



奋进新征程 勇担新使命 格兰仕集团召开庆“七一”暨上半年工作总结大会

本报讯 在中国共产党成立 101 周年之际,格兰仕集团党委、中山厂区党委组织开展了多种形式的庆祝活动。7 月 1 日上午,集团组织召开 2022 年上半年工作总结会议,集团董事长兼总裁梁昭贤带领格兰仕各经营单位、职能部门核心骨干一起学习百年党史,汲取奋进力量。当天下午,两厂区党委召开庆祝建党 101 周年大会,组织全体党员及入党积极分子学习贯彻广东省第十三次党代会精神,激励广大党员发挥战斗堡垒和先锋模范作用,奋力开创格兰仕高质量发展新局面。

“只要心中有信仰,脚下一定有力! ”作为国家电、民族品牌,中国社会经济细胞的一分子,在党的坚强领导下,格兰仕创业四十多年来,发扬斗争精神,克服各种困难挑战,几次实现成功转型。在每个时期,格兰仕都一直强调以人为本,格兰仕人都能自强不息,抢抓机遇,实事求是,真抓实干,牢记初心使命——努力,让顾客感动!

在上半年工作总结大会上,梁昭贤董事长要求全体骨干把党史学习教育融

入日常工作,鞭策大家一定要认真走好新时期的赶考之路。梁昭贤董事长指出,我们身处佛山顺德和中山,更是大湾区其中的一份子,我们要引以为荣,更要重新自我定位、奋发有为,用汗水和智慧,因地制宜,真抓实干,开拓进取推动各项工作。面对新的历史机遇,我们要有新的斗争精神,首先要勇于跟自己斗争,在勇于担当和勇于斗争中强化理想信念,提高自我认识、自我定位、自我要求。

征途漫漫,惟有奋斗。会上,梁昭贤董事长要求,每一个经营单位和职能部门对于上半年工作都要认真、严谨、客观进行总结。首先要以问题为导向,敢于暴露问题,善于暴露问题。其次,要以结果为目标——各项工作做得怎么样? 哪些做好了,哪些没做好? 为什么没做好? 要多问几个为什么。同时,董事长特别强调,各单位要强化组织协同性,团结一切能够团结的力量,通过实事求是的总结,制定出下半年更加行之有效的行动方案。

思路决定出路。梁昭贤董事长对当

前经济形势和产业机遇进行了研判,对下半年工作提升方向明确提出了指导意见:

第一,要认清形势,坚定信心。接下来的挑战空前,可能面对各种不确定性。但是,经过改革开放,中国形成了最强大的供应链,中国经济的韧性全球最强。近期国家一系列新的利好政策,也为企业增强了发展信心和动力。一颗红心,做最好的准备、最坏的打算。

第二,发展是硬道理。只有发展才能破解各种前进中的问题和挑战。有条件要发展,没条件创造条件去发展。要有各种保障措施和保障体系,要真抓实干,做一个真正合格的奋斗者。

第三,一切追求效率。做制造、做营运、做管理,都要拼效率,以效率优先作为工作总原则,追求结果。

第四,要调动一切能够调动的要素,要发扬格兰仕人团结一切力量的精神。

第五,要围绕效率继续推进组织优化,打造格兰仕新的竞争力。

第六,要强化销售的驱动和引领作

用。中国市场、海外市场两个销售体系都要增强一马当先、万马奔腾的责任感、使命感,以销售为引领,全方位引进来、走出去,各个品类、各个项目发展都要上规模。

第七,围绕质量、成本、效率,生产系统要为销售系统创造一切有利条件,让销售在内外贸两个市场上一马平川。

第八,全产业链要开足马力满负荷生产,大生产全方位推动好大销售,各个项目要全力保障大发展,不但要持续发展,还要高质量发展。

在两厂区党委召开的庆祝建党 101 周年大会上,格兰仕中山厂区党委书记梁敬强为两厂区党员讲授了“全面学习贯彻广东省第十三次党代会精神”主题党课,进一步增强党员干部的责任感和使命感。格兰仕集团党委副书记、中山厂区党委第一书记邹能基发表了总结讲话,勉励格兰仕广大党员在新时代做到“讲政治、有信心”“讲规矩、守纪律”“讲道德、有修养”“根植人民、务实清廉”“敢担当、善作为”。

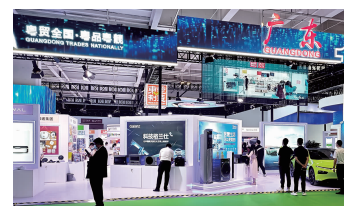
“科技格兰仕”亮相兰洽会 参加“粤贸全国”供采对接,展出“宇宙厨房”高端健康家电



本报讯 第二十八届中国兰州投资贸易洽谈会(以下简称“兰洽会”)于 7 月 7 日—11 日在甘肃兰州举办,广东省副省长张新率广东重点企业团参加,有力推进“粤贸全国”工作开展。格兰仕作为本次兰洽会广东省代表团智能家电领域的龙头企业,在展览会上展示了“宇宙厨房”场景及系列航天级高端健康家电,包括 DR 空气炸微波炉、RT 微蒸烤一体机、“格兰仕·匠”系列料理锅和 IH 电饭煲等,生动传达了格兰仕坚持科技创新、打造可持续的健

康生活方式的初心使命。

据介绍,本次兰洽会展览环节对促进甘肃及周边西北地区的营销市场有着非常积极的促进作用。开展以来,格兰仕甘肃营销中心线上和门店销售额较平常都有一定程度增长。7 月 8 日,兰洽会专场活动广东甘肃两省经贸交流暨“粤贸全国”(甘肃)供采对接洽谈会在兰州举行。会上,在广东、甘肃两省领导的见证下,格兰仕甘肃营销中心与甘肃经销商签订销售目标意向书,共同推进西北家电市场拓展。



格兰仕投入 1000 万元 助容桂公办小学全面实现“舒心睡”

本报讯 在 6 月 29 日顺德区容桂街道举行的第二季度民生项目专题视察活动中，学生午休问题成为“焦点”和“亮点”。格兰仕集团大力支持容桂公办小学午休设施配置项目，投入资金约 1000 万元，因地制宜，一校一案，为 21 所公办小学定制午休床，让学生从过去的“趴着睡”全部实现“躺着睡”，为孩子们高质量的午休提供有力保障。

走进容桂容里小学，教室的三面墙边均安装了午休折叠床，午休时课桌被推到教室正中央，学生们打开折叠床即可一人一床躺着入睡，安全又舒适。

得益于容桂“大工委”制试点，作为“大工委”兼职委员的格兰仕集团党委副书记、副总裁邹能基领办的项目聚焦教育，着力容桂公办小学午休设施全覆盖与容里中学全寄宿改造项目一期（宿舍楼）工程。



格兰仕集团为容桂所有公办小学捐赠午休设施

为了改善容桂小学的午休条件，解决学生家长急难愁盼问题，从项目招标到设计安装，邹能基和容桂相关职能部门全程积极参与，包括参观中标企业的车间设备，确保折叠床的原材料和配备符合小学生需求，为孩子们高质量的午休提供有力保障，实现容桂公办小学午休设施全覆盖。



容桂公办小学学生午休实现“舒心睡”

教育是一项民生工程，也一直牵动着格兰仕人的心。格兰仕的使命是打造可持续的健康生活方式，关心青少年的健康也是企业的社会责任之一。

比业务 学技术 赶先进 2022 年格兰仕集团职工技能竞赛圆满开展



邹能基副总裁(后排左六)为“2022 年格兰仕集团职工技能竞赛”优胜者颁奖

本报讯（通讯员 余佩莹）劳动创造幸福，技能成就未来。为培育产业技能人才，提高职工技能水平和综合素质，激发职工“比业务、学技术、赶先进”的热情，2022 年格兰仕集团职工技能竞赛于 7 月 7 日下午在顺德总部圆满闭幕。

大赛前期经过初赛激烈的角逐，电器配件制造部、磁控管制造部、模具制造部多名选手以优异的成绩进入了决赛。决赛分为机电能手、钳工巧匠、消防达人等几个板块，在不同比赛项目，选手们纷纷使出百般功夫，全力以赴地赛出最高水平。

在机电一体化决赛现场，选手需要通过编写 PLC 程序、调试传感器、接 PLC 输入输出点等操作考验，快速完成

编程、接线等流程，纷纷展示了自己的专业能力。

紧接着是“钳工巧匠”决赛环节。在评委的一声令下，大家迅速进入竞技状态，全程专心致志，根据题目心无旁骛地绘制 3D 模型，在比赛中展现出娴熟的技术本领。

消防技能竞赛分为水带连接、干粉灭火器灭火两大项目。面对在安全范围内逐渐扩大的火势，参赛队员全力以赴，通过水灭、粉灭两种方式快速而熟练地进行灭火操作，在规定时间内就完成消防任务。

经过激烈的角逐，磁控管制造部同事施相以微弱优势获得“机电能手”第一

名，“钳工巧匠”第一名由磁控管制造部同事陈抒濠获得，电器配件薄膜继电器队的陈小宁、杨京国、蔡丹丹则赢得了“消防达人”第一名。

在颁奖仪式上，格兰仕集团党委副书记邹能基对本次赛事举办表示肯定，并激励职工们要不断审视自身的差距，加强理论知识的学习，来适应快速发展的高新技术；同时提高操作技能以跟进新型设备的发展，为格兰仕发展做贡献。



机电能手竞赛



钳工巧匠竞赛



消防技能竞赛



竞赛优胜者合影留念

关于对二〇二二年上半年工作中取得进步人员进行表彰的决定

为了鼓励先进,营造比学赶超的工作氛围,特对在二〇二二年上半年的各项工作中取得进步的人员进行表彰,具体名单如下:

- 一、集团职能部门及工贸公司
- 1、总裁办:梁翠玲、杨前春、黄丽灵
 - 2、财务中心:何细珍、冯照文、梁倩铭
 - 3、人力资源部:李梅、冼铭斌
 - 4、法务部:罗菖
 - 5、海外市场管理部:陈玉霏
 - 6、秘书二科:李哲、卢就强、刘海锋

- 7、信息技术中心:黄家洪、刘海、黄明拓、鲁敏芳
 - 8、后勤管理部:梁敬强、叶菊兰
 - 9、花洲废旧物资管理科:黄雪园
 - 10、工贸:解伟、魏慧丹
- 二、销售条线
- 1、电子商务部:王秀洋、江银龙、黄绍明、王海山
 - 2、生活电器营销本部:吴毅、周先红、袁恒星、张锋、刘青松

- 3、外贸各区:庄瑞玲、曹诗鹏、陈凯宾、潘秋霞、许玉梅、姚铭舒、邹文杰、黄会芳、何晶晶、蒋宇恒
- 三、生产系统
- 1、微波生活电器:屈蒋军、徐华锋、赖建、冯艺雄、王文举、王昌义、刘伦权、毛建平、宋庭月
 - 2、B8 车间:蔡雄雄、黄斌
 - 3、空调制造部:蒋林
 - 4、洗碗机制造部:王晓花

- 5、洗衣机制造部:陈灿彬
- 6、电器配件制造部:熊智康、刘敏、徐治权
- 7、电子元件制造部:张孝峰
- 8、磁控管制造部:谭玉清、何元胜、邓维林

特此表彰!

集团考核委员会
二〇二二年七月七日

继航天微波炉入编《好德食》教材 格兰仕“宇宙厨房”烹饪课堂快步进入校园



格兰仕“宇宙厨房”烹饪课堂在容桂瑞英小学揭牌

本报讯 (通讯员 李扬帆) 近日, 格兰仕“宇宙厨房”烹饪课堂在佛山市顺德区容桂瑞英小学揭牌, 与“好德食”共创课程项目携手, 为学生开辟烹饪劳动教育的“第二课堂”。

容桂餐饮行业协会会长、容桂青少年成长促进会会长、“好德食”课程主编罗兆波表示, 格兰仕集团的大力支持, 不仅让课程分外生色, 更丰富了课程的内容, 让学生

们更深刻了解他们引以为豪的家乡品牌与先进技术。

《好德食》儿童劳动美育读本系列丛书由容桂育美教育集团、容桂青少年成长促进会、容桂餐饮协会等共同研编, 格兰仕品牌、航天微波炉、微波美食烹饪等知识入编。

目前, 该读本已在全顺德各大新华书店门店上架, 校园、社区也将陆续发放。随

着教材的普及, 格兰仕向容桂共创课程“好德食”课程开展单位容桂育美教育集团旗下学校捐赠一批微波炉, 用于师生日常叮热饭菜及在烹饪基地的实践中, 为同学们的学习、生活提供便利。

2021 年 5 月 29 日, 格兰仕负责研制的世界首台航天微波炉随着天舟二号货运飞船进入太空, 7 分钟就可以完成三名航天员的一餐主食, 神舟十二号、神舟十三号、神舟十四号的航天员都享受到格兰仕“宇宙厨房”提供的烹饪服务。

为了推进航天科技全民共享, 格兰仕落地“宇宙厨房”, 立足航天微波炉科技成果, 打造集成、高效、节能、绿色的健康饮食



格兰仕捐赠微波炉推进烹饪劳动教育基地建设

烹饪和分享空间, 陆续面向国内市场推出 DR 空气炸微波炉、R80 蒸烤烤一体机等一系列航天品质健康家电。

在教育改革的背景下, 格兰仕的航天技术成果也逐步走进全国中小学生课堂。响应国家“中小学生学做饭”教育号召, 格兰仕联合义务教育阶段学校和相关专业机构发起“宇宙厨房”免费烹饪课堂教学活动, 积极贯彻落实国家对青少年劳动教育的意见要求。

目前, 格兰仕“宇宙厨房”烹饪课堂已在云南、河北、山东、广东等地举行多场活动, 为当地义务教育阶段学生带去一堂堂别开生面、妙趣横生的烹饪教学。



格兰仕携手“好德食”美育课程助力义务教育

打造“靠得住、信得过、打得赢”的人才队伍

格兰仕商学院多维度系统化培训精准赋能业务

本报讯 (通讯员 郑晓妍) 格兰仕商学院作为集团的人才培养培训中心, 紧密围绕企业战略发展需要, 构建格兰仕人才培训体系, 通过复制优秀、培养优秀、赋能优秀, 打造“靠得住、信得过、打得赢”的人才队伍, 为企业提质增效、转型升级夯实人才基础。

2022 年上半年, 格兰仕商学院通过制定标准化、流程化的岗位能力培训项目, 已完成近 200 门课程开发、30 余名讲师培养、5187 人次培训。

全方位建立人才培训机制, 打造学习型组织

商学院依据集团总体发展战略和人力资源战略, 推动和组织公司培训体系的建设, 目前已经建立了多层次、全方位、全模式、全系列的培训体系。通过培训需求、课程设置、师资力量、学员选拔、效果跟踪等方面筹划, 从“新员工”“在岗员工”“管理干部”三个维度开展人才培养培训, 为每一个维度的员工量身定制成长计划, 提供标准化的技能夯实训练、和个性化的能力提升解决方案, 帮助员工实现职业梦想。

为了确保员工与企业的快速同步成长, 有力推进公司的战略实施、业务发展, 除了提供一系列新人入职培训课程, 帮助新员工快速适应公司文化融入公司, 商学院还设置了“在职岗位标准制定与胜任力”的培训, 并承担起对集团中高层管理者培训的规划、组织和实施工作, 全面打造学习型组织。

关注新员工成长, 帮助“新血液”快速适岗

今年初, 格兰仕商学院联合微波炉

制造公司建立“技术培训操场”, 为一线技工量身定制一套完整的岗前培训计划, 让每一位新入职的技工感受企业文化、学习安全制度、了解工艺品质并上手学习岗位操作技能。通过从衣食住行指引、到认知理论学习、再到岗位操作练习, 千名新技工从“不会”到“会”, 实现快速上岗。

除了一线新人入职技工培训体系的标准提升, 商学院还增设各版块新职员在入职前三个月的通用化培训辅导, 从入职迎新、团队融入、拓展团建、到问题解析、胜任提升, 让各部门新人相互探讨交流、分享经验并共同学习成长, 在让每一位新格兰仕人都能够充分发挥自己的优势。

持续深化微波炉产业链“全员技工化”

自 2021 年开始, 商学院从基层管理团队着手, 与微波炉制造公司协同打造精品车间“金牌线长”, 提升线长综合素质, 充实生产一线的基层管理力量。今年起, 启动“星火计划线长训练营”, 共计开设包括管理技能提升、品质改善提升、精益改善与线体管理实战、团队建设与管理提升在内的四个阶段 36 个课程, 以结构化、标准化、系统化训练线长管理能力。

按照企业人才培养梯度要求, 今年 2 月起, “砺剑启航新入职技工岗前训练营”“在岗一线员工燎原计划”等也相继在微波炉制造公司启动。培训分为持证上岗培训、“V”点岗专项提升、骨干和多能工培养等, 着力提升一线员工的技能、综合素质, 带动一线员工朝着“普工-关键岗位-产业技工-工程师/基

层管理”的规划发展, 充盈集团制造端“毛细血管”。目前, 微波炉制造公司已

有 3000 余人接受相关培训。

主播、客服及业务团队培训, 全方位赋能

为了全方位赋能业务, 商学院还开展了丰富的内外销培训课程。

为外贸团队定制的“鹰系培训”项目, 有针对性的以业务工作流程设计分层级学习计划, 初阶业务人员《青鹰计划》通过 20 节课程着力进行基础夯实, 中阶业务人员《飞鹰计划》经过 16 堂课重点进行业务技能提升, 高阶业务人员《领鹰计划》蹲马步管理修炼, 让外贸主管系统化学习“自我管理、业务管理、团队管理”体系, 通过大量练习作业高效定目标、追过程、拿结果。

“格兰仕新入职主播速成上镜”“闪亮新主播打造”等课程, 针对性培养新店电商主播人才, 通过产品知识巩固、产品使用指南拓展、美食 DIY 等基本功和附加能力的培养, 提升主播带货能力。针对客服, 除了产品培训外, 还开展售前客服销售转化提升培训, 制定逻辑话术标准, 采用模拟演示、反复练习的方式, 提高客服解决问题能力和服务满意度。

“发展要靠创新, 创新要靠人才!” 梁昭贤董事长多次在不同场合强调。全方位的人才培养, 进一步打造企业竞争力, 是格兰仕对人才培养的期望, 也是企业可持续发展、推动科技转型的基础保障。格兰仕商学院立足业务, 精准赋能, 综合培养员工文化力、学习力、创造力, 持续推进人才培训体系建设, 让人才成为提质增效、转型升级的第一生产力。



商学院“动力启航”新职工培训



新技工通过岗前培训了解产品结构



制造单位系统推进全员持证上岗

“中国芯”突破！ 跃昉科技 NB2 高端处理器 荣获 NICT 创新产品奖



本报讯 近日, 在“2022 国际 AIoT 生态发展大会”上, 由跃昉科技自主研发的高端应用处理器 NB2 荣获新一代信息通信技术 (NICT) 创新奖。NB2 是业内第一款基于 RISC-V 架构的边缘智能高端处理器产品, 已应用于国家“新基建”。

新一代信息通信技术 (NICT) 创新奖的提名领域包括 5G、AI、传感器、AIoT 芯片、AIoT 方案、工业互联网、新型显示、物联网、机器人等, 旨在表彰拥有国内外领先技术、发明专利、具备鲜明的创新特色的企业及产品。经过 3 个多月的提名及评审委员会的评分, 从几十家提名企业中, 最终评选出了 12 款创新产品。

跃昉科技由格兰仕集团和前谷歌 CTO 江朝晖博士发起, 主要面向工业物联网、安全等行业领域, 提供从操作系统到云平台的全栈基础智能软件服务, 并旨在通过融合人工智能、工业物联网、区块链等交叉领域技术为中国数字经济的创新应用赋能。

跃昉科技 NB2 定位高端工业级应用的 RISC-V SoC 芯片产品, 面向智慧能源、智慧物流、智慧城市、智慧工厂等工业物联网应用, 可支撑丰富工业物联网边缘侧高端应用, 满足高性能、高可靠、低功耗等严苛需求。

业内人士指出, NB2 在性能指标上处于同类产品领先地位, NB2 基于 RISC-V 架构, 规避了授权风险, 同时以优异的性能、工业级的品质为中高端嵌入式边缘应用提供了安全可靠的方案。

精准把握全球市场变化需求 格兰仕海外销售条线推行扁平化管理

本报讯（通讯员 李文健） 为更好地适应海外市场精细化运营的需求，海外市场管理部向集团提报新的海外销售条线组织架构申请。集团充分研究后批准，7 月 1 日开始，整个海外销售条线设立 7 个业务区，分别为北美区、太平洋区、欧洲一区、欧洲二区、欧洲三区、印度洋区、大电区。新的架构按细分市场进行针对性布

局，以组织变革有效适配外贸发展战略，以管理变革全面夯实海外市场基础。

有力提升资源配置效率

此次外贸业务组织架构改革，根本出发点是提速增效，通过市场细分、精耕细作方式响应全球市场变化，加大全球市场开拓的力度、广度和深度。7 大业务区下辖 75 个业务组，不仅覆盖市场范围扩大，

服务各地市场客户的工作也能做到更深入、更细致、更到位。细分市场责任到人，确保高效响应不同国家及地区的差异化、多元化市场需求。

内部协同和作战能力增强

新的组织架构高度扁平化管理，减少了不必要中层管理流程，不仅提高业务决策效率，降低市场信息传递过程可能出现偏差

的风险，各业务组目标责任也更加明确。通过细分市场落实主体责任，一线业务团队的主观能动性得到更加有效的释放。

自 7 月 1 日正式运行新的管理模式后，微波炉和大电的接单总量较 6 月份同期均有增长。海外销售条线顺势而为的组织变革，为下半年稳外贸、大生产创造新动力。

海外市场欧洲三区： 严肃落实四“多”策略，守住年度增长底线

本报讯（通讯员 黄维斯）“整个上半年，虽然实现了金额的增长，但是我们的市场占有率还不够高。”7 月 7 日，在集团组织召开的 7—8 月工作规划会议上，欧洲三区区长潘秋霞表示，下半年将以“多想办法、多条腿走路、多渠道渗透、多品类发力”的四“多”策略作为主要工作思路，全力保障完成年度增长目标。

2022 年上半年，潘秋霞带领海外市场原微生二部实现销量 222.77 万台，虽

然上半年销量同比下滑，但产品单价及销售结构调整发挥积极作用，加之上半年汇率对出口利好，销售额同比增长 8.27%，其中法国大区、土耳其及北欧大区均增长 50%以上。“虽销售额较同期保持增长，但是订单量及市场占有率与目标仍有较大差距。”潘秋霞说。

下半年，欧洲三区团队将围绕四“多”策略严肃推进整体业务工作。俄罗斯以及东欧市场上半年出现大幅下滑，下半年要

全面追平到去年同期水平，其中俄罗斯市场要“多条腿”争取实现增长。在客户群体方面，本土品牌、本土零售、自主品牌需多渠道发力。在产品品类方面，微波炉、电烤箱、冰箱、洗衣机多品类发力，其中大电品类将充分把握国际性品牌退市的机遇，积极扩大市场份额。

潘秋霞表示，上半年工作虽仍有欠缺，但这些不足将转化为进步的空间。

海外市场北美区加拿大组： 不想输、不认输、不怕输

本报讯（通讯员 黄维斯）“整体结果差强人意”是海外市场北美区加拿大组主管曹诗鹏对上半年工作的总结。上半年，曹诗鹏所负责的区域市场业绩完成率 83.29%，同比增长 20.37%，增长主要来自冰箱品类，微波炉的业绩不同预期。

在集团 7 月 7 日组织召开的 7—8 月工作规划会议上，曹诗鹏对团队工作结果存在落差的部分指出了“避重就轻”的思维导向问题，并提出下半年的系列工作，要以“不想输、不认输、不怕输”的精神，全力以赴按集团部署的各项指标完成任务。

曹诗鹏表示，为求经营质量突破，忽略了一切业务工作都是以订单为基础的

基本逻辑，与核心客户谈涨价工作跨度太长，长到甚至超过一年，导致上半年错失了部分订单机会。此外，业务动作不够果断、紧凑，也令少数核心关键的零售项目迟迟未有进展。

“认清形势，坚定信心”是集团上半年总结工作会议中强调的第一点，也为北美区加拿大组指明了方向。纵使海外环境存在通胀高位、需求放缓等不确定因素，认清市场差距、客观分析、找准方向仍是北美区加拿大组眼下“破局”的关键。

40 万台，是曹诗鹏为加拿大组拟定的三季度目标。为了确保目标达成，曹诗鹏和团队就工作思路调整达成共识：

第一，找准客户，选对产品。针对“中

间商”重点突破，做好产品规划，跟进高质量服务。

第二，挖掘比较优势，强化有效沟通。把工厂现有的产业链、供应链能力转成开拓客户、增加订单的优势，密切与客户的交流，让客户感受到格兰仕对货期、产能、质量等各方面高度重视，强化格兰仕品牌的可靠、可信赖形象。

第三，做好三季度海外出差拜访规划，开展一轮客户“应访尽访”动作，尽可能挖掘可以实现增量的目标客户，不放过任何一笔潜在订单。

曹诗鹏表示，销售人员应生来好胜，不想输、不认输、不怕输，才能找到机会实现突破。

生活电器营销本部刘青松： 奋进向上，深耕线下市场

本报讯（通讯员 白宇星） 2022 年上半年，格兰仕微波炉中国市场线下业务板块发货数量、单价、金额都实现了正增长。这个成绩，来之不易。

“情绪和工作状态是会互相影响的，只有先做好自己，才能更好的引导和影响到各位同事。要保持发挥带头表率作用。”生活电器营销本部线下业务部长刘青松要求自己时刻保持清醒，每次在团队面前都是饱满的状态。正是这种状态，让他和整个线下团队攻坚克难，取得新突破。

刘青松是通过 2014 年“向日葵”计划加入格兰仕的，经过 8 年的历练，成为生活电器线下团队主管。格兰仕给了他充分成长的机会和平台。

“问心无愧，尽力而为，得失自知，奋进向上！”这是刘青松的座右铭。他清楚地认识到，面对当前充满不确定性的市场环境，必须要有一支敢打硬仗、能打胜仗的队伍，必须识人所长、用人所长，对于看好的人才，必须充分支持、给足动力。

刘青松坚持定期盘点线下业务团队，对 104 名线下业务团队成员状态时刻关

注，并根据市场需求推进不同地区业务人员轮换，力争在合适的市场将每个人的特长发挥到极致。

今年以来，只要是利于线下业务发展的需求，刘青松都及时予以回应。吉林营销中心 6 月份与欧亚谈定一个 3000 台的紧急团购订单，由于客户选中的机型在当地没有货源，他加急从总部调配货源、争取到物流“绿色通道”，确保了该笔订单在客户预定时间内达成。

“每天的市场都是一个新的市场。”刘青松认为，只有拥抱变化与挑战，敢于创新，才有可能实现业务发展。而带领团队转变的首要一点，就是自我转变。

刘青松坚持每天下班后抽出 1 小时，进行行业案例总结与自身思路梳理，力求开拓思路，更有效指导团队，规划线下业务创新发展。

在 KA 系统销售下滑的情况下，刘青松和线下团队将业务关注重点转移到各区域 NKA 系统及核心地标门店的销售数据，并以月度为单位制定差异化主推方案。为确保 2022 年各品类指标达成，针对部分区域代理商布局单一、客户思维固化、无效客户规划等

现状，刘青松推进各地营销中心持续全面招商，2022 年上半年线下合计开发新客户 12 家。

随着整个线下业务团队工作思路的转变，线下代理商逐步实现转型，从过去的关注发货、关注传统 KA，到关注异业分销渠道，主动制定分销指标，广开通路，全渠道发力。

每月月初，刘青松代表总部对线下业务部的月度核心工作进行部署，明确指标，给出标准、持续对标、及时反馈。在整个过程中，刘青松与团队每位成员保持实时沟通，及时了解其工作状态，随时进行问题疏导，并在每个项目或是月度的结束之后，给出准确的执行评价反馈，还主动带领团队进行复盘，在复盘提升、寻求增长点。为了更好促进线下每月发货工作，刘青松每天坚持清晨 7 点给营销中心明确目标，9 点核对需求，对于进度异常中心一一对标，及时解决问题。

“有始有终有反馈”、“凡事有交代、件件有着落、事事有回音”是线下业务团队对于刘青松的评价。

生活电器市场部周先红： 奋斗步履不停

本报讯（通讯员 黎虹芳）“幸福是奋斗出来的！我至今还记得第一次见到总裁时他说的一句话，铿锵有力，掷地有声，这句话后面也一直成为我工作前进中的信念与动力。”2019 年，周先红加入了格兰仕这个大家庭，成为生活电器营销本部市场部负责人。

加入格兰仕后，周先红从活动策划、终端 SI、市场推广等板块逐步完善市场部职能，依托过去十年多的工作经验，带领团队策划并落地了多场新品发布会、异业内购会、品牌跨界营销活动，全力支持线上线下销售。

2020 年，受新冠肺炎疫情影响，家电行业线下门店的经营也受到影响，为帮助线下客户快速打开市场，周先红带领市场部转变思路，通过线上直播赋能线下市场。2020 年 2 月份，周先红与团队带着主动尝试、积极探索的心态在合肥商场搭建直播间，并联合安徽、上海、江西线下全渠道试点社群直播，出乎意料的效果不错，取得了良好的开端。磨刀不误砍柴工，周先红与市场部团队迅速总结经验，优化策略，并积极以直播赋能推动线下渠道零售，同时在疫情期间以直播的形式成功落地了十多场分销商会议。更有意义的是，不断探索的过程中，团队也积累和沉淀了自己的直播方法论。

在工作中，周先红也一直坚信，业绩与成果是奋斗出来的，不仅要奋斗，也要随“机”应变、顺势而为。疫情发生以来，市场部传统的营销职能在疫情下困难重重，线下门店的流量流失加快，直播电商迅猛发展。在集团指导下，周先红和整个团队感知到了这个变化，也在第一时间做出了改变。

2020 年 7 月份，在集团的大力支持下，生活电器营销本部主导，市场部执行，在格兰仕中山厂区搭建了专属的直播场地，采购专业直播设备，并组建了专业的直播团队，开始以直播赋能线上电商，解决传统电商重浏览轻互动的痛点。

从传统市场部职能到新电商业务，外人看到的是一个敢拼敢干的“女强人”，而周先红清楚自己肩上背负的责任与期望。2021 年，市场部实现了天猫、京东、拼多多等传统电商平台直播全覆盖，同年底全面向新电商直播领域进军。除了稳定的品牌自播以外，周先红也带领着团队不断探索达人带货，在抖音、快手平台搭建起格兰仕达人体系。

在转型这条道路上，周先红和市场部团队一路披荆斩棘，勇往直前。近两年，市场部经历从市场推广到直播销售，从线下直播到线上直播，从传统电商到新电商的几次转型，在抖音、快手、微信等社交电商平台搭建起了“品牌直播+内容种草带货+头部达人带货”的销售矩阵，同时不断完善后端的店铺入驻及运营保障。

每一次归零重启，周先红在新的道路上都保持着激情与冲劲。今年“五一”劳动节，周先红被黄圃镇总工会评为“最美巾帼奋斗者”。荣誉增添责任，更催人奋进。周先红相信，奋斗是每个格兰仕人骨子里的基因，每一个格兰仕奋斗者微小却让人无法忽视的光芒汇聚在一起，会让“国民家电 民族品牌”格兰仕越来越闪闪发光！

格兰仕中国市场线下团队： 以归零心态、攻坚姿态稳增长

本报讯 (通讯员 白宇星)“归零·顺势而为”是 2022 年格兰仕中国市场 328 年会的会议主题,也是格兰仕中国市场新年度工作方针。

“环境在变、需求在变,我们要把心态归零,重启奋斗之路,顺势而为,转型突破,在新时代占据一席之地。”在集团战略方针的指导下,格兰仕生活电器营销本部中国市场总监吴毅和线下业务部部长刘青松带动线下团队积极转型。上半年,31 个营销中心积极转变思路,通过拓新渠道、增强服务等办法,在充满挑战的环境下实现了新突破。其中山西、河北、黑龙江、辽宁等营销中心表现较为优秀。

山西营销中心： 异业合作带动微波炉业务增速领先

面对线下市场的变化,山西营销中心团队认识到仅仅依靠代理商的传统销售通路已经无法满足分销需求,必须要广交朋友、广撒网,充分发掘相关业务跑道,开拓异业合作。为此,柳志刚制定了山西团队异业周指标:每周每人实现 1 个现场客户拜访,每周每人实现 5 个电话异业寻访(包括但不限于礼赠、石油、煤矿、医院、房地产等行业)。

2021 年年底,山西团队得知山西医科大学第一医院要采购一批办公室设备,并从侧面了解到客户的消费需求较高。于是,山西团队在跟进业务洽谈时,就选择了一批中高端微蒸烤一体机作为竞选采购品,并积极为客户多次进行实机操作演示,最终签定了 45 台微蒸烤一体机 Q5C 的异业采购订单。这个小小的成功,让山西团队认识到,异业采购不只是中低端产品有市场,高端产品也有市场。

“做了不一定有结果,但不做一定没结果。”柳志刚及其团队决定对新的业务跑道竭尽所能。今年 2 月,山西团队又与山西某矿产企业达成合作,实现分销微烤一体高端微波炉 AD\AC 共 3066 台;3 月,与山西石油公司达成 1000 台烤箱异业合作;4 月,与神利超市达成 340 台微波炉 HP3 异业合作;6 月,与山西某地产公司达成 150 台微蒸烤一体机 RT 异业合作……

柳志刚在总结异业合作经验时,归纳为以下几点:第一,格兰仕是微波炉第一品牌,品牌力要远高于同行;第二,在客户选品过程中,格兰仕团队服务的及时性以及渴望成交的韧性特别打动客户,让客户相信格兰仕团队会做好后续的交货和售后服务;第三,团队的主动联系与沟通,也给合作各方留下了很好的第一印象。

也正是因为异业合作的有力带动,山西营销中心微波炉上半年发货量同比增长 54.8%、发货金额同比增长 120.3%,稳居全国前列。

河北营销中心： 用勤奋的脚步跑出无限可能

“河北是全国最勤奋的团队之一。”这是线下业务部部长刘青松对于河北营销中心团队的评价。

对于河北的每一个小县城,每一个



山西营销中心经理柳志刚(左)、业务经理侯冀城(右)走访终端门店



黑龙江营销中心经理刘志刚(中)与业务经理郑盼(右)、盖宇(左)在商讨市场方案

可能产生销售的门店,河北团队都保持着每月走访一遍、每月沟通一遍的业务服务,以确保销售货源不中断、销售问题不遗留。

河北区域有哪家天猫优品店要开业?哪家天猫优品店是销售最好的?哪个京东专卖店准备重装开业?哪个卖场可以增加微蒸烤销售品项?对于这些市场信息,格兰仕河北团队总是最先知道,了解最多。他们认为,销售渠道的开拓机会,渗透在生活的方方面面。比如,看到有带货主播在美食店采集素材,高玉翔都会走到门店去主动添加主播联系方式,表达合作意向,介绍格兰仕产品。去烘焙店买早餐,看到烘焙店在销售面包胚子,就马上与找门店老板探讨是否可以与格兰仕烤箱组合销售。去药店买药,看到药店在销售一些中高端器材,也尝试着与老板沟通能否同步出样一些格兰仕健康家电……“细水长流的销售我们也很重视,只要我们布局的网点多多,星星之火也可以燎原。”高玉翔说。

高玉翔身体力行影响着团队的每一位成员,阎晟、赵学锋、孙少通、周燕也已经习惯将业务工作渗透到生活中的点点滴滴,只要有一丝销售的可能,绝不会错过和放弃。

河北团队在高玉翔的带领下分工明确,中心所辖区域每个地级市都有对应的业务经理进行跟进,并对分销目标负责,以周为单位进行工作进度反馈,及时发现、解决问题。为了保证与代理商的密切沟通,高玉翔每个月都要与对应业务经理进行河北区域 6 个代理商的逐一登门拜访,一方面针对性响应客户的业务服务需求、确保合作顺畅,一方面及时解决客户面临困难、消除客户发展顾虑。

石家庄拓昂商贸有限公司是刚刚与格兰仕合作不足一年的新客户。该公司负责人表示,之所以与格兰仕建立合作,除了品牌因素,还因为河北团队足够勤奋,对于客户足够负责,我们总是可以在卖场中看到格兰仕团队的身影,这是我们见过最勤奋、最负责的品牌团队。



河北营销中心团队认真复盘上半年度经营情况(左 3 为中心经理高玉翔,左 2 为业务经理阎晟)



辽宁营销中心经理张春辉(中)与业务经理关开(右)、刘洋(左)商讨促销方案

拓昂商贸公司与格兰仕老客户中美公司也是合作伙伴,该负责人去中美时,总是看到阎晟,错以为阎晟是中美的业务人员,没想到是格兰仕的业务经理。

赵学锋是负责衡水区域的业务经理。为了让当地的新客户可以快速把握市场,赵学锋与新客户的操盘手天天一起走市场,一起拜访门店,一起开拓新的销售渠道。

正是因为整个团队的勤奋耕耘,河北营销中心的各项业务在全国都保持领先。

黑龙江营销中心： 咬定目标不放松，越是艰难越向前

门店关闭,渠道拜访频次降低,活动开展因疫情受阻,代理商库存压力大,导购员期盼着复工……2022 年上半年,受疫情影响,哈尔滨各商场陆续停业 43 天,大庆、佳木斯、牡丹江等主要城市大部分时间实行封闭式管理,黑龙江整体市场销售工作出现不同时间段、不同社会层面的间断性。但是,整个黑龙江营销中心团队从未离开过市场,“我们绝不允许疫情间断性影响到业务工作的正常开展,因为代理商需要,促销员团队需要,顾客也需要”。

越是困难,越要保持冷静和清晰的工作思路。黑龙江营销中心团队坚信:风雨之后,一定会看见彩虹。

关于终端门店销售的突破问题,黑龙江团队首先积极与代理商和系统沟通,利用前期意向客户积累及老顾客回访,建立微信群开展秒杀活动,每一个业务负责一个系统,统一型号、统一价格、统一方式,逐渐激活了销售热度。同时,借助系统的力量,通过门店主推,全员带单,与其他品牌联动,逐渐恢复到了疫情前的销售。在制定活动方案的过程中,方案细则在黑龙江团队办公室的白板上写了擦、擦了又写,一遍遍论证、优化,只为了能够在活动开展的时候,不漏掉任何一个顾客。

受疫情影响,新零售及传统渠道网

点的门店装修,装一阵,歇一阵,活动断断续续,一些店家都在等待疫情的结束。对于黑龙江团队来说,更重要的是避免让网点的消极情绪影响到格兰仕销售。通过与代理商洽谈,黑龙江团队制定了打包套餐、礼品加赠等多个方案,同时帮助网点与社区、医院、志愿者服务中心、公安机关、交警中队等战斗在抗疫一线的单位建立联系,在最艰难的时刻,让格兰仕的健康家电能够给这些“抗疫英雄”带去温暖。

对于异业分销,黑龙江营销中心团队深知其重要性及必要性,积极通过多方联系,与美团优选、橙心优选等电商渠道,顺丰、蜂鸟配送等快递渠道,中国石油、中国联通等企业单位,佳明佳、李家小馆等餐饮行业建立异业合作关系。黑龙江团队坚信,只有多频次、多通路的不断摸索,通过不断积累,一定可以完成预定目标。

正是源于全体成员和合作伙伴的不懈努力,2022 年上半年,在市场充满挑战和不确定性的情况下,黑龙江营销中心团队仍然取得了微波炉发货金额同比增长 51% 的成绩。

辽宁营销中心： 大破大立，晓喻新生

面对市场的巨大变化,2022 年上半年,辽宁营销中心不得不淘汰了一些不肯接受新思路、不能成功转型的客户,其中包括做了近三十年的老代理商。

不破不立,破而后立。为了实现发货与零售的稳定增长,辽宁团队针对本地区的市场进行了重新洗牌和布局,着力引进能够积极应对市场变化的合作伙伴。

富信威尔有限公司,由于操作品牌很多,起初对于与格兰仕的合作并不重视。辽宁中心经理张春辉多次拜访,从市场发展形势到格兰仕操作前景,一一进行分析。一次次的拜访,一遍遍的商谈,终于打动了客户。

为了扶持新客户快速融入格兰仕业务体系,张春辉和业务团队采取了轮流蹲守富信威尔的办法,规定每天都要有一个业务经理到客户办公室,面对面进行业务解答、培训产品、规划发货和活动落地等帮扶。从选品到物流,一步步教会客户操作格兰仕业务。细致的服务打动了客户,加快了双方团队的融合,持续提振合作信心。

半年来,辽宁团队内部精诚团结,紧密配合,带领客户克服了一系列市场销售难题。3-4 月期间,按辽宁省疫情防控要求,多个城市都处于半封闭状态,中心经理张春辉居住的小区也被封闭隔离。当时正处于客户发货的关键时间点,为了确保业务工作正常开展,带给客户信心,辽宁营销中心团队每天带着电脑和文件来到张春辉居住的小区外,大家隔着高高的蓝色铁皮围挡和护栏进行会议沟通和办公。在 6 月份与公安系统内购会中,对于对应门店没有导购员,辽宁团队从早 8 点一直蹲守到晚 12 点闭店,不放过每一个销售机会。为了带动客户开发渠道网点,重视异业活动,开辟新零售门店,业务经理每天早出晚归深入各个乡镇去洽谈合作。整个团队,从中心经理到业务经理,都充分利用自己在行业的积淀和人脉,支持客户扩大分销、开拓网点。以促带销,正是因为分销通路的增加,辽宁营销中心上半年取得了微波炉发货量同比去年增长 31% 的业绩。

洗碗机制造部：“五大抓手”推进从严管理提效降本

本报讯 (通讯员 李扬帆)在集团组织召开的 7-8 月工作规划会议上,洗碗机制造部部长王晓花分享了洗碗机制造部上半年工作总结。立足于“从严管理、提效降本”的基本点,洗碗机制造部将综合以人、机、料、法、环五大抓手,更加系统、高效、精准开展下半年工作。

“五位一体”布局下半年工作

第一,围绕“人”,从严管理、从严整顿,抓好基础管理工作。洗碗机制造部整体从上至下,要求全员改变思想、改正作风,首先要求主管起好带头作用,对工作信息、通知等积极回应,主动作为。与此同时,洗碗机制造部《考勤管理制度》、《车间早会规范》明确引导基层管理干部从严把控,快速反应。

第二,围绕“机”,进一步推进生产线升级改造,提高设备 OEE、优化作业方式。洗碗机制造部引入了全球最先进的内胆自动线,以及代表国内先进水平的冲压连线。洗碗机制造部需要不断探索和优化原有作业方式,通过减少和整合作业工序、加大连续生产、平衡产线,并对现有生产线、设备进行有计划的升级改造,提高设备的综合效率。

第三,围绕“料”,清仓查库、优化供应,通过仓库合理划分区域,目标到人、责任到人推进信息化看板管理,确保前端把控、后端监督。在优化供应方面,洗碗机制造部核



王小花向梁昭贤董事长、梁惠强副董事长汇报洗碗机制造情况

心团队明确具体办法:一方面通过加强供应商前端管理,提升供应商的质量控制能力,优化检查方法,注重检查重要零部件的可靠性和重要性能项目。另一方面,内部加工供应优化,推进模块化,提高整体生产效率,减少周转和产品种类。

第四,围绕“法”,推进产线提效、优化物流。运用 IE 工序分析方法改善生产线,总预装主线岗位再优化,组件外移,继续瘦身,消除动作变异,推行物料拆包、定时配

送,确保员工连续作业,稳定产出节拍,提高产线效率。物流运输从流水式作业转变为单元式作业,配备标准工装物流车,增加内胆空中输送线等。

第五,围绕“环”,优化生产现场,打造花园工厂。多措并举提升改造生产现场,包括持续推进车间现场宣传及标识信息化,在作业区增加高空大风扇,打造小型的花园、果园、菜园等特色劳作区,为员工打造一个一流的工作、生活环境。

提效降本重点工作目标落到“实”处

在明确工作的着力方向和措施办法之后,洗碗机制造部制定了下半年重点工作目标。

第一,产出效率整体提升 20%。围绕岗位节拍优化、自动化投入生产、工件计件提效,建立异常快速解决机制、全员持证上岗等多个方面展开。总装线优化产线平衡率目标由 72%提升至 80%,人均工率提升 20%。

第二,成本下降 10%。通过技术降本、精益改善降本,降低报废、材料或部件自制化等 11 个工作专项分组开展。

第三,品质提升。开展提高检查员质量意识活动、外购零部件的质量提高活动、重要零部件厂家制造过程监控活动、市场品质 TOP5 改善活动等 4 项品质专题活动和 5 项工程品质改善项目。

第四,库存下降 20%。按需回货、精准生产;消化积物资,盘活库存;进口物资采购计划管控;订单推迟/取消,物料计划管控;超计划生产管控;供应优化;通用化、标准化进行推进,责任到人。

第五,规划 26 个研发项目。聚焦差异化、复合功能、功能一体化的产品开发。

王晓花表示,下半年洗碗机制造部将“团结一切能团结的力量,以结果导向,真抓实干,确保目标达成”。

一件件工作落实 一个个目标复盘

电器配件制造部以 KPI 为导向总结上半年得失、规划下半年目标



本报讯 (通讯员 丁轶坤)根据集团“两个会议”和“一个要求”,电器配件制造部于 7 月 4 日组织召开了半年度工作总结会,会上公布 1000 多个数据,包括产量、质量、效率、成本、投入产出、报废等,以全面的 KPI 数据达成情况分析各环节存在的不足。电器配件各部门、车间 50 多名主要管理骨干与会,以数据说话,结果导向、问题导向,实事求是总结上半年,认真严肃规划下半年。

电器配件制造部总监黄钊华表示,上半年,国际形势及外部环境发生翻天覆地的变化,集团及时采取了应对策略,但电器配件主要管理团队存在侥幸心理和观望态度,没能准确领悟集团的战略部署,没有深入认识和预判相关问题,没有快速落实去库存、去产能、降成本、控费用等一系列工作调整,部分管理指标出现下滑。

在深入剖析了上半年工作中暴露的问

题后,黄钊华强调,主要管理团队更要正视自身工作推进中存在的不足。之前大规模生产一直供不应求,大生产、大流水、大产出拉高了各项经营指标水平,甚至掩盖了粗线条的管理;但在订单不足、产能收缩情况之下,“老思想、旧方法”已明显行不通。

面对新形势、新挑战,结合上半年总结经验教训和行业自身的特点,电器配件制造部明确了下半年的六大工作重点和目标:

第一,回归经营本质,提质降废 50%。通过打磨产品质量,优化生产工艺,降低不良率及报废率,预计完成改善 15 项、专项改善 6 项,以 KPI 完成率评价能力和体现个人价值。

第二,提升效率 30%。以效率为驱动,以项目制、按时间节点、责任到人,把人均效率作为班组长管理最核心指标来考核,计划完成自动化改造项目 9 个。

第三,极限式降成本,技术降本 20%。成立“四个降本工作小组”全力推进降本工作,守住经营底线。盯紧材料成本和设计成本,分析产品结构,专人专案。

第四,清仓查库高周转,按订单生产、按

计划收货,严肃问责考核,以低库存、零积压、高周转、快流通作为计划管理的标准要求。

第五,优化组织结构,费用下降 20%。在提高生产效率的基础上,倡导多劳多得和一人多岗,消除不值值架构。采取指标分解和超额预警方法,开展自主维修和拆旧回用等降费措施。

第六,规划 13 个新品研发项目,有力推进全产业链实现元器件自主配套。以人人为中心,围绕管理层提高经营能力、班组中间层提升管理能力、基层员工提升操作技能建立三级培训体系。

为了确保下半年目标达成,电器制造部管理团队在工作方法上统一了共识:第一,强调目标细化分解,层层分解指标、层层分解到人。第二,围绕“质量、效率、成本和管理”成立工作小组,落实责任人。以项目制和时间节点,推动各项工作有序进行。第三,形成“每日检查,每周分析,每月总结”的跟踪管理模式,推动暴露问题,正视问题,马上整改,形成“比学赶超”的劳动氛围,通过解决问题不断提高团队整体工作信心。

磁控管制造部上半年总结及下半年规划

新起点新高度 全力推进年度目标任务完成

本报讯(通讯员 舒松华)自邹能基副总裁今年 2 月兼任磁控管制造部总监以来,磁控管各级管理干部聚焦“做世界一流产品”,以更高标准、更严格要求提升综合产能、产品质量和管理水平。各车间积极推动精益化生产、自动化再升级改造,持续提升工艺和改善质量,上半年各项工作取得显著成效。

上半年,磁控管深挖产能保生产提工效,产量创历史新高,月产量突破 350 万个,下线不良率同比下降了 11.84%。通过推进完成包括精密模具更新换代、氢炉管道安全生产改善等在内的多个革新计划与工装技改项目,磁控管制造部上半年变动制造成本同比下降 12.2%,投入产出率稳中有升,实现精益化生产,精细化管理。同时,各车间有效落实安全生产责任制,实行安全生产区域责任划分,执行网格化管理,修订完善综合应急预案流程指引。

“大家艰辛付出,有所收获,但还存在许多不足之处。面对新形势、新挑战,我们要结合上半年的经验教训和行业发展形势,不断总结,重新出发。”在邹总带领下,磁控管制造部明确了下半年的工作重点和目标:

一、革新创局再上新台阶。严格测试验证新结构磁控管,重点以 3.95 灯丝结构的测试验证。持续推进磁控管品质提升,磁控管波动、变频磁控管的质量改善,重点改善排气台引起的报废上升问题。

二、打造精品生产管理体系。推进降废提质项目,提升团队素质,车间质量全面管理工作宣贯到位。提升解决客诉问题效率,跟进售后不良品及售后数据分析改善。面对市场变幻,做好新供方、新材料开发评审测试工作。

三、持续推进设备自动化升级再改造。推进落实磁极 A 侧自动组装线、阳极筒装

配线、本体端子自动组装、Id 检测 2 工位改 4 工位、自动焊接端子项目,铆组件、铆电容合并流水线作业等。

四、质量提升 20%。实现“全员技工化”基础上,进一步推 100%掌握质量工艺应知应会、“一岗多能”人才培养培训。不定时组织内部管理干部学习,强化提升质量水平,遵循从数据分折到改善结果检查的管理方法,落实执行全员检验责任制。改善周转工具运输,减少管芯断灯丝报废;持续做好真空环境改善。

五、成本下降 20%。提倡设备配件拆旧翻新,修废利废;严格管控泡冒滴漏,责任到人;实行一人多岗或辅助方式降本提效;岗位作业标准化,简易化,减少人为报废;提高模具配件使用寿命,采用设备配件损坏后“合二为一”的维修模式;减少辅材使用量。



磁控管装配车间生产线

六、效率提升 30%。优化模具结构,采用智能化自动化取代人工,引入行业低成本高效率的生产方式。挖掘设备效能,优化提升改善设备功能,实现增效。

站在新起点上,磁控管制造以更加明确的高标准、高要求守正创新,精准发力,全力以赴推动年度目标任务完成。

“魅力佛山行”师生到格兰仕参观交流

本报讯 2022 年“魅力佛山行”技工职业院校体验营智慧家电线的师生代表们走进格兰仕集团顺德总部，深入了解家电产业优势与技能人才发展环境。

在格兰仕 4.0 科技体验馆，师生代表们与家电黑科技产品零距离交互，体验“宇宙厨房”航天家电产品的魅力。走进格兰仕智能制造车间，整齐有序的“小黄人”单线每 6.7 秒生产一台微波炉腔体的中国速度让师生们赞叹不已。

全国五一劳动奖章获得者徐文华、广东省劳动模范先进工作者黄醒民两位工程师“明星大厨”应邀参与互动交流，并在现场用格兰仕智能家电产品烹饪的各式美食，让师生们零距离体验健康家电带给现代生活的无限惊喜与美妙。

“人是格兰仕第一资本。格兰仕一直十分注重职业教育和技工培养，对于一线技工基础岗位及关键岗位员工，都会结合理论知识、实际操作形式，开展从产品知识、精益生产到自动化、信息化相关专业知识及技能的系统培训。”参观结束后，格兰仕校企合作负责人



“魅力佛山行”技工职业院校师生在格兰仕 4.0 科技体验馆参观

责人胡咸永向师生们详细介绍了企业文化、工作环境、生活配套及一线技工培养体系。

格兰仕是中国家电业第一个面向一线产业工人推行技工理念的企业，从

2013 年起开始在全产业链逐步推进“全员技工化”制度。格兰仕商学院成立后，更加系统推进一线产业技工人才的培养培训，为全产业链转型升级夯实人才基础。

格兰仕荣获“2022 中国家电创新零售优秀案例奖”

本报讯（通讯员 吴凯婷）消费升级潮流下，格兰仕通过坚持不懈的创新突破，以航天系列新型健康家电和“宇宙厨房”科技生活场景，引领新时代家电消费升级。7 月 12 日，在“无域 有为 共生”2022 中国家电创新零售峰会上，凭借在营销与零售领域所做的前瞻探索与创新，格兰仕荣获“2022 中国家电创新零售优秀案例奖”。

格兰仕世界首创航天微波炉自去

年 5 月底进入中国空间站，目前已相继为神舟十二号、十三号、十四号航天员乘组在太空的“一日三餐”保驾护航。格兰仕以科技烹饪改变厨房场景的探索并不止步于星空。基于航天微波炉等创新成果，格兰仕应用航天科技打造的“宇宙厨房”逐步走进千家万户，其集成、高效、节能、绿色的健康饮食烹饪和分享空间受到国民广泛关注。

宇宙象征着无尽的想象，格兰仕为“宇宙厨房”装配创新航天系列产品，打破家电、厨房与生活的固有界限。重新定义微波炉的 DR 空气炸微波炉、微蒸烤专业全能的 RT 微蒸烤一体机、融合生活美学的匠系列高端套系生活电器、智能空气洗的洗烘一体机等产品不仅切实有效地解决用户生活难题，满足用户对于美好生活的向往，也不断点亮国民的健康梦想。

格兰仕复古家电与国潮品牌梦幻联动

本报讯（通讯员 李扬帆）对于新生代年轻人而言，国潮不仅是消费热潮，也是专属于自我的生活方式与文化潮流。随着越来越多 Z 世代开始拥抱“国货”，“国潮”一词正不断被赋予更加丰富的内涵，也让以格兰仕为代表的国民品牌变得越来越潮。

7 月 16 日，由花城汇购物中心主办，U.T.M 潮创、柠檬国潮、佛山新闻网承办的大型国潮联名活动在广州市地标商圈举办。时装走秀、潮流客厅、VR 互动……活动吸引一大波国潮主理人、设计师、KOL 打卡，格兰仕和众多年轻国潮时装品牌一起“刷屏”年轻人朋友圈。

在国潮时装发布会现场，多个国潮品牌强势联动，以不同风格的橱窗展现年轻群体个性化追求。潮流客厅由年轻人喜爱的格兰仕、风行牛奶、五羊雪糕



等国货品牌共同打造，墙面还挂有南越王博物院的文创周边。国货×国潮的梦幻联动，尽显「衣、食、住皆可玩转国潮」理念。

幻联动，尽显「衣、食、住皆可玩转国潮」理念。

北方民族大学师生代表深入格兰仕学习交流

北方民族大学 2019 级工业设计专业学生走进格兰仕参观学习

本报讯（通讯员 李扬帆）随着暑期的到来，特色产教融合教育深入推进，全国各地高校“产学研”项目陆续走进

企业。7 月 16 日，在佛山市顺德区青少年成长促进会的组织下，北方民族大学工业设计专业 28 名师生代表到格兰仕参观交流。

在格兰仕 4.0 科技体验馆，师生代表先后参观了产品展厅、微波炉自动化生产线……无论是“小黄人”有序挥动的智能制造车间，还是充满异国风情的全球厨房生活场景展示区，都深深吸引了大家的目光。

参观结束后，由微波炉信息技术管理中心郑广法作为代表，向北方民族大学工业设计专业的师生介绍工业设计的商业化应用的方法论和基本流程，增进学生对于

产品设计、项目运营等方面的了解。

作为以顺德区教育局为业务主管单位的非盈利性、公益性的社会组织，佛山市顺德区青少年成长促进会致力联动各社会资源助力提升青少年的素质教育。

“格兰仕是中国家电行业具有广泛国际影响力的企业之一，拥有雄厚的技术实力和研发能力。”顺德区青少年促进会副会长谭远健表示，协会期望通过组织高校学生深入顺德各行业标杆企业学习交流，拓宽学生学习实践平台，展现顺德企业创新发展的综合实力，促进企业与学校的人才对接、产学研合作。

【创新产品】 格兰仕 R80 蒸烤炸一体机



本报讯 格兰仕 2022 年创新产品——R80 蒸烤炸一体机，集蒸、烤、炸专业功能于一身，既是全能选手，更是单项强者，不仅帮助用户还原传统蒸滋味，解锁网红菜单也更得心应手。

大蒸汽，匠心升级

格兰仕 2005 年发明电蒸炉后，已引领蒸科技实现数次升级迭代。格兰仕 R80 蒸烤炸一体机应用了全新升级的第四代暴流大蒸汽技术，一体化设计的蒸发盘令蒸汽发生量提升 20% 的同时实现盘面温度检测零温差，高效满足不同食材精烹细调的需求。

由格兰仕专利发热盘加热产生的蒸汽，不用经过任何管道输送，汽量与温度的损耗几乎可以忽略不计。同时，利用不间断的高密度上升蒸汽，充分包裹食材表面，也让 R80 蒸烤炸一体机达到更好的锁水留鲜效果。

格兰仕 R80 蒸烤炸一体机的内腔后板规律分布着 64 个菱形切块，能有效导流后板冷凝水促进水循环。与底盘蒸相伴而生的炉腔积水问题，也因为独家抽水功能的应用，让 R80 蒸烤炸一体机的清洁更加方便，避免管道残积液体积体而滋生细菌的情况。

专业烤，贴心设计

格兰仕 R80 蒸烤炸一体机不仅拥有纯烤、蒸烤双模式，专利活动干烧管等柔性结构设计，也帮助消费者拥有更轻松、便捷的使用体验。下设可活动 M 型干烧管的格兰仕 R80 蒸烤炸一体机，方便用户烹饪后上翻烤管对炉腔底板进行无死角清洁。由此可见，R80 蒸烤炸一体机的整体结构设计几乎将产品便捷属性贯穿用户操作全流程。

空气炸，风道还原

创新融入空气炸功能的 R80 蒸烤炸一体机，拥有独特的风道设计，有助于腔内形成涡轮式热风，并利用顶置热风装置还原传统空气炸锅的烹饪原理，通过气体上下对流方式实现全腔同温，在保证食材上色均匀的同时，无需翻面便能复刻酥脆口感。160℃-250℃广域温度调节，令格兰仕 R80 蒸烤炸一体机的空气炸功能，不需一滴油也能轻松解锁多款网红食谱。

消费者对健康家电的消费需求日益丰富多元。格兰仕以用户为中心不断创新研发，拥有航天级品质的 R80 蒸烤炸一体机让“宇宙厨房”进一步打破传统烹饪的边界。



老朋友 新“面孔”

北京方盛万嘉商贸有限公司（简称“方盛万嘉”）是格兰仕合作了 29 年的代理商，总经理冈强对于格兰仕品牌充满热爱。

提起冈强，格兰仕全国的代理商基本都认识他，一个务实、接地气的“家人”。冈强大部分时间都在走访门店或在与零售系统对接。他非常关注终端市场，经常与终端促销员交流，以第一时间获取市场信息，节假日也不休息。

随着传统终端门店销售规模的日益分化，对于北京这样的平面型市场来说，挑战很大，仅仅依靠传统通路已无法满足分销需求。2022 年，对于传统商业渠道的经营者来说，更是困难重重的一年，传统经销模式受到电商及新型兴趣电商、短视频直播等新零售平台的多维挑战更加激烈。

如何跳出传统跑道的空间限制，有效拓宽业务范围？“主动出击，发现新市场，联系新客户，促成合作。”这是格兰仕北京业务团队顺势而为的行动纲领，也是冈强高度认同的突破方向，他一方面始终积极保持与格兰仕北京

营销中心的密切对接，一方面始终保持学习状态，坚持奋战在一线，以身作则带动方盛万嘉所有业务人员开拓新分销。

这是 5 月末的一天。晚上 11 点到凌晨，大部分人已卸下一天奔波劳碌进入甜美梦乡。因疫情管控，快递公司只能在夜里 12 点之后进行装货、发货，为了将北京市某医院采购给员工的护士节“福利”——1062 台微波炉按约定日期送达，年近六十的冈强带着自己团队与格兰仕北京业务人员一块，连夜赶往快递站点核对订单、贴单、搬货、装车。对于快递无法送达的地址，点对点送货。每一台微波炉送达顾客家中后，还提供上门服务。对于冈强和北京业务团队而言，这不是一次简单的“买卖”，而是体现品牌信用、积攒品牌口碑的良机。

“格兰仕品牌成就了方盛万嘉的发展，我们也要把握好每一次和客户接触的机会，不断为格兰仕品牌添砖加瓦。”冈强说。

2022 年上半年，方盛万嘉和格兰



北京方盛万嘉商贸有限公司负责人冈强(右)参与搬货

仕北京业务团队的异业分销业绩在全国排在前列。业绩背后是数倍于过去的努力与汗水。市场环境越艰难，越需要不断拼搏的精神和务实努力的态度。

老骥伏枥，志在千里。冈强对于下半年的工作充满信心，“我们会努力开拓更多的分销通路，寻求更多的发展之道。” (文/白宇星)

立足本职 做好表率

面对“党代表”与“全国五一劳动奖章”殊荣，我的心情除了激动之外还有一丝忐忑。因为在过去的工作中，我只是做了自己应该做的事，尽了自己应该尽的义务，而我所取得的成绩，与集团党委和公司各级领导同事大家的关心、支持、帮助是分不开的。

无数先辈们用毕生的心血书写和诠释着共产党员的无上荣光。作为新时代的共产党员，我们应该如何保持先进性呢？在我参与容桂劳模宣讲团和顺德演讲协会活动中，和前辈们进行了很多交流。一位老党员是这样说的：“平时能看得出来，关键时能站得出来，危难时能豁得出来。一句话，先进就是走在群众前面。”这话虽朴实无华，却形象深刻，发人深思。

是的，“平常时期看得出，关键时刻站得出，危难时刻豁得出”，这是我们党员在不同时期所应表现出来的时代本色。在践行“三个代表”的进程中，我们要学习革命时期的英烈，冲锋在前，视死如归；要学习社会主义建设时期的劳动模范，吃苦在前，享受在后；更要学习构建社会主义和谐社会时期的人民公仆，党在心中，人民利益高于一切。

在我们的身边有许多默默无闻、任劳任怨的优秀党员，他们无私地奉

献着自己的青春，为事业呕心沥血，他们是我们党员的楷模，是一个个保持共产党员先进性的活生生的教材。从他们的身上，我看到了许多闪光点，感受到了我党多年来始终保持的青春和活力，他们是党员中的优秀者，是工作中的佼佼者。

在新世纪的征程中，时代对我们党员提出了更高的要求，我将积极主动的寻找自身的不足，努力从以下方面进一步完善自我，使自己成为一个真正优秀的共产党员，永葆党员先进性。

第一，有理想。

理想是方向和动力。“有理想”就是要求我们要坚定正确的理想和信念，任何时候都不动摇。要加强党性修养，培养高尚的情操，不趋利媚俗，不投机取巧，真正做到不为名所困，不为物所累，不为利所惑。立足本职，爱岗敬业，更好地肩负起历史和时代赋予我们的庄严使命。

第二，有责任。

责任是使命和奉献。“有责任”要求我们要有强烈的责任感、使命感和紧迫感，始终保持蓬勃朝气、昂扬锐气、浩然正气，在本职岗位上恪尽职守，扎实工作，善于发现新现象，总结新经验，为事业的发展尽最大的

努力。在各方面严格要求自己，做一个新时期先进的共产党员。

第三，有能力。

能力是本领和才干。“科学技术是先进生产力的集中体现和主要标志。”因此，要使自身成为社会生产力的先进部分，就必须用先进的科学理论丰富自己、武装头脑，不断提高自身理论水平和业务技能，做到业务纯熟，知识广博。只有这样，为人民服务才不会成为一句空话。

第四，做表率。

表率是带动和力量。做表率就是用党员标准严格要求自己，以身作则从我做起，从身边的小事做起。做严于律己、身先士卒的表率；做勇于创新、开拓进取的表率；做爱岗敬业、无私奉献的表率，用自己的一言一行，一点一滴塑造出共产党员的优秀形象。

“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”，从我们庄严地举起右手宣誓时开始，我们心里便多了一份神圣的承诺，肩上便多了一份光荣的责任。为了这份承诺和责任，我们在岗位上更加勤奋工作，以革命加拼命干劲，为企业的发展添砖加瓦，为鲜红的党旗增光添彩！

(文/生活电器制造部 徐文华)

洪峰过后，大家都平安

我的父母家人都在韶关。

韶关是个四周高山、中间多河流的盆地城市，多条大江像腰带一样围绕着市区，市里多个城镇均以河流名称命名，武江、浈江、曲江……由于水系很发达，遇上暴雨时节，就容易涨水。

6 月 19 日，“龙舟水”给广东韶关带来 50 年难遇的洪峰，同时伴有 8 级雷暴大风灾害，部分地区最大雨量高达 284.1 毫米。

远在中山的我，除了微信电话和家人保持联系，其实也不能直接帮上忙。手机 APP 里不断滚动着有关家乡汛情的视频；宽敞的马路变成汪洋，路灯只看到最顶端白色灯；浑浊的洪水从高处冲下来，将街道边的红色消防

车、小车冲的七零八落；泥石流“截断”了盘山公路；小区的地下车库成了水库；堵堤用的沙袋丝毫抵挡不了洪水，一瞬间不见踪影……

6 月 20 日，雨势更凶猛。早上，家人们传来停水停电的讯息。看天气预报说，韶关当晚还会有更高的洪峰到来。想着要仔细再叮咛一下父母时，他们的电话、微信都已经打不通了。谁能帮他们？

稍晚些时候，手机上刷到更新的视频，身着黄色救生衣及四处巡逻解困的橡皮艇，被年轻战士公主抱的“乡村老人”，行走在齐腰深大水和暴雨中的消防兵，被提在水桶里的幼儿，一幕幕温情胜于险情的画面，还有当地政

府和防汛单位公示到多个网络平台的即时信息，都告诉我们，有党和政府在，一定会化险为夷！

长居中山、佛山但户籍在韶关的我，也不断收到当地的有关通知信息，包括洪峰严重的片区、转移的对象、转移的地点时间、后续需要大家配合做好的安全工作等等。

6 月 21 日，新闻报道陆续带来好消息。中午时分，我在中山接到妹妹王三打来的电话：“家里有吃有喝，一切平安！”妈妈王太接过电话：“做很多包子，储了很多饮用水，煤气也充足……”听着家人的唠叨，更加感恩政府，感恩奋不顾身的消防战士们、志愿者们。 (文/电器配件制造部 王力)

Galanz

2022 全民赛

西红柿炒蛋

在格兰仕宇宙厨房里
西红柿炒蛋也能成为百变大咖

让国民餐桌重焕活力
还有**烧烤大奖**等你来拿！

西红柿×蛋

国民 CP 改造行动，action！

(1) 使用格兰仕健康家电（要求产品及 logo 露出）烹饪西红柿与鸡蛋创新菜式，并以**视频、图文**等形式，分享做菜步骤及成品至格兰仕官方自媒体平台，@ **格兰仕**并带上话题 # **全民赛西红柿炒蛋** #。

(2) 主要食材为西红柿与蛋，不同搭配、烹饪方式、烹饪厨电等均属创新，烹饪时不能使用明火。

优秀作业：



西红柿炒蛋饭



西红柿芝士派



西红柿大福

征集时间：即日起至2022年8月11日

真香大奖



一等奖
格兰仕 D21 电烤箱 (1名)



二等奖
格兰仕 PE(WO) 微波炉 (2名)



三等奖
打蛋器 (4名)



最佳人气奖
DR 空气炸微波炉 (1名)

评选方式：

(1) 根据投稿菜式创意、精美度等自主评选出前 10 名优秀作品，并在这 10 个优秀作品中发起投票，票数第一者为**最佳人气奖**（票数相同取发布时间最早者），在其余 9 个优秀作品中选出一、二、三等奖。

(2) 投稿截止日期为 2022 年 8 月 11 日 23 点 59 分，2022 年 8 月 12 日在公众号 @ 格兰仕集团公布前十名入选名单，并发起投票，投票时间为 2022 年 8 月 12 日 -2022 年 8 月 18 日，最终奖项公布日期为 2022 年 8 月 19 日。

相关说明：

(1) 本活动将从征集内容进行筛选，集中评选奖励，入选名单将全网进行公示

(2) 参与活动即授权格兰仕官方平台对内容进行二次传播

(3) 活动最终解释权归格兰仕官方所有

(4) 全网征集平台如下：



格兰仕官方微信
@格兰仕集团 @格兰仕服务
@格兰仕食尚帮



格兰仕官方微博
@格兰仕



格兰仕官方小红书
@格兰仕官方账号



扫一扫 来参赛！



详细规则请扫码查看

本报地址：广东省佛山市顺德区容桂大道南 25 号 邮编：528305 电话：(0757)28886389 网址：www.galanz.com.cn 电子邮箱：lijy003@galanz.com