

2005年11月15日出版
 总第157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

- 格力电器员工生活区开工 (2版)
- 安徽探索渠道创新模式 (3版)
- 透视信息时代的一周生活 (4版)

我国在空调超低温制热和节能技术上取得重大突破

格力超低温多联中央空调达到国际领先水平

本报讯 一种广泛适用于北方寒冷地区家庭用户和新增住宅采暖需求、在超低温气温下制热效果优越、十分节能省电的新型中央空调 11月在格力电器问世并成功下线。当天，在由国家建设部、发改委等部委有关部门和中国制冷学会、中国制冷工业学会等权威机构专家联合组织的科技成果评估会上，这种中央空调被专家们评为达到国际领先水平。

这种中央空调的专业名称为 DigitalHeating 数码涡旋

超低温空气源热泵(空调)多联机组”。它的成功问世，不但能有效解决我国北方寒冷地区的冬季中央空调制热和采暖效果差的技术难题，而且大大提高了中央空调的冬季制热和节能技术水平，使我国的中央空调在冬季制热和节能技术上一举达到世界领先地位。

“国际领先”6年唯一

据悉，建设部科技成果评估结果分为4级：国内先进、国内领先、国际先进、国际领先，

其中国际领先为最高级别，指技术水平达到国际同行业前三位并有重大的技术创新和突破，从1999年至今的建设部科技成果评估项目中，还没有一项获“国际领先”评级，格力超低温数码多联机组是6年来内中国唯一被评为“国际领先”的产品。

权威专家高度评价

与会的建设部建筑节能专家委员会委员、中国建筑学会暖通空调委员会主任委员、中

国建筑科学研究院院长吴元炜表示，目前市场上无论是家用空调还是中央空调，到了零下15度左右，其制热量已经衰减了50%，也就是制热功能基本无法正常使用，而格力超低温热泵中央空调可以在零下25度的超低温环境中稳定可靠地运行，并且能效比达2.2以上，目前国际上没有任何一台中央空调机组能达到这一水平。

建设部科技发展中心常务副主任张庆风表示，格力电器此举顺应了国家推行循环经

济、建设节约型社会需求，为解决国家采暖难题提供了强大的技术支持，将为国家的节能事业做出了贡献，建设部将联合相关部委今后向全社会推广使用。

推广至家用空调

目前，格力电器已经将这一超低温制热和节能技术应用到家用空调产品中，不久，适用于北方寒冷地区的格力超低温制热家用空调也将陆续投放市场，以满足北方消费者的需求。(详情请见5至8版会议特刊)

广东省副书记、省长黄华华在格力电器调研时指出：

大力推广格力电器自主创新经验



本报讯 11月7日上午，广东省副书记、省长黄华华在珠海市委副书记、市长王顺生及省直有关部门负责人的陪同下，到格力电器进行考察调研，他深入格力电器研发中心和生产一线，对格力电器在自主创新、科技研发、企业文化和企业文化建设方面取得的成绩给予充分肯定。他希望格力电器进一步做强做大，进一步

扩大出口量，努力打造世界一流品牌，尽快实现世界第一的目标。

在格力电器董事长朱江洪和总裁董明珠的陪同下，黄华华省长饶有兴趣地参观了格力电器展厅、生产线和研发中心，认真听取了朱江洪董事长关于公司自主创新、科技研发、质量管理等方面的工作汇报。当了解到格力电器自主创新、不断抢占空调技

术制高点，拥有700多项专利，空调技术领先国际水平时，黄华华指出，自主创新能力不强，是我省发展的最大弱点，珠海市要认真总结格力电器提升自主创新能力的经验、好做法，在全市宣传和推广，力争打造出更多全国名牌产品，提高核心竞争力，增强发展后劲。

考察结束时，黄华华省长发表了考察感言，他指出，格力电器很“不错”，在三个方面特点很突出：第一是自主创新，格力电器很重视科研创新，有很多是适应市场、老百姓欢迎的新产品，有的还处于世界领先水平，正因为有自主知识产权，所以格力电器的竞争能力很强，并超过了其他竞争对手；第二是管理很好，一到车间参观就知道，格力电器的管理绝对上去了，具有世界一流水平；第三是格力电器很注重企业文化，注重对员工的培训。

黄华华表示，格力电器完全有条件有能力不用很长时间就可以做大做强，他祝愿格力电器把市场做得越来越好。



黄丽满参观格力电器

本报讯 11月4日，广东省人大常委会主任黄丽满、秘书长林惠俗一行专程到格力电器参观。

当得知格力电器自1996年上市以来融资仅7亿元，而累计分红已超过14亿元时，黄丽满表示，在目前中国资本市场不景气的背景下，像格力电器这样注重保护投资者权益的上市公司非常少见，上市公司应该向格力电器学习，如果所有上市公司都能做到像格力电器这样，那中国资本市场的环境将会有很大改变，投资者对中国上市公司的信心也将大增。

《财富》最具影响力商界女强人榜出炉 董明珠再度榜上有名

本报讯 11月14日，最新出版的美国《财富》杂志，公布了2005年全球50名最具影响力的商界女强人(美国以外)排行榜，去年入选其中的格力电器总裁董明珠今年再度上榜，位居第48位。

《财富》杂志是这样评价董明珠总裁的：格力电器从一个小型的制造商，发展成为在家用空调上领导世界的大型家电企业，并实现了持续增长，董明珠功不可没。”

今年已是美国《财富》杂志连续第五年评出全球50位商界女强人。中国内地和香港地区共有6人上榜。《财富》杂志对商界女强人的评定主要依据以下标准：所领导的企业或部门在全球市场中的重要性、在公司掌控的权力、职业生涯轨迹以及对于文化和社会的影响。

评论员文章

自主创新 成就国际品牌

微软、欧莱雅这些国际品牌之所以长盛不衰就是因其在技术上垄断性的不断更新；掌握创新的主动权，抢占公众关注、成本、市场各种优势，指导行业发展——藉由自主创新，成就金字招牌。

毋庸置疑，大到一个国家，小到一个企业，如果不掌握核心技术和自主知识产权，不具有自主创新能力，就把握不了未来发展的主动权。

格力的目标是成为世界制冷行业的领军企业，由规则执行者成为制定者，完成由中国制造到中国创造的跨越，最终实现从中国自有品牌到世界知名品牌的跃升。“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”，低温热泵数码多联机组的成功只是开始，应当以此为契机，不断增强科技创新能力，大力提高核心竞争力，实现企业长远和谐发展。

格力电器员工生活区正式开工



朱江洪董事长在员工生活区开工仪式上致词。

本报讯 11月12日,阳光明媚、秋风飒爽,随着一串欢快的鞭炮声响起,格力理想家园——格力电器员工生活区建设项目正式奠基,近千名一线员工见证了这一历史性的一刻。

朱江洪董事长在开工仪式上致辞,并督促设计单位、施工单位和公司的基建办紧密配合,使得员工生活区按时、按质、按量完成,让广大员工尽早入住格力乐园,更好地享受天伦之乐。

据悉,第一批工程将于明年8月完工,届

时广大员工即可分批入住。所有工程将于2007年3月全部完工。

(格力电器员工生活区效果图详见第4版)



▲ 简单而隆重的开工仪式。

相关链接

朱江洪董事长在开工仪式上的讲话

各位员工、各位施工单位代表:
早上好!

今天,在这阳光明媚、秋风飒爽的好日子里,我们举行了简单而隆重的格力电器生活园区的奠基典礼,期盼已久的生活园区终于在一片喧闹声中开工了!

十多年来,在全体员工的共同努力下,我们从零开始,发展成为一个国内外闻名的大型企业,创造了人间的奇迹。但是员工的生活设施一直落后于生产的发展,使得很多员工上下班难、休息难,生活也极不方便。多年来,广大员工体谅公司的困难,默默地承受着这种困苦,我在此向这些员工表示深深的歉意。

公司也一直在积极寻求一块好地,把我们的生活设施建起来,使之与生产的发展相适应。

终于,在市政府的大力支持下,给我们划出了今天这块地段。这块地段环境优美,后面有郁郁葱葱的鹅槽山,前面有

滚滚东去的前山河。依山傍水,坐北向南,真是一块风水宝地。能够在这种优美的环境下生活,真是精神爽利,干劲倍增。

生活园区规划投资2亿元,总建筑面积达到12万平方米,可容纳超过一万人居住,有单身宿舍,也有家属住房。园区内将设有足球、篮球、网球、羽毛球,乒乓球、桌球等体育活动场所,还有一个标准的游泳池。为了方便员工生活,还将设立商场、餐饮等设施。为了保障员工的健康,园区将与医疗机构挂钩,设立医务所。同时,为了丰富员工的精神生活,还将设立图书馆、读报室、卡拉OK等,总之,格力生活园区将是一个功能齐全的一流的生活场所。

我们希望,设计单位、施工单位和公司基建办紧密配合,精心设计、精心施工,按时、按质、按量建成安居乐业的格力乐园,让大家尽早享受这里的天伦之乐!

谢谢大家!

德国 IKK 展 格力空调展风采



外国客商青睐格力空调。

本报讯 第26届国际制冷空调及通风产品展览会(即IKK展)于11月2至4日在德国汉诺威举行。这一届展会的IKK重点在于“能效”,以“能效和防止CO2直接和间接的散发”为主题

由于受到天气等原因的影

响,今年欧洲的空调销售并不如往年火热,各空调经销商都有或多或少的库存。然而,格力电器的展位依旧热闹非凡,拥有绿色健康功能的“绿”系列挂机、便于移动的移动空调、外形高贵典雅的“冰岛”和“天山雪莲”柜机、以及性能卓越稳定的GMV系列中央空调吸引了众多欧洲来宾以及其他地区的客户,纷纷驻足洽谈合作意向。

由于格力电器在国际市场上地位的不断攀升,不少的国际化竞争对手,如大金、三星、AIRWELL等公司的人员也慕名来到格力电器的展位,与格力电器工程师交流经验。

(出口部刘玉婷)

格力电器在伊朗发展势头迅猛

本报讯 11月11日,伊朗NIA公司总裁M.T.HNIA先生率经销商代表团一行20人到访格力电器珠海总部参观。黄辉副总裁对远道而来的客人表示了热烈的欢迎,并简要介绍格力电器的发展历程,特别强调了格力电器在品质控制方面的所做的努力。

NIA总裁表示很荣幸能与

短的一年合作中,NIA不仅将格力电器定位于全球化公司,更是在终端力推格力品牌,从目前市场回馈看来,证明当时选择格力电器作为中国空调厂家合作伙伴的决策正确。今后在格力电器的全力支持下,NIA公司誓将格力品牌在短期内发展为伊朗空调市场的前列品牌。

(出口部彭鸿)

格力电器蝉联

“全国工业重点行业效益十佳企业”称号

本报讯 由国家统计局等有关部门第二次评选的“全国工业重点行业效益十佳企业”日前亮相,格力电器连续两年榜上有名。

格力电器 2004 年实现销

售收入 138.33 亿元,实现净利润 4.2 亿元,同比增长 22.74%;净资产收益率为 17.24%。良好的经济效益使格力电器以优异成绩入选家用空气调节器制造行业“效益十佳”企业。

又讯 10月31日,中国对外贸易经济合作企业协会在重庆召开表彰大会,授予格力电器等 170 家企业“2004 年度全国外贸质量效益型先进企业”称号。(通讯员刘勇)

珠海企业发展研究会成立

董明珠总裁任名誉会长

本报讯 11月8日下午,由珠海市经济贸易局、暨南大学珠海学院共同发起的珠海企业发展研究会召开成立大会,会上通过了由格力电器为首的二十二家单位担任常务理事单位,董明珠总裁当选常务理事,同时被推举为名誉会长。

珠海企业发展研究会是基于促进珠海企业之间交流、增

强珠海企业与省内外企业对话、加强各方面沟通合作的宗旨成立的非营利性学术组织。通过其所提供的服务平台,整合政府机关的资源支持,利用高校师资力量和学术氛围,推动本地企业做大做强。

今年前三季度,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,在激烈竞争中实现了良好的效益。目前仅在珠海为格力电器配套的企业就有 120 多家,在南屏地区正逐步形成以格力电器为中心的产业群。此次出任珠海企业发展研究会常务理事单位,格力电器将更好地发挥龙头企业的带头作用,推动珠海企业发展迈上新的台阶。(张奕)

图片新闻

庄培副总裁深入基层开展先进性教育调研

格力电器第九党支部发动党员深入基层开展专题调研,认真听取了群众对开展先进性教育活动的意见和建议。图为支部书记庄培副总裁(左)以保先教育为契机,来到空四分厂生产车间,与员工交流谈心,将先进性教育的成果落到实处。(空四分厂许鹏)



安徽积极探索渠道 创新模式

编前语

格力电器不仅在生产制造上走在世界前列,在服务和销售的创新上也一直站在行业发展的最前沿。日前,格力电器在安徽率先探索出了一种全新的销售渠道——格力电器社区“5A”店。不同于大卖场合作的销售模式,也不同于专卖店的销售模式,它从一个全新的角度、更高的层次为空调的服务和发展实现了渠道创新。

空调业的老大——格力电器近期做了一件令业界惊叹的事:在安徽合肥地区快速建立起一种销售渠道创新形式——社区“5A”店。在短短一个月时间内,十家“5A”店遍地开花。作为一种全新的销售形式,社区“5A”店不仅在安徽地区,乃至全国都是独一无二的。

店名创新

什么是“5A”?A 第一:连续十年全国空调销售冠军;Absorbed 专心的:十四年专业制造,品质恒久如一,高品质的象征;Agreeable 令人愉快的:六年免费包修带给你零烦恼的快乐消费体验;店面装修和购物环境,使消费者感到

轻松愉快;营业代表统一的标准服务使消费者感到轻松愉快;Authentic 权威可信的:格力水准,行业标准;Allegiance 忠诚:对消费者忠诚,对经销商忠诚。

五个“A”的概念涵盖了格力空调产品本身的专业化性能优势和在长期的销售过程中的最佳服务优势诉求点。目前,“5A”已经通过了国家工商总局的注册,保证格力电器“5A”概念的权威和可信。

终端创新

格力电器社区“5A”店,区别于大卖场和专卖店,主要是小巧精致,单层营业面积一般在30平方米左右,最大不超过70平方米。尤其在选址方面,安徽销售公司根据所在商圈中的企业影响力大小,在城市的主要交通要道、视野开阔的或通往目标小区的必经之路上寻找合适的地点建设门面,比如小区的公共汽车站牌附近,菜市场、超市附近,小区的购物、休闲、娱乐区等人流集中地。

“低成本”和“高可信度”是“5A”店的最大特色。社区“5A”店由于面积小、在租区,租金就低,再加上销售公司整合

资源统一配送安装,省去各家经销商养人养车的费用。一方面,加快了服务速度和服务的专业化程度,方便了消费者;另一方面通过建立严格的价格控制制度,统一供货,统一价格,统一售后服务,确保了经销商的利益。

服务创新

在加强“5A”店的终端形象的同时,“5A”店同样要加强终端服务。社区店在试营业之前,统一招聘正规营业代表,开展了严格的专业导购培训,包括空调专业知识、各款机型性能讲解等。安徽销售公司要求所有的导购员不误导消费者,不欺骗消费者,提倡优质的售前服务,争做社区消费者的空调咨询专家。

理念创新

人人都是服务员。“我在给我们的营业代表和业务经理做讲座时说,空调工业是一种严谨的工业,同时也是道德工业,只有诚信、无私的人,才能制造出格力空调这样的好产品,只有把企业文化融入到产品服务中去,用人人都是服务员’的理念熏陶我们的终端营业代表,用品来树口碑,用真诚来



▲ 格力电器社区“5A”店正悄悄加快空调业渠道建设的新变革。

打动消费者,我们的服务才能叫做主动服务。”安徽销售公司总经理汪晓兵对笔者这样阐述了格力电器的服务理念,“消费者、经销商从我们的每一个服务细节都可以感受到格力的实力、魅力和魄力。”

记者手记

据国家信息中心9月21日发布的一份“2005年空调年度白皮书”显示,2005年有27

个空调品牌在市场上永久消失,占有监测范围内69个空调品牌的将近一半。在竞争惨烈的空调行业,谁掌握了渠道,谁就把握了成功。“新的竞争将会在三、四级市场展开,从安徽市场特点出发的,我相信5A店的前景是非常广阔的。”汪晓兵总经理对“5A”店的发展充满信心。

(安徽销售公司 陈婷婷)

勤奋拼搏勇攀 高峰

——上海销售公司组织全体员工畅游黄山

10月15日是个风和日丽的好日子,上海销售公司组织全体员工“勤奋拼搏,勇攀高峰”登黄山活动。此次活动之前所有员工为了表示自己坚定的决心,大家一致同意一起步行登山,不坐缆车上山。事实证明,这次的活动是非常成功的,达到了预期的效果。

在上山的途中,大家戴着

醒目的红色格力帽,浩浩荡荡五十多人的队伍形成了当天黄山一道独特的风景线,特别是在云谷寺攀至白鹅岭的一段路程,大家体现出了非凡的毅力和团结合作精神,真正体现出了上海销售公司的风貌。

午后的阳光拨开了萦绕许久的云雾,我们这才见识到黄山真面目。沿途而上的云谷景



区、北海景区、玉屏景区等,让大家领略到“黄山归来不看岳”的摄人美景。黄山是美的综合体,是天地造化的宠儿。随便一

处,或松或石,或云海或清泉,无一不美,无处不奇,置身其间,使人似觉得到了天上人间,不得不感叹大自然的神奇力量。

就是在这般美景中,大家接受了身心的洗礼:暂时抛开都市的喧嚣,呼吸着微甜的空气,对人生,对工作,都有了新的思考和感悟。“勤奋拼搏,勇攀高峰”不仅是上海销售公司此次登山活动的主题,更是上海销售公司生活工作中应该秉承的精神。

(上海销售公司 杨琪)

福建

重奖经销商美日出境游

► 出游的优秀经销商在日本合影留念。



继2006年度战略工作会议之后,福建销售公司再出新招,对2005年度的优秀经销商进行美国、加拿大豪华游或日本豪华游的奖励!全省约50余名优秀经销商怀着愉快的心情,于10月底到11月初参加了出境游并顺利回国。此次出境游奖励是福建销售公司继03年度奖励欧洲七国游及泰国游、04年度奖励澳洲游及港澳游之后的又一力举。

福建销售公司为鼓励和感谢优秀经销商在05年度的辛

苦工作和06年度淡季的大力支持,特推出本次出境游奖励活动。一方面让广大优秀经销商调整身心,另一方面又极大地增强了优秀经销商们对格力电器的忠诚度和专营格力空调的信心。

出境游极大地震撼了福建省内的空调经销商,也使格力电器的经销商们感到了身为格力人的自豪。各优秀经销商纷纷表示:一定尽心尽力完成今年的淡季销售任务。

(福建销售公司 何科武)

携手共创格力小家电美好未来

——江苏格力小家电代理商考察格力电器

本报讯 10月26日上午,江苏销售公司总经理江逸明率领江苏省13地市格力小家电代理商到格力小家电参观考察。

在格力小家电总经理许勇的陪同下,江苏格力小家电代理商一行先后参观了格力小家电有限公司、格力电器中山民众小家电制造分公司和格力电器企业文化展厅和生产产线。许勇总经理向客人一行介绍了格力小家电的发展情况,并就格力小家电发展战略、技术研发、质量管理、市场营销等方面与客人进行了交流。

座谈中,江逸明总经理代

表江苏销售公司向许勇总经理介绍格力小家电在江苏的销售情况,交换了2006年度江苏销售公司将深化销售渠道、加强格力专卖店建设,完善产品销售全过程的服务,新建一批格力形象示范店,与广大消费者建立更紧密沟通的工作思路。

在参观格力小家电新近投产的电饭煲、电磁炉、电风扇生产线时,客人对格力小家电先进的生产及检测设备表示了极大的兴趣,详细地询问了生产工艺及生产能力,并对格力小家电国内领先的全自动电饭煲、电磁炉电脑检测系统赞不绝口。其中来自南京和

苏州分别经营格力小家电九年和八年的代理商更是感慨地表示,格力小家电的发展印证了格力电器对小家电“做精、做强、做大”的发展战略,产品在设计和生产上的最高标准就是市场和客户的标准,是高品质保证,是格力小家电强有力的竞争实力和竞争优势。

参观考察后,江苏格力小家电代理商纷纷表示:对格力小家电的销售充满信心,将进一步加强格力小家电的销售投入,与格力电器携手共创格力小家电美好未来。

(小家电经营部 邱明锋)

信息时代

张奕/文

老张近来有些头大。老张在一家大型国企G公司上班，本本分分，是个再普通不过的老职员。G公司效益不错，许多管理方式都挺先进的。公司内部一些文书的传递都实现了“无纸化”，大事小事发个邮件就得。所以老张每天上班头一件事就是看邮箱。

星期一，牌友老陈发来一个邮件《亮牛奶喝不得》，说的是知名乳企亮亮用过的臭牛奶加工生产鲜奶。老张看了以后觉得好笑，心想人家亮亮是几十年的老字号，这些道听途说的家伙就不怕吃官司么？

星期二，老张一边吃面条一边看他的早餐伴侣《北乡日报》，一看之下大吃一惊：亮亮乳业涉嫌使用变质原料的新闻赫然在目！老张吃惊之余，暗自庆幸自家从来只认黑羊牌，黑羊老家在大草原上，牛壮奶鲜，就不会出这种问题。没想到一个题为《关于“变质亮亮牛奶返厂加工再销售黑幕”的一个评论》的邮件打破了老张的自鸣得意。邮件说，国内乳企的原奶在进入生产线之前绝大部分已污染严重，细菌超出国家标准几十倍，而所谓草原牧场不过是摆样子的。看完邮件，老张想，宁可信其有，以后改喝酸奶吧。

星期三，老张有些忐忑，看着那封《SLS可能致癌》的邮件，虽然觉得里面一一列举嫌疑洗发水和牙膏居心叵测，也不由得开始拼命回忆自家用的是什么牌子的。

星期四，有人揭发杨梅看似美味，实则包藏“祸心”，用盐水一泡就真相大白，“虫出不穷”。揭发者唯恐观者不信，还拍了好几幅虫子的特写。老张联想到前几天吃的杨梅，一阵作呕，想着不知道

的话吃了也就吃了，现在知道了又怎么样，心下不由得忿忿。

星期五，报纸辟谣，为“致癌牙膏”正名，所谓致癌全属子虚乌有！老张长出一口气。有了权威机构撑腰，他终于可以放心了，早就知道这些都是胡诌。瞄了瞄新送达的那封《可乐杀手报告》，老张更得意了，喝可乐喝到肾衰竭，你唬谁呢？

星期六，老张心情愉快，打算全家一起去看电影过周末。除了重大通知，其余的邮件都被他直接扫进了垃圾箱。快下班了，邻座看邮件看着看着突然“啊”了一声，说你们知道么，有人在电影院的座位上坐到一根针，旁边还附着一张纸条，上面写着：“你已经感染了爱滋。”正在收拾的老张心里打了个咯噔，看电影看到得爱滋，真的假的？

上馆子看见红通通的小龙虾让人垂涎欲滴，不幸的是这些虾黑榜有名，说是发韧于处理城市污水之用；不光牛奶用黑原料，牛肉也有口蹄疫之虞；易拉罐上面可能有致命的病菌；晚上十点就要睡觉，不然就等着过劳死……

这些让人神经紧张的温馨提示一个接一个，砸得老张头晕眼花。以前去超市买菜，呼啦啦一圈就打包回家了，现在是拿起又放下，非买不可的恨不得拿去全身检查；要特不理睬，又没那个胆子，吃进肚子的东西可不是闹着玩的；想装傻充愣、不看拉倒，又担心错过了惊世骇俗的造假大案。是进亦难、退亦难，那位忧郁王子的“tobeornottobe”，现在盘踞在普通人老张的心头。老张把这疑惑跟儿子讲了，儿子嘿嘿直笑，说：这就是信息时代，信不信由你。”

生活小品

人生是一道多彩的风景区，既有酸、甜、苦、辣，亦有悲、欢、离、合。那么，何以让年华多姿多彩，青春无怨无悔？惟有一种回答——热爱生活，善待生活。

生活是一篇高品位的散文，粗看上去似乎内容庞杂，宽泛无边，其实细读起来，“形散而神不散”——人与人，事与事之间存在着普遍的内在联系。

生活成就了一些人，也打败了一些人。生活有美好的一面，也有残酷的一面。其实，生活是无辜的，它只给你提供一个舞台，一个场地，一个空间。

懦夫视生活为恐怖的荒原，勇士视生活为汹涌的大海；懒惰的人视生活为小憩的沙发，勤劳的人视生活

生活短笛

许建宝/文

为充实的劳作。

在成功面前自然有人谄媚；在失败背后，当然会有人指责。春风的吹捧，远远使人沾沾自喜，浑浑噩噩；而秋风扫过，却使人冷静清醒，直面人生。

当你走红的时候，颂歌欢送你走过一条条铺满鲜花大道，称赞声簇拥你登上一个个金碧辉煌的殿堂；当你落魄的时候，冷眼射出的寒光，刺穿你的胸膛，你是否就此倒下？冷语放出的利箭，伤透你的心灵，你是否会从此一蹶不振？

面对失败的挑战，不要低头，不要犹豫，要知道成功是无数次失败的积累。弱者的可怕在于失败后的沉沦，强者的可敬在于失败后的奋起，也许“山重水复疑

无路”的时刻，恰会迎来“柳暗花明又一村”的契机。正如在坏的事情都有它好的一面一样，逆境对人们是有消极的一面，也必然有其积极的一面，我们要学会在逆境中反思，在奋斗中前进。

面对生命日复一日的苍老，何苦感叹夕阳是晚开的花、陈年的酒，岂知夕阳亦是迟来的爱、未了的情？冰心老人曾说过这样一句话：“无论什么事发生，生活仍将继续。”因此，“无论什么事发生”，我们都应保持旺盛的生活热情。热情是进取的原动力、心境的营养品。我们只要让热情始终燃烧，让自己始终处于一种兴致勃勃的状态，自会拥有生活中瑰丽的亮色。

浪漫的爱情留言

李斌/文

我在半工半读的时候，学校里人流最密集的地方应数第三教室，因为很多公共课都在那里上，人来人往。在第三教室一楼的入口处，有一块公用的黑板，大家可以用大头笔在上面写留言，发布寻物启事或者失物招领启事等等。

有一天，黑板的右下角忽然多了一行字，很多人都在围着看热闹，原来那上面写的是：婷婷，请于明天晚上8:30在校门口的雷锋像下面等我，如果你我之间心有灵犀的话，你当然知道我是谁，如果你连我是谁都猜

不出来，那我们就没有见面的必要了！”

第二天，原来的那行字的下面多了一行娟秀的字体：亲爱的，我当然知道你是谁！为了方便起见，请于今晚8:45来女生楼下接我，请手捧999朵玫瑰并高呼我的名字，这样我就会很快来到你身边，不见不散。”

那天晚上，很多满怀好奇心的男男女女在女生楼看看故事里的男女主角到底是谁，可是等了半个晚上却没有任何令人激动的场面出现，于是大家纷纷咒骂

是谁搞的恶作剧，恨不得抓出来打一顿云云。

谁知道次日清晨黑板上又多了一句话，显然是那个男生写的：亲爱的，如果我只剩下一块钱了，我该给你买一朵玫瑰花，还是给自己买一个面包呢？”于是，大家的好奇心又被激起来了，不知道“婷婷”会选择浪漫还是先照顾那个可怜男生的肚子？然而，第二天，还是那种娟秀得令人心动的字体，但她的答案却让所有的人拍案叫绝：亲爱的，你应该先去买一支大头笔，不然我们怎么联系呢？”

格力人的理想家园即将诞生



员工生活区全景图



▲ 员工宿舍楼前的游泳池和网球场。



▲ 功能齐全的员工活动中心。