槐夹村小学五名最贫困但品德兼优的学生。他们有的家住的是低矮的土房，有的还是树皮屋。

王彤书记亲手将助学金交到学生代表手中，并鼓励她们再接再厉，争取更优异的成绩。

（科技管理部王维）



加强危机意识正确面对减员增效

所谓“减员增效”是基于企业的经营环境、组织结构、经营业务的调整，通过减少员工总量，减轻人工成本压力的管理策略和手段。一段时期以来，国内许多企业的经营管理者把“减员增效”，作为帮助企业摆脱经营困境，改进绩效的主要举措甚至灵丹妙药之一。

中国石化在境外成功上市，拿到了进入国际资本市场的通行证，但在与埃克森、BP、壳牌等大石油石化跨国公司的竞争中，庞大的人工成本、沉重的人工成本、低下的劳动生产率已经成为制约这艘“国企航母”全速前进的关键因素。如果不能减轻重负轻装上阵，中国石化面临的将是生死存亡的问题。

减员增效，不管这四个字多么沉重，但我们必须去面对、去做出选择。而中石化的例子只是管中窥豹，略见一斑。针对

此现象，企业“减员增效”的策略目标主要建立在：1、减少员工总量，减轻人员开支压力来减轻企业经营压力，摆脱经营困境；2、降低企业运营成本和人工成本；3、适应企业业务和组织机构的重组、分立、撤消等的结构性调整，优化人力资源结构；4、优化员工与岗位配置关系，优胜劣汰，空出编制和岗位，补充优秀人才，提高企业人力资源质量；5、对企业员工造成一种压力，促使人们自我提高，努力争先，提高工作负荷与效率，增强员工士气。

随着企业改革的深化，结构调整和技术改造的突飞猛进，作为拥有19000名员工的格力电器同其他国有企业一样，劳动力用量比原来减少，出现结构性产生的富余人员。试问，假如出现“减员增效”大潮，你准备好了吗？

不得不指出的是，我们的员工尚未有足够危机感。如何思想上武装自己，如何调整心态面对减员增效是我们必须提前思考的问题。

首先，应该做好自我的行业、自我的岗位以及自我能力的定位。各部门各分厂只是公司生产、经营总线的组成部分也是生产经营运作中的一个环节，我们有些员工时常以高技术含量岗位自居，却忽略了在工作中不断的学习和改进，慢

慢养成一种惰性，甚至习惯了分厂部门的“供养”，却殊不知“忧劳可以兴国，逸豫可以亡身”，再优越的行业、岗位和能力也会在庸懒和倦怠中磨灭其光芒。

其次，应该树立一种今天工作不努力，明天努力找工作的观念。在现今这个“企业广泛接受市场经济的考验，遵循优胜劣汰规则”的时代，没有任何一个岗位是非你莫属、非汝莫用的，特别是对竞争空前激烈，生产规模不断扩张而利润不断下压的家电制造业来说更是严峻。没有防备意识的员工就犹如赤身裸体的置身于枪林弹雨中，最终会被树立危机意识并付诸实践的员工作取而代之，尽管这是一个痛苦的历程，但却是必须要面对的，是不可改变

的必然趋势。

国有企业多年改革的实践证明，人的问题一向是改革中最棘手的问题，减员是难中之难。在改革过程中，利益格局的调整不可避免，减员是直接面对人的改革，利益格局的调整幅度最大，也最直接，最残酷。我们必须深刻理解企业决策层的减员策略，“减员”只是手段，“增效”才是最终目的。因此“换思想优于换人”的原则不管上到管理层，下到一线工人都完全适用。我们作为其中一员，只有树立一种居安思危、未雨绸缪的危机意识，并锲而不舍的实施，正确应对“减员增效”，在格力电器的蓬勃发展历程中，才不会掉队。

（子 曰）

董明珠总裁诠释“正和博弈”论

编前语

“棋行天下,并非统一天下,而是和所有人一起走下去”,这是格力电器总裁董明珠的“博弈论”,在董看来,格力和其经销商之间永远都应该是一种“正和博弈”的关系,即格力和其经销商双方通过相互合作而取得共同利益的增进。

商业合作要讲规矩

记者: 外界的传言说,格力在与渠道商的谈判过程中一直都以老大自居,因此,与国内的主流渠道商之间的关系处理得不好,您如何看待这个问题?

董明珠: 我觉得无论是员工之间的交流也好,企业与企业之间的合作也好,能不能合作最起码的应该是彼此之间能

否达成一个共识,而这个共识的存在是需要前提的,比如说彼此间的经营理念 and 价值观是否相同,如果经营理念和价值观都不同,那就很难谈得上合作。

有人把格力和国美之间合作不合作,看作是以格力为代表的一种渠道模式和以国美、苏宁为代表的另一种渠道模式合作不合作是不科学的。我觉得大家都应该像维护自己的利益一样来维护对方的利益。如果不能维护对方利益的人,彼此之间的合作也就无从谈起。

记者: 您觉得格力与家电连锁卖场的合作程度如何? 在合作过程中需要本着什么样的原则?

董明珠: 这些年来,虽然格力也走专业化的道路,但是格

力跟大卖场之间也有很好的合作,格力也找到了许多可信的、可互相支持的合作伙伴,格力的企业文化也感染了他们。

我们与安徽当地的国生电器、百大家电等都有密切合作,与南京、武汉、上海等一些大城市当地的卖场合作也非常愉快。

我觉得做商业要有做商业的规矩,作为卖场在经销的过程中应该通过服务来创造效益;厂家也要有厂家的规矩,厂家主要是经过生产领域获得利益。

彼此的规矩双方都应该互相尊重,厂家的规矩是把消费者的利益摆在第一位,但怎么把消费者的利益摆在第一位,这不仅仅牵涉到一个产品的问题,还包括流通领域的行为规

范,就是说并不是企业的产品丢给经销商企业就不管了,经销商爱怎么样就怎么样,这种做法对消费者是不负责任的。

“两条腿”走路

记者: 现在很多有实力的厂家也有单独开专卖店的打算,那么今后是否有家电卖场被众多遍布城乡的专卖店所取代的可能?

董明珠: 格力历来都强调两条腿走路,把国美锁定为卖场的代表,格力不与卖场合作的理解是错误的,我不认为格力与卖场不能合作,无论是大卖场,还是专卖店,或者是便利店,只要与我们在经营理念方面有共识,都不影响彼此之间合作的可能性。

而格力之所以开专卖店,

是因为格力开专卖店的条件已经成熟,这些年来格力的品牌已经深入人心,产品质量有保证。如果产品质量无法保证,专卖店是无法开下去的,可以说产品质量是专卖店能够活下去的首要条件。

这些年来,格力在保障产品质量方面走得很远,为了保障产品质量,格力电器坚持两大创新:一是技术创新,在技术上和国际接轨,掌握主动权;二是就是格力的企业文化,格力这些年来一直用诚信打市场,赢得消费者。我们做出的每一个决策,都是站在消费者和经销商的利益上考虑的。

(此文根据9月初董总参加安徽千人经销商大会时接受《安徽商报》采访内容整理)

格力经销商会议呈现五大亮点

编者按 新年度伊始,格力电器全国20多个销售公司相继召开了经销商大会,共享一年来的丰收喜悦,畅想06年的发展规划。和其他品牌相比,笔者总结出格力经销商会议的五大亮点,以飨广大读者。

亮点一: 诚信为先

与其他品牌经销商会议的狂欢景象相比,格力电器更多的是表现出一种“众人皆醉我独醒”的冷静和飘逸。在每个地区的经销商会议上,格力电器始终把宣贯诚信的经营理念放在首位,要求广大经销商本着诚信的原则去服务顾客,让他们感受到格力的诚信渗透在每一个细小的环节,把格力的企业文化传播到每一个角落。

亮点二: 老总亲临会场

格力电器28个销售公司遍布华夏大地,珠海到最远的销售公司辗转几千公里,但细心的读者都不难发现,朱江洪董事长或董明珠总裁的身影几乎出现在了每个片区的经销商会上,综论空调业发展前景,言词纵横捭阖、深邃精辟,给广大

经销商无限的信心和勇气。

亮点三: 与会人数多

9月初,安徽经销商会议召开,参加会议的经销商达1300多人,是当地其他竞争品牌的近10倍! 500人、600人的格力经销商会议更是比比皆是。据不完全统计,全国参加格力经销商会议的人数多达近万人,这是国内乃至世界上任何一个空调品牌无法比拟的,上演了空调业的又一部“神话”,格力的综合实力当然可见一斑。

亮点四: 奖励额度大

奖励汽车在空调业早已不是新鲜事,但奖励经销商几十万的高档车,你肯定又是第一次听说。在9月26日的广西经销商会议上,广西的优秀经销商做梦也没有想到,开完会,自己就可以开着价值26万元的



- ① 董明珠总裁(中)在广州销售公司王韦权(左)总经理的陪同下参加广州地区经销商会议。
- ② 深圳销售公司组织经销商畅游九寨沟。
- ③ 400多名江西经销商欢聚一堂,共商新年度发展大计。

天籁轿车和16万元的标致轿车回家。据了解,各地销售公司对优秀经销商的奖励额一般在几百万人民币。

亮点五: 开旅游两不误

格力的经销商会议会址很多都选在了名山大川,如福建经销商会议在武夷山召开,江西经销商会议在庐山召开,让广大经销商能够在会后放飞心

情,饱览祖国大好河山。深圳销售公司一看自己境内没有什么名山,但也“不甘示弱”,会后分批组织广大经销商携手共游四川九寨沟。

销售公司动态

“爱心接力”活动受各界好评

本报讯 为进一步支持社会慈善公益事业,帮助弱势群体,国庆黄金周,厦门销售公司举办了“爱心接力”活动,受到社会各界的高度好评。

活动期间,凡是现场捐款给彩虹基金的消费者,均可获得彩虹基金爱心回馈卡一张。

消费者凭此卡在永乐店购买任何一款格力空调时,均可享受爱心回馈价。

活动当天,许多热心消费者都将自己手中的善款投入到捐款箱中,20元、50元、100元……,热闹的场面令在场的工作人员感动不已。全部捐款已

格力送节能知识进社区

本报讯 10月19日上午,由湖南省科技厅主办的“2005年湖南省建设节约型社会大型科普进社区”活动在长沙华海广场启幕。湖南销售公

司作为空调企业的唯一代表应邀参加。

在本次活动中,湖南销售公司特别制作了“节能是一种责任”、“节能是一种美德”等

大型宣传展板及大量节能、如何识别节能标识等宣传单页,得到了湖南省科技厅有关领导的高度评价和肯定。

(湖南销售公司 易宏军)

新年度商用空调培训忙

本报讯 9月底,广州销售公司商用空调产品培训在广州销售公司新办公楼会议室举行,来自广州、佛山区域的100多人参加了培训。

此次培训得到了广州销售公司的高度重视,总经理王韦权、副总经理李方和多次亲临授课现场。珠海商用空调技术部和经营部的师沈军、陈志刚和卢丽莎等为学员授课。

培训过程中,学员热情高涨,授课讲师通过主讲、问答等多种方式使培训内容形象、生动,容易学员接受,师生之间的互动交流良好,现场气氛

十分活跃。

李方和表示,讲师的认真负责和学员的仔细用功,让广州销售公司有决心有信心在新年度加大商用空调的开拓力度,争创销售新高。

又讯 深圳东莞惠州三地06年度格力中央空调产品培训会9月下旬在深圳顺利召开。培训会上通过文字、图片、录像等形式,形象生动、深入浅出地展示了格力中央空调产品的特点与技术优势,为销售人员提供了有力支援。(广州销售公司和深圳销售公司联合供稿。)

成功只需要一点点勇气

冯少辉/文

半年前，大家并不认识谁是曹祥云，是干什么的？长得什么模样？他和格力电器的其他员工一样，并没有什么不同，但今天，我们都认识谁是曹祥云，我们都知道“叉车王中王”是谁，为什么？是他的勇气让我们知道了他。

他第二次出发上北京挑战前，我和他聊天，问他最初报名参赛的原因，他说是受到一个用叉车开打火机节目的启示，一个女孩说她能挑战这个项目，他想：为什么我不能试一试呢？结果就报名了。对第一次挑战“开啤酒瓶”失利，我问他这次再去你不害怕吗？他说不害怕。就是抱着这种勇于尝试、勇于挑战的态度和信念，他最终

两次在央视现场挑战成功，为格力电器争光，也实现了自己的梦想。

虽然只是一个活动，但要在央视这样的舞台上现场挑战，还是需要勇气的。在这一点上，我们要向曹祥云同志学习。我们公司有很多开了多年的叉车司机，论技术也许不比曹祥云差，但我还是对他们说：“你们要向曹祥云学习，你们若有了曹祥云这般的信心和勇气，你们也能做到。”

目前，公司正在开展各种各样的质量月活动、劳动技能竞赛、减员增效、降成本等活动，这是公司提供给我们员工发挥自己能力的最好机会，我们也可以对自己说“为什么不

试一试？”，也许在参与的过程中，你的潜力就得到了充分发挥，也能够成为“装配能手”、“焊接能手”或“创新能手”，这期间，我们需要付出什么？只是需要一点勇气。

有个故事是这样的：一位叫马维尔的法国记者去采访美国总统林肯。马维尔问：“据我所知，上两届总统都想废除黑奴制度，《解放黑奴宣言》也早在他们那个时期就已草就，可是他们都没拿起笔签署它。请问总统先生，他们是不是想把这一伟业留下来，给您去成就英名？”林肯回答：“可能有这个意思吧。不过，如果他们知道拿起笔需要的仅是一点勇气，我想他们一定非常懊丧。”马维

尔一直都没弄明白林肯这句话的含义。

林肯去世50年后，马维尔才在林肯致朋友的一封信中找到答案。林肯在信中谈到幼年时的一段经历：

林肯的我父亲在有一处农场，上面有许多石头。正因如此，他父亲才得以以较低的价格买下。有一天，他母亲建议把上面的石头搬走。如果主人就不会卖给我们了，它们是一座座小山头，都与大山连着。有一年，他父亲去城里买马，他母亲带他在农场里劳动。他母亲说：“让我们把这些碍事的东西搬走好吗？”于是他们开始挖那一块块石头。不长时间，就把石头给弄走了，

因为它们并不是父亲想象的山头，而是一块块孤零零的石头，只要往下挖一英尺，就可以把它们晃动。

林肯在信的最后说，有些事情一些人之所以不去做，只是因为他们认为不可能。其实，有许多不可能，只存在于人的想象之中。

读到这封信的时候，马维尔已是76岁的老人，就是在这一年，他正式下决心学汉语。据说3年后的1917年，他在广州旅行采访，是以流利的汉语与孙中山对话的。

希望曹祥云的事例和这个故事对大家有所启迪。



高原风光

钣金分厂·魏国强/摄

化蝶

林丽斌/文

“是谁擦亮了梦的眼睛，是谁拨动了心的琴弦，让思绪羽化成蝶？携着玫瑰色的芬芳，怀着丁香般的情节，沐唐风，浴宋雨，穿秦砖，越汉瓦，终于披着一身的美丽，停在你的窗棂。”阿斌在今晚的日记中是这样起笔的。

一个月前，在一次偶然的的机会，阿斌与格力结缘，从此，心中便多了一份憧憬。

从“拿来主义”——拿着笔和本子到处请教、学习和旁听，到自己的亲身实践，期间来自领导的小小提点和同事的无私交流都让阿斌时时感受到格力的魅力。

阿斌说，格力不是校园，但不亚于校园，她的开放性和包容性总会让人胸怀“激扬文字，指点江山”的激情，不断地鞭策

自己去学习、去创新。在格力，阿斌找到了那种阔别已久的感觉，为自己每天的一丁点进步欣喜不已。是啊，还有什么比成长更快乐的事了呢？

“透过柔和的灯光，那常常在梦中令我心跳的身影终于清晰地印在我的眼帘。轻轻地闭上眼睛，让风儿继续地亲吻着我的羽翼，一首优美抒情的旋律渗透如雾如纱的夜幕，在我的天空里缓缓上升。”阿斌继续写道。

阿斌很喜欢现在的团队，每天，她总能听到一个声音在她耳边萦绕：“我的人生将从这里开始蜕变！”

每一个清晨，当她同这个美丽的城市一起苏醒时，她总会深情地告诉自己：“又是新的一天！”提醒自己要用更加积

极、合作和欣赏的态度去尝试每一天，用一颗感恩的心去感受周围的人和事。

阿斌坚信，成功在于积累，总有一天，她会在这片惬意的土壤中，犹如蛹一样，破壳而出，化成一只美丽的蝴蝶，飞向蓝天，抖落一地美丽。

“我扇动着羽翼，轻轻扑打着你的窗棂，透视着你执着坚定、傲视群雄的目光！谁说蝴蝶不能飞越沧海桑田？谁说蝴蝶对蛹的依恋会在破茧而出的瞬间消失？在这百花酣睡的夜晚，你的名字——格力，在我的心田里鲜绿地蔓延生长，一如我的缠绵。”阿斌用细腻的笔触缓缓收笔。

夜深了，记事本从阿斌手中轻盈地滑落……她睡着了，甜美而安静。

格力人的快乐与自豪

曹祥云/文

2002年，我19岁，带着自己的梦想和追求来到珠海这个美丽的海滨城市。因为没有一技之长和很高的学历，一开始一直没有找到自己满意的工作。正当我万分沮丧时，是格力电器如“慈母”般接纳了我。

刚进公司，我被分配到成品库做搬运工作。由于我工作认真与努力，2003年10月，我被成品库推荐去珠海市质量技术监督局培训学习开叉车。很快我便通过了培训并拿到叉车驾驶证，从此成了一名快乐的叉车驾驶员。

每天驾着叉车在仓库里如鱼得水般工作时，我默默告诉自己，只有努力工作，才能接近自己的梦想，实现自己的梦想。

今年四月，我第一次报名参加央视《想挑战吗》节目。由于第一次面对上万名观众，心情太过激动与紧张，导致挑战失败。但我没有气馁，我相信

“有志者，事竟成”。七月，我再次回到挑战舞台并挑战成功。站在舞台上领奖时，主持人问我我是来自哪的，我非常自豪地告诉他们：“我来自珠海格力电器！”现场旋即响起热烈的掌声。

今年九月初，我应邀参加央视“状元360”叉车王中王的比赛。这次去北京，再次让我感受到身为格力人的快乐与自豪。在与来自其他省市的叉车高手自我介绍时，我指着房间里的一台格力空调说：“我来自格力电器，这台空调就是我们公司生产的。”真想不到，大家都知道格力电器在珠海，这些叉车司机都很羡慕我，还纷纷希望在比赛时穿上我带去的印有“格力空调”字样的衣服。他们说，穿上“格力空调”字样的衣服，要是格力电器的领导刚好看到了，他们或许就有机会进入格力电器工作了。

乡思

陈瑞瑞/文

夜深了，
象征着城市活力和繁华的
汽车声、机器声、嘈杂声……
渐渐地、渐渐地消失在
弥漫着都市人气息的空气中。
山巅上俯视着
都市进入了短暂的沉睡，
凝望着天空皎洁的圆月
今晚显得分外明亮，
摘一片树叶
轻轻地随风飘去，
载着我的思绪飞向
故乡的天空。
在一个春风拂面的下午
一群小孩随风奔跑在田野间，
欢笑声夹杂着稻花香
弥漫在空气里，

春风携带着笑声和花香
荡过田边的小河。
对岸杨柳迎风颌首微笑，
像是向河里嬉笑的水鸭助兴，
又像是向田野里
无忧无虑的小孩招手。
不远处菜籽花开，
鲜黄的花海里传来
另一群小孩的追逐嬉闹声。
远处隐约传来大人的呼喊声，
随风飘荡在风里，
忽强忽弱……
故乡的稻田、故乡的风
故乡的花、故乡的树
故乡的鸭、故乡的人，
还有随风飘荡着的我的思绪
汇成了一缕淡淡的乡思……