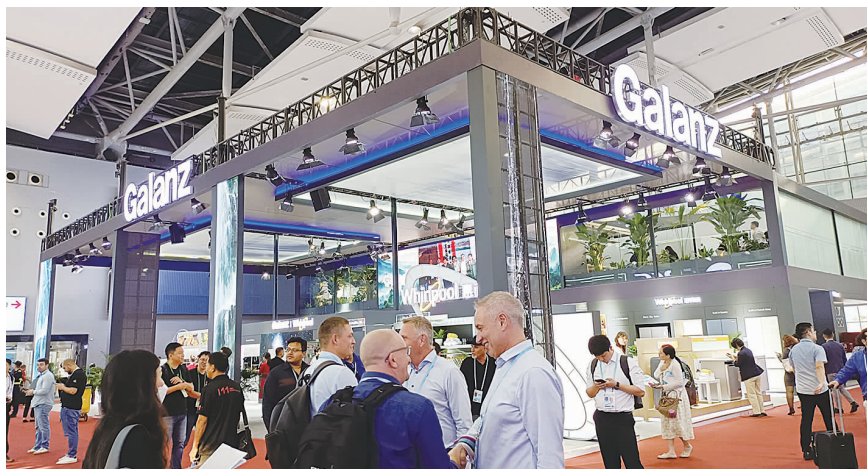




## 第 134 届广交会客商到访量创新高 高质量发展让格兰仕“朋友圈”越来越大



第 134 届广交会, 格兰仕参展规模创新高。

**本报综合报道** 第 134 届广交会上, 格兰仕新产品、新场景、新商业模式形成强大的参展阵容, 为期 5 天的展期, 500 多平方米的展馆内一直人头攒动, 全球客商到访量创出新高, 其中接待来自“一带一路”共建国家的采购商 1500 多人, 同比增长近 20%。

格兰仕双腔蒸烤一体机、中国红经典设计微蒸烤炸一体机、预制菜“无人零售+智能烹饪”一体化解决方案等, 这些首次亮相广交会的新产品、新方案备受关注。在绿色烹饪家电体验区, 格兰仕烹饪中心工程师用最新的绿色集成灶现场制作的广式腊味饭、钵仔糕、纸杯蛋糕等特色美食, 一出炉就被一抢而空。

作为首批以自主品牌参与广交会的民营企业, 格兰仕自 1998 年以来持续不间断参展, 从一台微波炉到全屋绿色健康家电, 向全球客商展现越来越多

的创新成果, 参展规模创下 25 年来新高。本届广交会格兰仕携惠而浦品牌共同参展, 为世界上规模最大、参与国家最多的综合性国际贸易盛会带去全新的味道。

### 格兰仕在“一带一路”很受欢迎

“我是因为质量才来到了格兰仕。格兰仕在‘一带一路’国家很受欢迎”。10 月 17 日, 在第 134 届广交会格兰仕展位, 伊拉克采购商诺拉汀先生接受采访时表示。

诺拉汀介绍, 他 10 月 16 日就到过格兰仕展位, 当天由于人太多, 无法及时沟通采购事宜, 此次专门返回展位, 希望与格兰仕深入沟通采购嵌入式电器。

诺拉汀透露, 自己 10 年前在欧洲做家电售后服务相关的工作, 他发现格兰仕的产品质量非常好, 销售了很多格兰仕品牌的微波炉, 没有任何质量问题。如今, 他回到了伊拉克巴格达, 注册

了自有品牌, 主做的就是嵌入式的产品。他已经决定要与格兰仕启动合作, 这次主要是针对嵌入式的一些产品, 特别是洗碗机。

谈及未来的市场发展, 诺拉汀透露, 其主营嵌入式产品批发, 公司下游有很多经销商, 希望格兰仕能够给予他一些独家的产品或者外观支持, 他会在伊拉克的线上线下包括户外等各种渠道展示格兰仕的产品, 并逐步扩大与格兰仕合作, 预期目标是 70% 份额给到格兰仕。

来自南非的采购商 Lewis 来到格兰仕展位选品, 不一会儿就敲定了一批微波炉意向订单。“这些都是非洲的老客户, 下单非常果断。”格兰仕中东非区域外贸业务负责人 Lucas 透露, “一带一路”共建国家还有很多待挖掘的市场和客户群。自秋季广交会开幕以来, 光是自己所负责的区域, 每天就有三四十个客户到访, 有时候忙得连喝水的时间都没有。

最让 Lucas 感到意外和惊喜的是, 一个合作了将近 20 年的南非客户, 在开幕第一天就第一时间拜访了格兰仕。



“一带一路”采购商在格兰仕广交会展位现场交流。

“客户一开馆就来到我们展位, 格兰仕是客户行程的第一站, 这样的重视程度让我们对未来的合作更有信心。”Lucas 介绍, 该客户与格兰仕保持了近 20 年的独家合作, 尽管其销售规模逐年不断扩大, 但始终对格兰仕高品质的产品情有独钟, 希望能与格兰仕保持长期稳定的合作。

值得一提的是, 近年来, 有越来越多来自“一带一路”共建国家的中小型客户出现在广交会。“广交会为大家打开一扇窗口, 今年我们也发现, 很多发展中国家的客户都在积极探索, 大家带着问题过来, 希望能在格兰仕寻找到解决方案。”Lucas 认为, 发展中国家基础设施和信息交通相对落后, 存在很大的空白市场, 尽管当前整体客户体量小、订单分散, 但潜力巨大。大家都希望能通过格兰仕提供的好产品、好服务, 不断开拓增量市场。

### 全产业链创新响应全球市场需求

本届广交会上, 格兰仕展示的新产品、新商业模式适应不同国家和地区的新需求, 迎接的全球客商也创出新高。 (下转 03 版)



中国红 2023 系列等集成化绿色智能家电备受瞩目。



## 共享丝路福祉 贡献企业力量 格兰仕获人民日报“一带一路”建设案例奖

**本报讯** 10 月 19 日, 由人民日报社主办的 2023“一带一路”媒体合作论坛在北京举行。本届论坛的主题是“加强媒体合作, 共创美好未来”, 论坛上发布“2023 一带一路建设案例”。格兰仕集团获颁“一带一路”建设案例奖, 颁奖词为“秉持‘努力, 让顾客

感动’服务全球经营宗旨, 国际化底气更足, 步子更大。”

“一带一路”媒体合作论坛自 2014 年起已成功举办七届, 为共建“一带一路”国家、企业、媒体搭建了高端对话与合作平台。今年是共建“一带一路”倡议提出十周

年, 论坛以“加强媒体合作, 共创美好未来”为主题, 围绕共建“一带一路”十年成就和未来高质量发展开展深层次对话交流, 为携手推动共建“一带一路”高质量发展凝聚共识, 汇聚力量。

本期导读

### 2 版·要闻 Yao Wen

#### 格兰仕海外客户答谢会在广州成功举办

10 月 17 日, 在 134 届广交会开展之际, 格兰仕海外客户答谢会在广州香格里拉酒店隆重举行, 来自 100 多个国家和地区的主要客户应邀赴宴, 新老客户们欢聚一堂, 在轻松愉快的气氛中畅叙友情, 共同见证和分享格兰仕创业 45 年的成长与发展。

### 3 版·要闻 Yao Wen

#### 格兰仕中国市场冲刺四季度工作会议召开

格兰仕中国市场核心客户第四季度旺季工作会议日前在四川成都举行。格兰仕集团董事长梁昭贤、副董事长梁惠强应邀出席会议, 对与会商家伙伴今年以来各项工作取得的成绩给予肯定, 对中国市场冲刺四季度工作做出重要指示, 激励大家不忘初心、团结奋斗。

### 4 版·专题 Zhuan Ti

#### “所有成功, 都是努力的味道!”

作为中国外贸的“风向标”, 第 134 届广交会上的点点滴滴, 展现了中国制造的澎湃活力, 忙碌的格兰仕外贸人收获到了全球客商的认同与喜爱, 更在不断升温的合作氛围中积极开拓、广交朋友。

### 7 版·制造 Zhi Zao

#### 联合作战 群策群力 微波炉总装全线提效增产

面对内外销你追我赶的订单, 微波生活制造公司创新提效增产方案, 激励全线提速大生产。生产、质量、工艺技术“铁三角”联合作战、群策群力, 总装线由主管带线, 10 月份微波炉生产效率取得显著突破。



# 聚焦当下 投资未来

## 格兰仕海外客户答谢会在广州成功举办

10月17日,在134届广交会开展之际,格兰仕海外客户答谢会在广州香格里拉酒店隆重举行,来自100多个国家和地区的主要客户应邀赴宴,新老客户们欢聚一堂,在轻松愉快的气氛中畅叙友情,共同见证格兰仕创业45年的成长与发展。

### “做大做强,再创辉煌!”



格兰仕集团董事长兼总裁梁昭贤致辞。



格兰仕集团副董事长梁惠强讲话。

“亲爱的朋友们,我太想你们了!”梁昭贤董事长在宴会上深情致辞,短短几分钟的讲话,赢得与会客户多次雷动掌声。他在讲话中提到,疫情这几年,格兰仕研发、制造等各个团队一直没有停下来,坚持用汗水日夜兼程的去奋斗。特别是格兰仕的外贸业务团队,在疫情期间第一个走出国门,和世界各地的新老朋友去交流,把每天的工作当作事业去奋斗。格兰仕45年,最大的财富就是

格兰仕人,格兰仕的团队! “格兰仕要走的路很远,我们一直强调:做500强重要,做500年更重要!”梁昭贤董事长对新老朋友在广交会期间专门抽时间与格兰仕团队聚会在一起表达感谢,并寄语所有合作伙伴“做大做强,再创辉煌!”

梁惠强副董事长在讲话中首先提到格兰仕9月份刚刚庆祝了创业45年,代表集团对世界各地合作伙伴过去多年来

的大力支持表达感谢。同时,他向参加宴会的客户、合作伙伴介绍了格兰仕过去几年的发展变化。他特别强调,过去几年,格兰仕持续专注在家电制造业,持续投资未来,其中最大的投资之一——收购了惠而浦中国公司,让公司的基础非常牢固并且处于增长轨道,今后格兰仕集团将从微波炉、小家电到大型家电和嵌入式电器的广泛产品系列,为世界各地的客户和合作伙伴提供更好的端到端的解决方案。

在宴会上,梁惠强副董事长还分享了格兰仕集团未来的方向。他指出,新时期充满挑战,我们更需要关注我们建立的伙伴关系,共同努力做到最好;我们必须抵制住诱惑,专注在最擅长的领域增强竞争优势,不断投资于新技术、新制造工艺和高质量发展。他强调,只要大家能够真正理解彼此、保持沟通并专注于各自的优势,一定可以克服一切挑战。



海外客户与梁昭贤董事长合影。



海外客户与梁惠强副董事长合影。



海外客户在宴会现场的格兰仕标识前留影。



客户与宴会现场展示的格兰仕产品合影留念。



客户与格兰仕外贸业务团队在宴会上合影留念。

### 互信、共识、共赢



巴西客户代表在宴会上分享与格兰仕的合作故事。



来自共建“一带一路”国家的全球家用电器公司采购负责人在宴会上分享。



惠而浦集团采购负责人在宴会上分享。

本次宴会,是格兰仕自2019年以来最大型的一次全球客户见面交流会,许多老朋友阔别多年再次相聚,欣喜之情溢于言表,纷纷参与现场热情互动。

来自巴西的家电领导品牌,同时与格兰仕开展烤箱、冰箱等多品类合作,去年决定进军微波炉市场,得到了格兰仕的大力支持。这家公司负责人在格兰仕海外客户会上分享时表示,格兰仕在微波炉这条新路线上给予了他们特别关照,在与他们有业务往来的数百家企业里,格兰仕是强有力的合作伙伴,梁董事长是一位伟大的领导者。

“与格兰仕的合作关系一直是我们全球扩张战略的关键部分,我们共同应对了国际市场的复杂性,并在欧洲、非洲和中东建立了强大的影响力。”一家来自共建“一带一路”国家的全球家用电器公

司采购负责人在宴会上分享了该公司与格兰仕的卓越合作伙伴关系和发展,他指出,格兰仕的创新产品和服务质量的执着完美地补充了他们的市场知识和经验,这种合作关系使该公司能够推出与各地消费者产生共鸣并符合他们价值观的产品。

“我们与格兰仕的合作有助于为当地家庭提供实用且负担得起的解决方案。”这位负责人特别分享了双方在“一带一路”沿线市场的成功合作之道。他指出,双方共同努力,详细了解当地独特的市场需求,提供有效满足独特需求的产品,“这种伙伴关系强调我们致力于改善该地区消费者的生活。”

“新冠肺炎疫情之后,我们再次回到广交会,再次回到全球合作的舞台上,很令人兴奋,也非常感恩。”惠而浦集团

采购负责人在宴会上分享道,过去几十年里,惠而浦与格兰仕作为战略合作伙伴,共同探索市场、服务全球消费者,综合领先的制造能力和行之有效的解决方案为全球消费者带来更好的产品,共同赢得市场。“前方的道路仍然是崎岖的,仍然有很多挑战,但我坚信像格兰仕这样的中国公司,他们用智慧和毅力迎接挑战的能力,在过去几十年里他们创造了世界奇迹,未来可以带来新一轮奇迹。”

本次活动,格兰仕和全球合作伙伴汇聚在一起,不仅庆祝过去取得的成就,通过面对面的互动交流,进一步增进了解与互信,促进聚焦当下、投资未来的高度共识。格兰仕与全球合作伙伴的关系,将在一个以消费者为中心、更加互联、更可持续的共同愿景下不断蓬勃发展。

# 全面进攻 确保胜利 格兰仕中国市场冲刺四季度工作会议召开



本报讯 (通讯员 范瑞敏)10月11日,格兰仕中国市场核心客户第四季度旺季工作会议在四川成都举行。格兰仕集团董事长梁昭贤、副董事长梁惠强应邀出席会议,对与会商家伙伴今年以来各项工作取得的成绩给予肯定,对中国市场冲刺四季度工作做出重要指示,激励大家不忘初心、团结奋斗。

**群策群力 沟通是第一生产力**  
会议期间,格兰仕中国市场管理团队与来自全国各地的核心客户逐一开展深度沟通交流,认真吸取客户宝贵建议,解决客户问题与疑虑。会上,各地商家伙伴积极分享工作思路,对四季度冲刺工作信心十足、斗志满满。

湖州沙力电子商务有限公司总经理沈梅表示,“很高兴能走出来看看外部的市场环境,通过对门店的走访,我们也对线上高端机的未来充满了希望。市场在不断的倒逼我们做出一些变化,在守住基本盘的同时,一定要走出一条新路!”第四季度,沙力

将全力稳住天猫第一端口,确保全年度20%以上的规模增长,确保第四季度任务的顺利达成。

“守住模式,稳住价格,高举高打!我们的策略就是做差异、做中高端,要善于选品,要敢于投入。”北京盛世豪杰贸易有限公司总经理连俊亮表示,通过前期的沉淀和团队的信念,第四季度要继续敢拼敢做,确保自我超越。

南昌旺佳贸易有限公司总经理黄春华认为,业绩不好的原因不是市场环境不好,而是努力不够,业绩是干出来的,要放开手脚、干出价值。

“聚焦平台、聚焦单品将规模做大。”南京步履商贸有限公司负责人印厚翔表示,四季度将再接再厉,确保使命必达。

**感情开路、政策护航、利益保障**

“我们和所有合作伙伴之间要建立一种牢不可破的真正的一家人的关系,要诚心诚意,要不忘初心、坚守奋斗,对合作伙伴要坚定不移的负责到底。要用

一颗火热的心、真诚的心,去感动团队,感动合作伙伴!”

会上,梁昭贤董事长对大家诚心诚意、用心沟通表示赞赏。他强调,感情开路、政策护航、利益保障是格兰仕始终如一的合作宗旨,并勉励大家不忘初心、坚守奋斗,“通过今天的会议,大家要知道我们在哪里,我们要往哪里去,要一心一意、扎扎实实、脚踏实地的干,干出自己的尊严,干出自己的价值。”

现场就是市场。会议期间,格兰仕中国市场管理团队与核心客户一同走访了成都主要卖场,对嵌入式等高端产品销售展开重点调研学习,深入一线感受家电行业发展趋势与变化,积极发掘市场新机遇。

当前正是2023年旺季开局的关键点,本次会议既是对中国市场四季度工作的总动员,也是冲刺全年度目标的集结号。中国市场以此次会议为原点,激发全员昂扬斗志,争做奋斗者,全面进攻、确保胜利!

## 格兰仕空气炸微波炉专利 获中国外观设计优秀奖

本报讯 (通讯员 陈绮平)第二十四届中国专利奖颁奖礼于近日正式落下帷幕,国家知识产权局授予格兰仕外观设计专利“微波炉(空气炸微波炉23L)”(专利号:ZL202030072081.2)中国外观设计优秀奖。

中国专利奖由国家知识产权局与世界知识产权组织(WIPO)于1989年联合设立,是我国知识产权领域含金量最高的奖项,其中外观设计奖的评审从专利质量、设计要点和理念、运用及保护措施和成效、社会效益及发展前景、获奖情况共六大维度开展,获奖专利一方面展现了我国在外观设计领域的创新和突破,项目剪性强;另一方面权利稳定性高,技术先进性好,经济效益和社会效益显著,以高质量的知识产权创造和运用,助力产业转型升级和高质量发展。

(上接01版)

随着广交会的到来,10月份到格兰仕冰箱、洗衣机、洗碗机、微波炉各大品类工厂参观交流的海外客户也越来越多。不少客户是第一次参观格兰仕工业4.0基地,业务主管们从线上主播变成了线下“导游”,都感到非常高兴,“直播探厂变成了实地探厂,客户的感受更直观了,也更愿意进一步扩大合作”。

在广交会格兰仕展位,格兰仕外贸大电业务主管Carl很坚定地表示,“一带一路”市场潜力大,业务大有可为!这得益于中国强大的家电行业供应链以及制造能力。



广交会期间格兰仕各展区人气火爆。

格兰仕业务团队对拓宽全球市场的信心、底气也来自企业持续对产品技术及全产业链创新的持续投入,全产业链带来生产效率、产品质量、产品性价比的综合领先,使格兰仕竞争优势得到不断的加强,市场的美誉度和占有率也得到充分的提升。本届广交会,格兰仕客商的来访明显多了很多,包括老客户和新客户,特别是来自“一带一路”共建国家的采购商持有比较乐观的一个态度,这就是一个很好的证明。

作为一家深耕制造的家电民营企业,格兰仕的产品和服务供应到了全球近200个国家和地区。随着“一带一路”倡议的提出,广泛深入地促进了国际贸易畅通,也连起民营企业更加广阔的发展舞台。当前,约三成的格兰仕出口销售额来自“一带一路”共建国家市场,出口的产品从单一的微波炉,进一步扩展到了冰箱、洗衣机、洗碗机、热水器等多品类健康家电产品。未来,越来越多的格兰仕高质量发展成果将不断转化为全球用户的生活品质。

(来源:中国报道网,广州日报客户端,格兰仕集团微信)



广交会期间格兰仕大白电展区人流不断。

## 侵犯格兰仕发明专利 东菱威力全资子公司被判停止侵权并赔偿1000万元

本报综合报道 广东格兰仕微波炉电器制造有限公司(以下简称“格兰仕”)诉中山市美格电子科技有限公司(以下简称“美格公司”)发明专利权纠纷一案尘埃落定。10月7日,最高人民法院下达终审民事判决书【(2022)最高法知民终1584号】:美格公司立即停止制造、使用侵害格兰仕名称为“用于铆紧磁控管上盖的铆盖模具”、专利号为201510373341.8发明专利的铆盖模具,并销毁铆盖模具;美格公司赔偿格兰仕经济损失1000万元。

微波炉中的“磁控管”被誉为是产品“心脏”,是产生微波能的核心部件,磁控管生产中涉及壳体与上盖的铆紧工艺,工艺质量直接影响到微波炉的质量。此次涉案专利解决铆紧方案中出现的铆不紧现象,降低次品率,铆盖模具则是磁控管生产流程中不可或缺的核心装置。

2017年1月,格兰仕磁控管制造部接触核心技术的员工刘银波,接受东菱威力的聘任合同,成立了由该企业100%控股的美格公司,并使用格兰仕专利技术大量生产磁控管产品,格兰仕将其告上法庭。当时,广州知识产权法院一审

认为,被诉侵权产品使用的技术方案未落入涉案专利权的保护范围,美格公司未侵害格兰仕公司的涉案专利权,判决驳回格兰仕公司的全部诉讼请求。格兰仕不服一审判决,向最高人民法院提出上诉。今年4月世界知识产权日,最高法院知识产权法庭公开开庭审理广东格兰仕微波炉电器制造有限公司诉中山

市美格电子科技有限公司侵害发明专利权纠纷案,系今年知识产权法庭集中公开开庭宣传周的压轴一案。

保持知识产权就是保护创新!最高人民法院的依法裁判,以公正司法服务有效保障企业的创新发展,推动和形成尊重知识产权的法治氛围。

(来源:人民日报客户端 广州日报)

### 中华人民共和国最高人民法院 民事判决书

(2022)最高法知民终1584号

上诉人(原审原告):广东格兰仕微波炉电器制造有限公司。

住所地:广东省佛山市顺德区容桂大道南25号。

法定代表人:梁昭贤,该公司董事长兼总经理。

委托诉讼代理人:王永红,北京市中伦(广州)律师事务所律师。

委托诉讼代理人:刘洋宏,北京市中伦(广州)律师事务所律师。

被上诉人(原审被告):中山市美格电子科技有限公司。住

所地:广东省中山市阜沙镇东威大道11号厂房三2至3楼。

法定代表人:殷国辉,该公司总经理。

委托诉讼代理人:廖金燕,广州恒华智信知识产权代理事务

所(普通合伙)专利代理人。

委托诉讼代理人:姜宗华,广州恒华智信知识产权代理事务

所(普通合伙)专利代理人。

上诉人广东格兰仕微波炉电器制造有限公司(以下简称格兰

仕公司)因与被上诉人中山市美格电子科技有限公司(以下简称美格公司)侵害发明专利权纠纷一案,不服广州知识产权法院于

最高人民法院于审理侵犯专利权纠纷案件适用法律若干问题的解释》第二条、第七条,《中华人民共和国民事诉讼法》第一百七十七条第一款第二项之规定,判决如下:

一、撤销广州知识产权法院(2020)粤73民初2237号民事判决;

二、中山市美格电子科技有限公司立即停止制造、使用侵害广东格兰仕微波炉电器制造有限公司名称为“用于铆紧磁控管上盖的铆盖模具”、专利号为201510373341.8发明专利的铆盖模具,并销毁铆盖模具;

三、中山市美格电子科技有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿广东格兰仕微波炉电器制造有限公司经济损失1000万元;

四、中山市美格电子科技有限公司于本判决生效之日起十日内支付广东格兰仕微波炉电器制造有限公司合理维权支出20万元;

五、驳回广东格兰仕微波炉电器制造有限公司的其他诉讼请求。

如中山市美格电子科技有限公司未按本判决指定的期间履行给付金钱义务,应当依照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百六十条之规定,加倍支付迟延履行期间的债务利息。

一审案件受理费83000元,由中山市美格电子科技有限公司负担;二审案件受理费83000元,由中山市美格电子科技有限公司负担。

## 格兰仕入选工信部“2023年度智能制造优秀场景”公示名单

本报讯 (通讯员 梁铭寰)近日,工业和信息化部公示了2023年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单,其中广东格兰仕微波生活电器制造有限公司Galanz+智慧生态产业链供应链数智化产供销一体化场景入选

智能制造优秀场景。在新型工业化建设中,智能制造是主攻方向,智能制造场景是智能工厂的核心组成部分。为贯彻落实《“十四五”智能制造发展规划》,工业和信息化部、国家发展改革委、财政部、国务院国资委、市场监管

总局联合开展2023年度智能制造试点示范行动。国家智能制造示范行动,是我国智能制造领域含金量最高的奖项,也是为遴选一批智能制造优秀场景,在各行业、各领域选树一批排头兵企业,推进中国智能制造高质量发展。

# 格兰仕外贸人：所有成功，都是努力的味道！

本报通讯员 李扬帆

作为中国外贸的“风向标”，第134届广交会上的点点滴滴，展现了中国制造的澎湃活力，忙碌的格兰仕外贸人收获到了全球客户的认同与喜爱，更在不断升温的合作氛围中积极开拓、广交朋友。正如梁惠强副董事长在庆祝格兰仕创业45周年大会上讲话中所指出的，只要心往一处想，劲往一处使，就没有不能完成的任务，就没有无法感动的顾客。

## 大家都在和时间赛跑

一大早，格兰仕广交会的展位上已人头攒动。

“一日之计在于晨！”Lina的客户带来了俄罗斯的巧克力，并用一句中国俗语向她问好。展会开幕前，Lina已非常忙碌，这位俄罗斯客户早早便和她约见并当场敲定了订单。尽管是第一次合作的客户，但大家仿佛认识多年的老朋友一般默契和高效。

广交会期间，格兰仕展位上每天都有很多这样的客户。Lina和其它外贸业务员一样，白天忙着对接客户，晚上回到家之后要继续关注各项业务的进展。如果当天的工作不立刻跟进，第二天可能新的业务工作又产生了，时间将变得更加紧张，因此，对于每个客户提交的意向订单，都要在第一时间把全套方案给客户，尽早确认下单并推进排产。

一月是俄罗斯的新年。客户们广交会期间来到中国，不仅赶着签下新的订单，更要确保在12月出货。很多俄罗斯客户甚至赶在广交会前就来到了格兰仕工厂，直接在生产线上选产品。Lina所在的俄罗斯组齐心打统战，不仅相互照应接待客户，在出货等后续环节，大家一起想办法，以专业高效赢得客户好评不断。

“叮铃铃……叮铃铃！”清脆的手机闹钟在格兰仕商务中心会议室响起。“很抱歉，会议可能要打断一下。”Adam的穆斯林客户起身告诉他，到了自己每天做礼拜的时间。

这位自阿塞拜疆的客人，尽管身为老板，却一路从广交会“追”到了格兰仕的工厂。此前，他三番五次到格兰仕展位，希望深入洽谈合作方案，但每次过来，Adam和同事们都在其它的业务会议中无法抽身出来。这位客户没有因此放弃，广交会一期结束后的第一个工作日下午，他来到格兰仕中山基地，与Adam见面的时候，已将近下午5点。

Adam应客户期盼，陪同参观了格兰仕工业4.0基地。客户看到生产线上高效有序的场景，对格兰仕的合作更加坚定，当场就确定了订单。让Adam自豪和感动的是，尽管双方是第一次合作，这位阿塞拜疆的大客户非常信任地把所有订单都给了格兰仕。

本届广交会，许多海外客户带着订



俄罗斯客户在广交会上与格兰仕业务人员交流。



匈牙利客户在广交会上与格兰仕业务人员交流。

单过来，在格兰仕展区现场选型号、谈价格、定交期。受到欢迎的不仅是微波炉、蒸烤箱等小家电，格兰仕洗碗机、冰箱、洗衣机等大家电产品也得到了世界各地客户的高度关注，许多共建“一带一路”国家市场客户主动推进多品类合作。

在外贸大电区，Selina是出了名的“铁娘子”。铁在哪里呢？

“2022年，大家选择结伴出差的时候，她独自出差60多天。”“大家都觉得搞不定的客户，她能带来好消息。”领导和同事们这么评价。

广交会开幕前夕，今年国庆假期，Selina独自在欧洲出差。每天她搭乘公共交通逐一拜访客户，回到住处就着手写报告和方案，好像永远有用不完的精力。Selina的能力和勤奋，不仅让客户印象深刻，甚至还让她的房东“路转粉”，专门驾车送她去见当地的客户。

更好地了解市场全貌和客户真实需求，才能针对性匹配产品，这些常常没有办法在日常电话和邮件里获得。Selina带回来的一手消息，增强了团队的信心，也很好促成了广交会订单的落实，“我们组有小伙伴一下开拓了十几个新客户。”

新的突破让团队倍感振奋，但大家都知道这仅仅是一个新的开始。

## 全力以赴，没有感动不了的客户！

“Galanz and Mr Leang have always supported us in this new line, always with great care.”在格兰仕广交会客户答谢晚宴上，一家巴西公司创始人的一番发言，充满对格兰仕的感谢及后续战略合作的期盼，也

让Eva的思绪飘回到一年前。

客户是当地小家电市场领导品牌，近年来，在格兰仕的支持下进军微波炉业务。2022年，由于市场竞争激烈、前期成本要素处于高位等因素，业务一度陷入停滞。客户曾想过要放弃，在集团的全力支持下，一起挺过了最艰难的时期。今年，双方的合作实现第一个里程碑的目标。

今年6月，Eva和Oscar又一次出差拜访客户。这家公司创始人十分重视格兰仕团队的到来，主动拓展全品类合作。尽管当时正值南半球的寒冬，但客户的盛情接待，让格兰仕倍感振奋。9月，团队再度深入到当地市场，进一步加深双方合作。

广交会期间，Eva所在的太平洋区，仅巴西和南美地区的客户到访量就达近百个。“我们的工作没什么特别的，就是不停出差，不断沟通，不断寻找解决方案。”在Eva看来，能不能与客户开展合作甚至扩大合作，首先要学会主动为客户解决问题。

“客户来了广交会之后，看了我们最新的工厂，对于推动后续合作起到很大作用。”Crystal提到的这几个客户来自日本，在当地业内都是出了名的“难搞”。广交会后，客户专门参观了格兰仕工业4.0基地，从车间、员工、工艺、包装，无一不带着“放大镜”看，“日本客户都是细节控，一旦选择了合作，不只是看价格，他们关注所有的细节。”

日本市场对品质的把控，时常体现在各种“魔鬼”细节。比如对产品包装箱的要求，尽管纸箱是易损品，中转过程中很难100%避免破损、污渍，但一旦出现状况，也将统计在不良品率中。

为了让客户满意，除了日常与客户及研发的对接，Crystal和团队小伙伴在生产各环节的参与度也相当深入。而关于日本市场与客户的个中种种细节，在培养团队新人时也全部需要“一对一”手把手传授。Crystal常和团队分享，“我们承受的压力可能比别人多，但我们学到的也更多，成长也会更快，事实也确实如此。”

## “宾至如归”的背后是信任

“Cris，你客人在楼上，你不去看看他吗？”广交会期间，Cris几次接到同事的电话，以为他怠慢了客人。

原来这是一场误会。这位客户连续几次逛展，每当累了的时候，总是回到格兰仕展区休息。“Cris，你继续忙你的，我就是在这休息下。”客户为此专门向Cris打过招呼。在格兰仕展区，无论



意大利客户在格兰仕广交会展区咨询大家电业务。



巴西客户在广交会期间到格兰仕总部交流。



日本客户与出差到当地的格兰仕外贸业务人员共进晚餐。

是一杯咖啡还是一份点心，客户可以自取。这样自在的感觉，既来自格兰仕人在广交会上的热忱，更来自客户与格兰仕人相交多年的默契与信任。

Cris主要跟进大客户，他每天的工作都安排得满满当当，紧张的节奏一直持续到广交会后。除了给客户系统的服务支持，还需要更加深入地参与到产品的前期开发中去。

“倾听客户的需求，而不是单纯推销我们原有的产品。每一届广交会之后，所有客户提出来的新需求，我们都会第一时间同步给技术部门，争取针对性的开发和设计。”Cris认为，广交会不仅是格兰仕与全球客户增进友谊的桥梁，每一届广交会也是一次与全球客户很好的头脑风暴会。

努力，让顾客感动！越信任，越努力！



格兰仕业务人员向捷克客户介绍产品。

# 中国市场线下团队多管齐下 确保打赢转型攻坚战

本报通讯员 范瑞敏



云南昆百格兰仕品牌旗舰店亲子烘焙活动现场

围绕四季度“全面进攻 确保胜利”旺季冲刺工作会议精神,格兰仕中国市场线下业务部组织全国营销中心快速反应,围绕生活电器旗舰店建设、嵌入式及“格兰仕·匠”系列进店销售、新零售新渠道拓展、异业开拓、促销分销等核心工作进行详细部署,并强调线下转型迫在眉睫,要求各地营销中心全员进入冲刺状态,超常规开展各项工作。

作为线下市场的重要组成部分,终端门店的销售结构优化和销售场景打造是转型的关键钥匙。近两年,格兰仕聚焦资源在全国打造了14家生活电器旗舰店,通过品牌形象升级以及体验式消

费场景打造,为线下销售结构优化助力良多。

四季度,线下业务部将聚焦TOP门店、高端百货等,推动嵌入式微蒸烤、洗碗机、“格兰仕·匠”系列等精品家电的进店,同时强化产品培训、宣传推广、终端物料、活动指引等基础建设,全面推动旺季销售爆发。

在分销促销方面,延续8月份集团牵头启动的全国大篷车活动,各地营销中心四季度将持续下沉乡镇市场,以“宇宙厨房 惠享健康家——格兰仕绿色家电购物节”为主题,综合大篷车、蒸送早餐、美食品鉴、烘焙课堂、品质焕新、惠民

福利等形式,普及微蒸烤消费文化,挖掘潜在消费力,全方位拉动市场。

在异业开拓方面,线下业务部以营销中心为单位,积极推动各地与辖区内的大型企事业单位建立联系,密切跟进团购、采赠等业务。10月份,山西营销中心与矿企达成一批微波炉团购;甘肃营销中心与宁夏石化达成一批微波炉团购……从选品到竞标,从客情维护到售后跟进,营销中心团队保持勤走访、多沟通的服务状态,以系统观念推进工作落实,既赢得销售订单,也提升格兰仕品牌口碑。

除了传统渠道,新零售、新渠道也是线下业务部寻求突破的方向。首先,完善新零售团队组织,设专人专项跟进,确保新零售业务更高效跟进和开展。在天猫优品板块,由总部业务部出具标准,从门店形象建设、出样标准、系统活动、销售物料、宣传手册等方面提供完善指引,同时联动各地营销中心业务人员跟进当地系统进店,推动服务商巡店。截至目前,已有6个营销中心成功报名参加双11抢单会,并成功打造出5款微蒸烤流量爆款机型。在即时零售方面,线下业务部稳步推进美团闪送、京东小时达、天猫同城送业务拓展,目前已开通美团闪送账号24个,京东小时达账号11个。

总部输出指引、定好目标、做好服务,营销中心做好执行,上下协同发力。线下市场的转型是一场硬仗,也是一场必须胜利的攻坚战!

## 四川营销中心: 终端、渠道两手抓,为增长保驾护航

本报通讯员 白宇星



促销员在为顾客介绍格兰仕嵌入式产品。

2023年,格兰仕四川营销中心聚焦“分销为王”思路,业务团队团结协作,从终端到渠道全面实施积极销售策略,围绕增长目标最大化抢占市场。

### 终端主推“出样即销售”

年初开始,四川营销中心力求终端统一出样、售点统一建设,强化嵌入式整合亮点工程建设,全线树立品牌形象,提升品牌拉力。

在终端产品出样标准上,四川营销中心坚决执行总部要求,积极推进新品和嵌入式出样。在大促节点聚焦核心单品,强化一线人员终端销售统一口径培训,团队齐心协力抢占主流价格段市场占有率。

四川营销中心经理张春娇介绍,终端量化销售工作责任到人,每个月针对每个系统、每个门店、每个客户明确目标,制定奖惩激励政策,充分激发团队潜力,实现“保存增新”。

从线下8月开始主推嵌入式出样以来,四川营销中心团队和代理商合力强推嵌入式产品的出样,7—9月实现展台改造出样15家,并在终端销售方面做足培训工作。通过不间断推进嵌入式产品培训,加上促销员销售激励及系统强力主推到位,各大网点实现了“出样即销售”的效果。目前,格兰仕嵌入式品类销售在四川核心门店占比达到40%,极大地提升了终端销售的信心。

### 树立标杆,提振渠道销售质量

为了确保“一县一核心网点”,针对渠道客户,四川营销中心继续推进客户的出样更新工作,要求代理商及时根据情况,拿出渠道方案,帮助渠道客户清理老品、及时换货,解除客户的后顾之忧,同步提升品牌在渠道市场的信誉度。

9月份,在乐山市林荣电器总店重装之际,四川业务团队多次与门店负责人沟通对接扩充经销品类事宜,就渠道市场终端化、渠道市场推高卖贵及扩充产品品类等市场发展趋势进行深入探讨。在团队多番努力下,该门店重装的格兰仕专柜达4.5米,嵌入式双腔A70、01A及渠道多款新品微波炉上样。在当月该门店的重装开业活动中,新上样的嵌入式高端系列产品就实现了销售,极大地增强了门店负责人操作格兰仕品牌的积极性。林荣电器门店的成功,也为四川营销中心进一步开拓渠道市场,扩大中高端新品销售打开局面。

另外,深挖渠道潜能,四川营销中心积极开展渠道分销会。今年1—9月,四川营销中心共召开了7场渠道客户会议,在会议现场搭建销售场景,结合四川文化特色展现格兰仕绿色健康家电,带动与会商家当场打款提货。

张春娇表示,在接下来的旺季大决战中,四川营销中心将继续终端、渠道两手抓,在终端进一步实现推高卖贵和销售结构升级,在渠道市场继续夯实基础建设,整体业务工作做到更细更扎实。



四川省级分销商会议现场

## 生活电器电商业务部: 常备不懈, 厚积薄发

本报通讯员 白宇星

作为年度线上旺季营销的第一战,双11历来是各个商家平台及消费者最为关注的大促节点之一。随着双11大促的临近,格兰仕生活电器电商业务团队战斗模式再升级。

“大促销售成果,靠的绝对不是一天,或者一个月的爆发,而是前期多个月营销筹备工作成果的集中收割。”电商业务部部长张锋表示,双11不止是旺季开端,也是对下半年工作成效的一次检验。他介绍道,过去双11仅指11月11日当日,但平台为了赢得更多消费者流量,双11的战线逐渐被延长,今年的双11大促活动从10月23日就已经启动了,分为预售销售和现货销售两部分,因此,对于双11的筹备工作也更早地从7月就开始了。

### 布局“种草”,抢占用户心智

随着流量红利消失,用户触点粉尘化,细水长流的“内容驱动”慢慢取代了高举高打的“流量驱动”,成为最为经济且能持续获取流量和赢得增长的核心方式。

“内容种草就好比是在用户那里储蓄品牌信息,目的是为了培养用户的认知和认同。销售成交就好像是取钱的过程,如果没有经过平时储蓄的辛苦,何来取钱时的轻松、快乐?”张锋团队深知种草对于销售转化的重要性。为筹备双11,7月开始,张锋团队就积极推动格兰仕主推产品在种草平台的营销推广工作,并根据产品特性部署了不同的种草策略。

针对格兰仕中高端微蒸烤一体机GORT,张锋组织电商业务团队与格兰仕商家一起参与种草推广,快速提升该产品在消费者中的知名度、信任度,将其打造为电商平台的微蒸烤一体机爆款产



生活电器电商业务团队备战双11。

品。通过邀请KOL、KOC在种草平台发布“引导性消费”种草内容,更大范围吸引潜在消费者的关注、提高认知,有效促进消费转化。

针对于流量机型,电商业务团队分头持续在各大平台发布“0元”试用等产品体验官招募活动,通过在平台增加品牌及产品的相关内容来提升品牌曝光度,进而提高消费者选购相关产品时的被选择机率。

### 精耕细作,夯实基础

为了迎接大促销售,张锋团队一面在站外做好品牌及产品的种草推广,一面严抓站内的基础建设工作。针对各平台与店铺,他们从产品布局、价格体系、市场推广、平台沟通、深挖渠道、权益玩法等方面,进行全面梳理与通盘考虑,并以周对接和复盘的形式,督促各店铺紧密关注日销,提升排名,为旺季的销售爆

发做“蓄水”工作。

进入10月份,双11大促正式进入倒计时,电商业务部的同事也开启了高频出差模式。与天猫、京东、拼多多等电商平台负责人当面对接,以准确把握各平台双11促销节奏与玩法,积极洽谈平台资源,为品牌争取更多平台权益与支持,沟通了解到各大平台的具体政策及玩法后,业务团队再拆解细化,结合格兰仕产品特点,与线上商户反复打磨、对接,及时调整策略布局,争取旺季销售取得更多转化。

张锋表示,每一次销售大促,对于业务团队来说,是前期工作的一次大检验;对于各位商家伙伴来说,是战场上的兵戎相见。接下来会以“树立标杆”的方式,引导、帮助和激励更多的商家伙伴,更新经营思路、尝试新品类、接触新玩法,赢取更多销售转化,让每一个合作伙伴都跟着格兰仕有“肉”吃。

# 和全球客商一起探访格兰仕工业 4.0 基地

本报通讯员 陈灿彬

2023年,广交会全面恢复到疫情前水平,格兰仕线下展馆规模、产品阵容、全球到访客商量都创造了1998年自主品牌参展以来的新高。

近年来,格兰仕全产业链聚焦高端制造,持续加大在智能设备上的投入,积极推广和应用机器人和自动化技术,全力推动工业 4.0 的进程。

现在,格兰仕工业 4.0 基地焕然一新,也是全球合作伙伴到访格兰仕总部之后,大家必到的“打卡地”NO.1。原本仅是存储货物的仓库,如何变身为业界领先的工业 4.0 基地,又为何做到让客户竖起大拇指?让我们和客户一起深入感受,一探究竟。

刚走到格兰仕工业 4.0 基地门口,大家首先被大屏幕上展示的各产业链数据所吸引。这些数据涵盖了从销售端到生产端,再到出货端的完整数据链。大屏幕与各产业系统和设备 PLC 建立了数据串联,实时动态更新。

步入基地后,迎面而来的是左右两侧放置着各种机器人焊接生产线。每条生产线由 17-19 台机器人联合 30 台设备共同组合作业。每条生产线的生产节拍



达到 6.7 秒/台,全线导入 MES 系统,实现了柔性定制化生产,以满足全球多样化市场需求。

在钣金智能成型线,我们可以亲眼见证,一卷卷钢材如何蜕变为一个个精品腔体组件。这条产业线采用自动化生产设备,实现了自动上料、自动运送、自动翻转、折弯等工序。机械手的介入,使得物料抓取、装配等动作确保了焊接、铆接的质量。

来到全自动智能线,我们能够看到机器人和专机的结合,实现了自动上料、运

送、组装、检测、包装等工序。与 MES 系统的紧密配合,自动生成配置,远程操控,利用 RFID 卡、传感器采集记录每台机的检验数据。

“我们如同进入机器人帝国,它们一边欢迎我们,一边作业。我们完整地了解一个原材料的投入到一台微波打包入库的过程。”参观的客户在沿途情不自禁地分享道。是啊,在微波炉自动配套率高达 90% 的产业链上,近 150 台机器人联动 200 多台自动化设备不停挥舞作业的场景,是多么科幻和震撼!



## 格兰仕列 2023 广东企业 500 强第 105 位

本报讯(通讯员 陈绮平)近日,由广东省企业联合会、广东省企业家协会主办的 2023 广东 500 强企业发展大会在广州举行,大会发布了 2023 广东企业 500 强及行业百强榜单,格兰仕列 2023 广东企业 500 强第 105 位、广东民营企业 100 强第 53 位和广东制造业企业 100 强第 46 位。

## 格兰仕列佛山企业 100 强第 14 位、顺德企业 100 强第 7 位

本报讯(通讯员 陈绮平)10月10日,佛山市企业联合会、佛山市企业家协会发布 2023 年佛山企业 100 强、制造业 100 强、民营企业 100 强名单及《2023 年佛山市骨干企业发展调研报告》,格兰仕位列佛山企业 100 强第 14 位、制造业 100 强第 8 位、民营企业 100 强第 11 位。

10月18日,佛山市顺德区企业联合会、企业家协会举办 2023 顺德百强颁奖典礼活动,公布了顺德百强企业名单并颁奖,格兰仕列 2023 顺德企业 100 强第 7 位、顺德民营制造业 100 强第 3 位。

## 与市场赛跑 格兰仕微波炉通宵出货!



本报讯(通讯员 李扬帆)10月31日,深夜的格兰仕厂区灯火通明。“321,上链接!”格兰仕总部直播间里的主播们,正为粉丝们安利微蒸烤一体机。

作为双 11 开门红第一天,格兰仕绿色家电在全网开放现货抢购,中国市场各大电商战队“不打烊”。这一天,也是格兰仕成品仓团队的不眠夜。为保障中国市场供应链快捷畅通,格兰仕微波炉通宵出货。

工业 4.0 车间外的厂区大道上,豫 P、苏 A、皖 C、豫 A……来自全国各地的货运车停满了整个物流周转区,中转物流的叉车穿梭不停,车来车往,货如轮转。

微波炉成品仓储团队几乎全年无休。进入“金九银十”丰收季,为满足内外销需求,他们更是 24 小时响应全球市场需求。10 万台、12 万台、15 万台……每天的出货量都远超预定计划。面对不断加码的物流订单,成品仓不断调整仓储计划和出货行动,“只要市场有需要,我们一定全力以赴!”

向奋斗者致敬!向奋战在一线的格兰仕人致敬!



中国市场主管为成品仓同事送宵夜。

# 社交电商团队：每一天都是“双 11”

本报通讯员 杜美莹

格兰仕集团电子商务部社交电商团队以前所未有的势头奋战双 11。

早在 10 月 20 日,抖音商城双 11 好物节已经火热开启。开卖至今,格兰仕社交电商团队已经取得了一系列优异的成绩,大家对今年双 11 活动整体冲刺百万目标充满期待。

从社交电商团队负责人郭建焜透露,今年双 11 的周期对比去年多了 10 天。作为销售排头兵,他要求团队每天都按照双 11 大促劲头冲刺,确保每一天都是决战双 11 的状态。

值得一提的是,格兰仕店铺直播销售额连日来已超过去年双 11 活动最高峰期。截至 10 月 29 日,格兰仕直播账号排在 10 月抖音厨房电器类目店铺榜单第二,近 3 天团队日销稳定百万元以上。这些成绩不仅证明了团队成员们的辛勤付出和专业素养,更展现了这支年轻团队对市场需求的敏锐洞察力。

据了解,早在备战阶段,店铺有 4 个核心单品微波炉因与其它平台活动力度不一致而被要求剔除双 11 打标活动,团队成员一度为此信心受挫。郭建焜与团队紧密沟通,火速调整策略,重新规划了两款微波炉单品。在团队主播、运营和短视频策划全体成员的努力下,大家用 5 天时间就把两款全新单品推到 TOP 榜单,这无疑是一个巨大突破,也为双 11 目标实现打下了坚实基础。

另外,以前的绿幕直播间装修成了实景直播间,团队借助高端厨房场景进行直播销售,这种创新方式不仅吸引了更多消费者的关注,也为消费者提供了一个更加真实、直观的购物体验,直播间整体曝光点击率提升 15.42%。为了满足消费者的需求,格兰仕店



社交电商团队对接双 11 备战工作(戴孙颖 摄)

播直播时间从去年的日播 15 小时/天延长至 20 小时/天,从早上 6 点一直持续到凌晨 2 点。这种接近全天候的直播模式也使消费者能够更好地了解产品的优势和特点,从而增加购买的决心。

郭建焜介绍,今年团队继续将重心放在短视频内容创作上。他们深知短视频在当今社交媒体平台上的重要性,因此积极开发有趣、有吸引力的短视频内容来吸引更多用户。目前短视频月均观看次数达 300 万/次,整体引流及种草效果较好,通过短视频成交金额同比增长 384%。

谈及带领社交电商团队奋战的第二个双 11,郭建焜也是有感而发:“当时店铺直播从 0 开始搭建,试过直播一整天销售仅几千元,到如今店铺日销几十万,感觉就像昨天刚发生一样。”不断优化调整、抠细节和复盘已成为他和团队每天的家常便饭。

郭建焜深知直播电商依靠人、货、场三要素,从前期短视频种草洗脑到后期直播间催付逼单成交都需要过程。团队目前主要围绕微波炉品类做直播销售,下一步将会多开直播间,围绕全品类产品做更多的内容种草。同时,外联合作的达人带货也将会围绕厨电、冰洗产品铺开,以加快提升格兰仕全品类产品的曝光,这也是社交电商四季度重点工作。

以过去取得的经验为基础,不断探索新的销售方式和市场机会,格兰仕社交电商团队在今年双 11 大促启动期已经展现出了高效的执行力,从全新单品的推出、高端厨房场景的运用,到短视频内容的制作,都为店铺直播销售额的增长提供了强有力的支持。在接下来的双 11 购物狂欢节中,电子商务部社交电商团队会继续带来哪些惊喜和精彩?我们拭目以待!

# 联合作战 群策群力 微波炉总装全线提效增产

本报讯 (通讯员 王辉 郑晓妍) 走进微波炉总装车间, 只见一派热火朝天、紧张有序的繁忙景象。伴随着机器轰鸣声, 身穿蓝色工服的一线技工热情高涨, 各工序、岗位紧密衔接、全面联动, 每条线头的数字看板上, 生产数据不断跳跃闪烁, 产量持续攀升。

面对内外销你追我赶的订单, 微生制造公司创新提效增产方案, 激励全线提速大生产。“生产、质量、工艺技术‘铁三角’联合作战, 群策群力。总装线由主管带线, 10月份生产效率取得显著突破。”微波生活电器制造公司副总经理熊智康表示, 过程中大家总结了许多好的方法, 接下来将对所有生产线从计划源头进行科学梳理, 根据平台进一步优化排产, 确保整体生产效率持续提升。

一线决策, 一线落实, 一线导向。微

波炉总装车间率先开展管理下产线、领导班组跟线的措施, 扎实抓好基础管理。由生产部长、车间主任领衔的 A1、A7、A18 三条线作为提升示范, 担当“辅助线长”, 解决阻碍生产效率提升的痛点堵点, 三天内产量提升了 82.28%。两位“辅助线长”从人、机、料、法、环各方面进行现场跟踪、分析, 现场发现问题, 现场找到解决方案。

第一, 建立互信关系, 多劳多得激发干劲。

生产线就像一只木桶, 每个员工都是桶上的一块板, 只要有一块木板短, 整个木桶能装的都少。提高产线士气, 仅是早会 5 分钟打气是不够的, 更重要的是要坚持为一线员工办实事、做好事, 切实解决问题, 建立相互信任的关系。激发团队活力和凝

聚力, 鼓励“早完成早下班、多劳多得”。

第二, 面对面培养, 增强线长管理意识和能力。

线长是生产线的领路人, 也是生产一线的第一责任人, 要清晰每天工作计划安排, 做好分析和总结。既要冲在第一, 以身作则, 同时也要花更多的时间到管理、检查上, 及时发现异常、处理异常、规避异常和减少异常, 提高产线平衡, 促进产线高速运转。

第三, 强化技能培训, 稳定技工操作水平和操作质量。

三条生产线提升示范线, 除了开展技能培训外, 还结合实际因人施教——“一对一”指导新员工、手把手提高卡板员工操作熟练度、实时开展检验岗质量案例授课, 在“评优提弱”中调动员工学技提素、创先争优的积极性, 营造“比、学、赶、超”良好成长

成才环境。

第四, 强化“人岗匹配”度, 熟手一顶三。

人岗匹配涉及两个方面, 一方面是人员, 一方面是岗位。人员上, 线长善于发现培养更多的多能人才, 稳定产线员工, 往往一顶三的好手都是熟能生巧; 岗位上, 线长要熟悉岗位工艺和特点, 根据不同产品要求合理设定岗位流程。在熟悉岗位、熟悉人员的情况下, 让最合适的人做最合适的岗位。

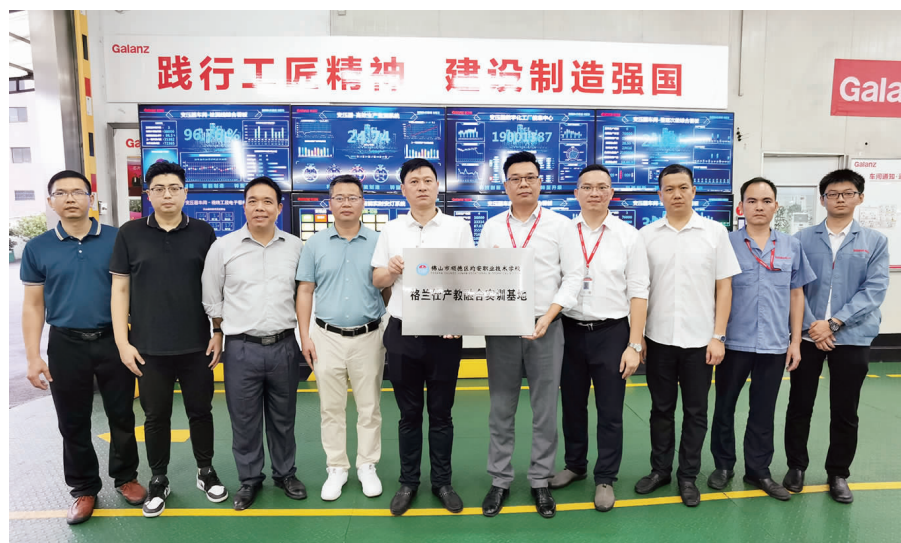
第五, 发挥团队力量, 当天问题当天解决。

计划员、物料员、线长密切沟通, 确保物料供应; 技术、质管、生产组成的“铁三角”, 形成难题解决工作坊, 随叫随到, 当天问题当天解决, 协助产线解决问题, 为大生产保驾护航。

人人都是熟手, 线线争做冠军! 全员参与, 齐抓共管, 全线效率、质量双提升。

## 以教促产 以产助教 产学合作

# 电器配件制造部挂牌“格兰仕产教融合实训基地”



电器配件制造部挂牌“格兰仕产教融合实训基地”。

本报综合报道 10月19日, 顺德区均安职业技术学校主要领导到格兰仕参观交流, 曹永明校长代表均安职业技术学校向格兰仕电器配件制造部颁授“格兰仕产教融合实训基地”牌匾, 黄钊华总监、刘敏部长及变压器、配线车间主管参加交流。

格兰仕产教融合人才培养基地由均安职业技术学校联合格兰仕电器配件共同建设, 基地按照“政府引导、行业指导、校企共建”的模式进行建设。

电器配件制造部 2021 年开始与顺德均安职业技术学校开展校企合作。2021 年 11 月 11 日, 双方签订“现代学徒制”产教融合人才培养基地协议并正式启动项目建设, 按照“校企双元培养”要求进行分工合作, 企业提供实践设备、场地和学徒岗位课程的开展, 学校配置校内优质师资队伍及教育教学资源推行“岗课赛证”综合育人模式培养“机电一体化”人才。

2022 年 3 月, 格兰仕电器配件制造公司获批为“广东省第二批产教融合型企业”。2023 年 5 月, 在佛山市首届职业教育优秀典型评选中, 格兰仕电器配件与均安职业技术学校共建的产教融合基地获评佛山市职业教育“十大优秀企业实训基地”。

2023 年下半年, 均安职业技术学校已输送第五批实习学生到格兰仕参与实习工作, 每批实习学生的工作实绩都得到车间主管的充分肯定。

在 19 日的参观交流中, 曹永明校长带领学校领导一行深入变压器车间绕线班组及整理线、配线车间线束工段现场了解学生实习情况, 对格兰仕企业文化、各车间生产环境及学生在企业工作生活各方面安排情况给予高度评价, 希望双方进一步整合行业资源和学科资源, 围绕培育产业技能人才、服务地方经济创新产教融合培养模式, 推动职业教育持续高质量发展。

## 匠心打造卓越品质

徐文华

在顺德这个地方, 作为一名地道的吃货, 怎么能不说美食呢? 我是格兰仕集团有限公司生活电器制造部技术科科长徐文华。很多人都知道, 格兰仕是做微波炉的。其实, 我们的产品在不断迭代升级。近年来, 格兰仕就有这么一款新产品——DR 空气炸微波炉, 让人们能吃到无油炸, 但口感同样酥脆的薯条、鸡块、鸡翅, 实现“美食”自由。

这款微波炉集成、高效、节能、绿色, 可实现无明火、无油烟、安全高效烹饪, 一经推出, 大受欢迎。

我们都知道, 顺德是世界美食之都, 弘扬美食文化是顺德企业义不容辞的责任。每年公司都派我参加广交会、上海 AWE、德国 IFA、美国芝加哥等重要的家电品牌展。在这些场合上, 大家都会看到我用格兰仕最新的产品做烹饪演示, 而美食散发出来的香味, 总是会吸引世界各地的观展者聚集而来。那一刻我心念一动, 何不用我们智能烹饪产品把顺德美食文化发扬光大呢?

为了完美展现传统味道, 我用格兰仕蒸烤箱不断调试, 制作双皮奶、伦敦糕等顺德美食, 仅半年时间, 我就用掉了 2 万多枚鸡蛋, 被同事们戏称为“奶爸”——大家可能想象不到, 测试期间, 从一开始大

家围着我不散到一见我就跑, 我竟然从公司里“最受欢迎”的人变成了“备受嫌弃”的人, 因为他们被我用美食投喂得明显出现体重“飙升”的威胁。

除了日复一日的实验测试和演示分享, 我还通过自媒体、书籍、向专业人士请教等方式, 学习摄影和视频制作, 带领团队制作出 500 多款美食菜单, 配合新产品发布, 推送烹调云食谱。

作为全球领先的综合性健康家电和智能家居解决方案的供应商, 格兰仕的产品既展现了中国智造的科技力量, 也蕴含了顺德美食的文化力量。

质量是企业的生命线, 创新是企业发展的源动力。作为公司生活电器制造部技术科科长, 我的主要工作是产品测试, 它相当于给产品体检。

记得 2016 年, 我在测试一款即将上市的电烤箱时, 发现烤制的食物存在部分夹生。凭借多年的经验, 我判断是因为电烤箱两侧发热管距离太近, 导致温度不均匀。我深知, 如果有瑕疵的产品流入市场, 会对企业品牌的形象造成致命性的打击, 于是我立刻向工程师提出调整意见。由于该款产品即将上市, 工程师也认为这并不影响产品性能, 没有立刻采纳我的意见。

为此, 我们大吵了一架。

为了说服工程师, 我每天连续工作超过十二个小时, 通过反复分析, 研究食物受热成熟曲线, 还手工打造了 26 个箱体, 终于找到最佳解决方案。最后, 产品如期上市并热卖, 全年销售量达 30 余万台, 为公司创造了良好效益。

我对产品零瑕疵的坚持, 让这位工程师刮目相看, 最终我们成为了好朋友。真是不打不相识啊! 后来, 他一有新开发的产品, 都会让我这个“完美控”先提意见。

我们在开展产品体验测评工作中, 形成了一整套量产前产品质量把控体系, 创建了标准化文件 51 份, 申请了相关实用新型专利 7 份, 通过标准化严把产品质量关, 匠心制造, 追求卓越, 用“零缺陷”品质擦亮“佛山制造”品牌。

百舸争流, 奋楫者先; 中流击水, 勇进者胜。格兰仕自 1978 年创立以来, 坚持实干创新, 秉持“人是格兰仕第一资本”理念, 专注聚焦于制造业追求高质量发展。我于 2004 年从清远来到佛山, 一直与格兰仕共成长。20 年来, 在格兰仕提供的发展平台上, 从平面设计员到包装工程师, 经历了 236 款产品的研发, 一步一个脚印

成长为技术科科长。

格兰仕开放的发展平台给了我丰厚的回馈, 我先后被评为佛山最美产业工人、佛山·大城工匠、广东省五一劳动奖章, 2022 年又获得了全国五一劳动奖章, 是格兰仕这个温暖的大家庭滋养了我, 是佛山这片开放包容、务实创新、敢为人先的沃土塑造了我, 成就了我。

作为一名劳动模范, 一名市党代表, 日常工作中, 我在做好科技创新的同时, 也十分注重传帮带, 带领团队组建了测评的框架和严格的测评体系, 带出了一众“完美控”。创新技术、提升品质, 为佛山制造业高质量发展贡献力量, 是我们不懈的追求; 推动实现佛山“515”战略目标, 我和我的团队一直在路上!



(本文根据徐文华在 10 月 13 日“学习贯彻习近平总书记视察广东重要讲话精神 推进佛山高质量发展”主题宣讲产业工人专场上的演讲整理)

# 顺德一中与德国卡塔琳娜文理中学互访交流团探访格兰仕



交流团师生们在格兰仕工业4.0基地体验最新家电科技。

格兰仕烹饪中心的工程师向学生现场讲授用家电制作顺德特色美食双皮奶的方法。

本报综合报道 10月25日下午,格兰仕顺德总部迎来了一群特别的客人——顺德一中与德国卡塔琳娜文理中学互访交流团的师生们。互访交流团一行先后参观了格兰仕电器配件花园工厂、格兰仕工业4.0科技馆,零距离探讨中国制造的“秘密”,亲身体验最新家电产品,沉浸式领略家电科技与顺德美食碰撞出的美妙味道。

卡塔琳娜文理中学来自德国工业城市因戈尔施塔特市,是顺德一中的校际伙伴。此次格兰仕之行,带给中德师生们一次难忘的制造文化交流之旅。

(本文供图:通讯员 何桂泉)



中德师生们深入格兰仕核心配件生产线,探寻中国制造高质量发展的“秘密”。



中德学生对最新的格兰仕健康家电都充满“好奇”,在参观现场争相向格兰仕工作人员提问。



Very delicious! 现场的美食互动分享中,中德师生们交相点赞格兰仕。



交流团一行来到格兰仕工业4.0基地参观。



在美食制作分享环节,格兰仕烹饪中心的工程师用顺德话、英语与学生们双语互动,不一样的“德语”,让现场气氛格外热烈!



交流团师生们在格兰仕4.0科技体验馆合影留念。

## 技能点亮青春,精进铸造匠心

磁控管制造部 吴金玲

龙家堃 2019年大学毕业后进入格兰仕,作为磁控管制造部自动化工程师,在一线从事自动化设备的研发和调试工作。龙家堃刻苦勤奋,精于钻研,领导同事们见证了他在格兰仕的快速成长,磁控管制造部的平台,也让他成长为自动化领域“技术能手”。在车间生产线上,总能看到龙家堃忙碌的身影,他非常善于在工作中学习。磁控管制造部有许多自动化装配设备和检测设备,龙家堃认真收集生产过程中出现的问题,注重针对设备的痛点和难点进行钻研。比如,通过对生产线进行剖析研究,他对各工位的缺点进行优化改良,有效促进产线的生产节拍提升;针对半成品及成品检测系

统中存在的不足,他积极探索新的检测方式,开发出了高性能检测系统,有效减少生产报废同时带动产品质量提升。

不断学习,不断进步,不断充实自己。龙家堃自学了PLC的编程、机器人的编程调试、上位机软件的开发,从最初进行自动化设备电路的搭建调试,到工业机器人和上位机在生产线上的应用,日益丰富的知识让他在相关专业岗位上越来越自信从容。

2023年,龙家堃先后参加了容桂街道和佛山市举办的职业技能比赛。因为平时扎实的学习积累,加上比赛时稳定的发挥,龙家堃在容桂街道第二届职业技能大赛上荣获工业机器人

项目第二名、被授予“容桂技术能手”称号,在佛山市职工技能大赛上得自动化生产线编程与调试技能竞赛第五名、被授予“技术能手”称号。

龙家堃表示会传承工匠精神,带动更多的人参与到技术提升,技能成才中来。鼓励大家积极学习,共同进步,积极参加各类比赛,提高自己的技术水平,争当技术能手。

在龙家堃看来,在这个数字化、智能化突飞猛进的时代,制造业专业技术人员将会越来越被看重。他们认,对于新时代的青年工程师来说,要有理想、能吃苦、敢钻研,只要沉下心来,不断地提升自己,定能书写青春靓丽的人生华章。

## 2023年,我成为格兰仕人第23年

电器配件制造部 王力



2000年9月5日,是我成为格兰仕人的日子。入职23天后,在公司的厂庆活动上,我有幸抽中了一台当年最新款的格兰仕烧烤型微波炉。当时微波炉对我来说还是新事物,领奖时,

我傻傻地问颁奖领导:“这是啥?能烧菜能煮饭吗?”

2002年,入职后第2年,我被提升为车间统计员,负责计算车间员工工资及人事资料管理。当时的领导曾“吓唬”我:“你要努力,如果过不了试用期,就老老实实回元器车间开绕线机去……”

那时的办公电脑还是“大屁股”,运行的软件是WINDOWS 95。我没有手机,只有座机和顺德厂中心桥边的公用电话亭,兜里总是装着一堆20元、50元面值不等的200电话卡。我尚不熟练使用电脑,不熟悉工作流程,不熟悉业务。初期工作出报表,我每晚都要加班到凌

晨2-3点才能完成。

2005年,车间现场安全员用当时最好的数码相机给我拍了张形象照,贴在车间架构图上,没多久,我就被调到微波炉旁资料科。

穿了5年的淡蓝色厂服换成行政套装,同事说这是我穿过最得体的衣服,修身简洁又干练,对着镜头开心一笑,定格在我人格的第六个年头。

岁月匆匆,20多年时间转瞬即逝。我在成长,格兰仕也在飞速发展壮大。在同片天空下,我们一起迎着朝霞与暮日,在冲床机器轰鸣声里,朝着心中的梦想一步一个脚印。

未来,我和格兰仕,还有很多20年。

作者语:

这首小诗,初作于2017年9月28日。不知不觉中6年过去了,又到了9.28格兰仕创业纪念日,翻到旧作,感慨万分。寥寥文字,百感交集,情意绵长——忆往昔,感恩祝福;期未来,岁月不负!

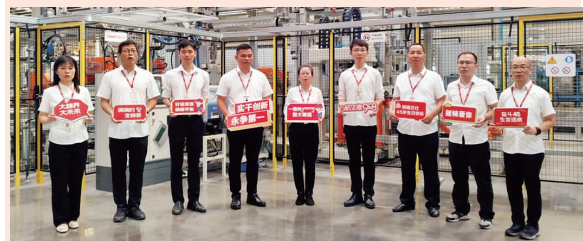
## 那年

洗碗机制造部 王晓花

那一年, 22岁, 高束马尾,素净脸庞, 青春得意,梦想飞扬, 缘起千里,命中相遇; 你27岁, 飒爽英姿,声震寰宇; 最美年纪。

那一年, 30岁, 意气风发,孜孜不倦, 锋芒棱角,无畏无怨, 学之勤勉,独挡一面; 你35岁, 深谋远虑,内外享誉; 最好年纪。

如今, 时光如梭,岁月如歌, 感恩怀德,相守相依; 你45岁, 脚踏实地,顶天立地; 最强年纪。



王晓花(右五)和洗碗机制造部核心团队