



惠而浦（中国）冰箱产线升级复产，提质增效再攀高峰

本报讯(通讯员 丁洋 李中刚)智造脉动催奋进,产线焕新启新程。6月13日,惠而浦(中国)厨电工厂冰箱产线完成焕新升级并实现全面复产,标志着冰箱核心生产单元迈入高效运行的新阶段,为全球市场稳定供应注入强劲动能。

当天上午10时08分,“焕新复产 质领未来 再攀高峰”主题仪式隆重举行,梁昭贤董事长、梁惠强总裁率公司管理层、项目团队及各相关部门代表齐聚现场,共同见证这一重要时刻。

在仪式上,董事长、总裁高度评价各相关部门在项目推进过程中展现出的责任担当与协作精神,现场表扬了一批先进团队和优秀个人,并深情回顾了冰箱战略新品项目在攻坚克难中的奋斗历程。同时,就下一阶段重点工作提出明确要求和具体部署。

焕新复产,一路加速

“冰箱项目最近一年连续不断的挑战让我们团队不断成长。”惠而浦(中国)厨电工厂厂长卢伟表示,此次线体拆装升级改造,对于冰箱团队而言是一次千载难逢的成长机遇。

本次升级改造内容包括:优化吸塑机布局,拉直预装线体,重新规划发泡夹具布局,将真空泵向西移动11米,有效延长电性能、气密性作业区域,新增两条商检线体,打通后装线体通道……这一系列工程,在过去看来几乎是难以实现的任务。

在公司决策层的坚强领导下,厨电工厂冰箱团队与集团技工团队、IT部门以及公司研发、采购、外贸等部门紧密配合,连续奋战22天,以汗水与智慧攻克一个个“不可能”,圆满完成冰箱产线焕新升级任务,为后续产能提升打下坚实基础。

卢伟表示,在如此短时间内完成一千多米产线的拆卸、安装与改造,离不开董



事长、总裁的亲自指挥和大力支持,离不开研发、外贸、工贸、财务及各兄弟工厂不分彼此、昼夜奋战的通力协作。

匠心传承,不负使命

面对国际市场复杂多变的形势,惠而浦(中国)冰箱产线升级改造与复产项目团队书写了一段波澜壮阔的奋斗篇章。

“这不仅仅是一条生产线的交付,更是一份沉甸甸的承诺。”在22天的日夜奋战中,陈灿彬与集团选派的技工团队深刻体会到,此次冰箱产线升级改造项目,不仅是一项技术支援任务,更是企业履责、团队协作与践行行业使命的集中实践。

面对紧迫的交付周期、工艺差异、技术壁垒以及多组织协同等多重挑战,技工团队始终坚持以高效交付为核心目标,以匠心守护初心,高质量完成了包括长度约650米的滚筒皮带线、990米的链板线、77套顶升输送单机、20余个配电柜,以及多

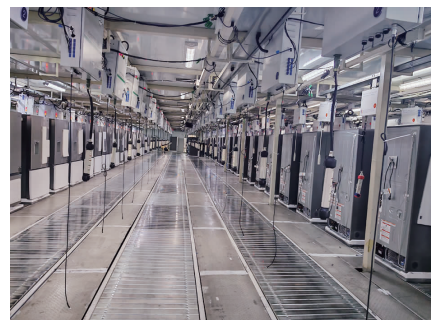
套非标单机设备在内的整体布局调整、预装改造、返修段增设、商检房建设、新程序编写及旧程序优化等一系列关键任务。

在项目推进过程中,采购团队同样面临诸多前所未有的挑战——从吸塑机拆装的技术难题,到发泡机交付周期要求压缩一半,每一项任务都亟需供应商的密切协同与高度配合。为破解难题,采购团队积极应对,通过电话、函件、微信等多种渠道加强与供应商沟通,并根据关键节点安排驻场办公,实时掌握产线改造进度及供应商配套情况,最终实现了设备交付周期缩短、成本可控的目标。

此次项目的顺利完成,是汗水、技术与智慧深度融合的成果。从生产、工贸到研发、销售,各个环节紧密衔接、精益求精。

突破极限,再攀高峰

“惠而浦(全球)的同事对我们这次拆装改造给予了高度评价:‘你们真的很了



不起,这项工程足以让你们再次赢得荣耀!’”惠而浦(中国)研发副总裁王红强分享道。他指出,项目团队同心协力、夜以继日的奋战,赢得了客户的广泛认可——我们的产品了不起,制造同样了不起。

“上个月我在美国零售卖场看到了我们的冰箱新品,听到了客户和消费者很多积极反馈。”外贸业务代表高照红表示,客户订单持续稳定,产线升级复产进一步增强了外贸业务的信心。

此次升级复产,标志着惠而浦(中国)冰箱智能制造迈上新台阶,也为公司迈向高质量发展增添新动力。站在新起点上,冰箱项目团队将坚持高标准引领、高效率驱动、高水平布局,全面贯彻公司战略部署,切实推动各项工作落地见效。

卢伟表示,厨电工厂将继续深化战略执行,着力打造一支“能打硬仗、能打大仗、能打胜仗”的高素质专业化团队,强化与各部门、各兄弟工厂的高效协同,不断推动产品实现从“从无到有”向“从有到精”的跃升。下一步,工厂将以质量为核心抓手,严格把控每一个生产环节,持续优化生产流程、提升运营效率,以更低的成本、更优的质量、更高的效率打造更具市场竞争力的产品,回馈公司的信任,超越市场的期待。

从图纸到成品,“味来星”解码格兰仕如何智造高端一体机

本报通讯员 李扬帆 黄福敏



随着高端嵌入式家电与多功能一体机市场的持续升温,格兰仕依托“微波+N”技术矩阵不断拓展烹饪边界,推出一系列集多功能于一体的产品,为消费者带来健康、便捷、智能的厨房新体验,赢得市场广泛认可。

作为格兰仕致敬微波炉发明80周年的纪念之作,“味来星”系列微蒸烤炸炖一体机自上市以来便引发高度关注。良好的市场口碑背后,是研发、生产与质量“铁三角”团队高效协同的结果。从品类定位升

级到创新技术落地,从设计图纸到QC工程图、SOP作业指导书,产品诞生的每一步都凝聚着团队的心血与智慧。

开发:技术领先,满足消费者需求

格兰仕一体机的设计初衷,在于高效适配现代厨房有限的空间布局,同时满足消费者日益多元化的饮食与烹饪需求。聚焦健康家电的发展趋势以及高端市场对高品质产品的要求,嵌入式一体机需在提升空间利用率的同时,实现更优的性能表现。

这不仅带来了更复杂的软硬件集成挑战,也对制造工艺水平提出了更高标准——而这些因素直接关系到生产效率与产品质量的保障。

为此,格兰仕微生制造依托以研发、生产、质量为核心的“铁三角”协同机制,推动各专业团队提前介入、深度协作,在工艺指标、生产节拍与质量稳定性等关键维度上充分论证可行性,并将这一机制贯穿于产品全生命周期管理中。(下转第2版)

本期导读

2版·要闻 Yao Wen

推动创新提质增效 格兰仕微波炉研发全链条标准化

在全球市场多元化与个性化需求日益增长的背景下,作为微波炉行业的领航者,格兰仕如何在保持产品创新能力的同时,进一步提升开发效率与制造协同能力?答案在于企业技术中心构建的一套贯穿产品全生命周期的标准化体系。从物料标准化到平台通用化,从规范外观设计到推动元器件集约化,标准化理念深度融入产品研发全流程。

2版·要闻 Yao Wen

惠而浦(中国)欧式滚筒 荣获日本家居巨头“商品开发奖”

5月29日,惠而浦(中国)滚筒洗衣机凭借卓越的技术创新实力和优异的产品品质,荣获日本知名家居零售连锁巨头颁发的“2024年度商品开发奖”。该产品自2024年6月开始量产以来,在不到一年的时间里便获得了以严苛质量标准著称的日方客户的高度认可,这充分体现了惠而浦(中国)在产品技术与品质管理方面赢得了高度信赖。

3版·要闻 Yao Wen

格兰仕中国市场全渠道协同发力 嵌入式品类加速布局

在集团“328”年会明确的战略指引下,格兰仕中国市场各项工作稳步推进,主营业务实现稳步增长。其中,微波炉品类与嵌入式品类成为市场增长的重要引擎。“味来星”系列一体机等新品上市,成为全渠道推广嵌入式产品的有力抓手。今年1-5月,格兰仕全国新开拓嵌入式产品进店247家,嵌入式品类销量同比增长200%。

4-5版·专题 Zhuan Ti

人人讲安全 个个会应急 ——查找身边安全隐患

今年6月是第24个全国“安全生产月”。格兰仕顺德、中山厂区及惠而浦(中国)各工厂紧扣主题,结合各自实际,创新开展了一系列安全活动。各生产单位聚焦责任落实、风险防控、能力提升,从压实责任链条到强化全员参与,从安全宣传教育到隐患排查整治,从急救技能培训到应急演练,全方位筑牢安全防线。

推动创新提质增效

格兰仕微波炉研发全链条标准化

本报讯(通讯员 李扬帆)在全球市场多元化与个性化需求日益增长的背景下,作为微波炉行业的领航者,格兰仕如何在保持产品创新能力的同时,进一步提升开发效率与制造协同能力?答案在于企业技术中心构建的一套贯穿产品全生命周期的标准化体系。

标准化是高效创新的起点

走进微波炉研发部门的标准化展示区,一排排整齐的注塑件、电器件、把手组件等通用物料引人注目。技术负责人廖工几乎只要看一眼铭牌信息,便能快速讲出它们的具体参数与适配信息。

格兰仕将“少而精”的理念融入标准化推进过程中。物料要少、设计要规范、通用性要强,这三大目标成为格兰仕微波炉推进研发标准化的核心准则——减少物料种类,降低采购与库存压力;统一设计规范,提升跨部门协作效率;增强零部件通用性,便于后续平台复用与迭代。

标准化不是对创新的束缚,而是让创新成果更快落地、更容易复制的轨道。尤其当项目数量随着企业规模增长时,标准化成为确保研发节奏可控、质量一致的重要抓手。

全球平台,本地适配

从源头定义通用性——产品开发

一开始就面向全球市场。微波炉研发团队整合多年海外合作经验,构建了一套高于行业平均水平的企业内控标准体系,涵盖安规认证、结构设计、软件逻辑等多个维度。

“基于这套标准,不同区域的产品可以实现 80%—90%的通用率。”廖工表示,“比如南非和德国的机型,核心平台完全一致,只需针对当地电源、电压或用户习惯做局部调整。”

这种“平台先行、适配为辅”的策略,不仅提升了开发效率,也降低了售后维护成本,为全球化运营提供了扎实支撑。

柔性创新有章可循

外观设计如何标准化?为了兼顾美观与通用,格兰仕微波炉研发团队建立了详细的设计规范库和指引文件。工程师在产品初期就必须考虑通用性问题。

目前,已有数十种通用颜色方案纳入标准库,旋钮、把手、控制面板等高频交互部件实现了跨机型互换。同时,所有新设计必须经过标准化评审,并评估其未来延展潜力。

“我们鼓励设计师思考:这个旋钮是否适用于下一代产品?这种纹理能否复用到其他系列?”廖工强调,标准化文

档和审查流程是知识沉淀的关键工具,能帮助新人快速上手,也能为后续项目提供成熟参考。

元器件集约管理

在电机、磁控管等核心元器件方面,格兰仕推行“区域通用、集中采购”的管理模式。面对不同市场的差异化标准和客户定制需求,研发团队采取“对内提效+对外协同”的双轨策略:对内,联合生产车间梳理 BOM 清单,减少重复开发;对外,与业务端共建需求筛选机制,在满足客户诉求的同时,尽可能沿用现有标准方案。这一模式有效平衡了标准化与个性化的矛盾,也为后续供应链优化打下了基础。

从物料标准化到平台通用化,从规范外观设计到推动元器件集约化,标准化理念深度融入产品研发全流程。标准化工作不能一蹴而就,它不是一个静态目标,而是一个动态积累、不断优化过程。在全球化浪潮汹涌澎湃、个性化需求纷繁复杂的市场环境下,如何借助标准化体系深入推进,既保障产品质量、提升团队协作效率,又能在标准化框架内为创新预留弹性空间,是研发部门需要持续探索并着力解决的关键课题。

惠而浦(中国)欧式滚筒荣获日本家居巨头“2024 年度商品开发奖”

荣誉奖杯承载信任，激发奋进力量

惠而浦(中国)产品研发中心 戴威

5月29日,惠而浦(中国)滚筒洗衣机凭借卓越的技术创新实力和优异的产品品质,荣获日本知名家居零售连锁巨头颁发的“2024 年度商品开发奖”。该产品自 2024 年 6 月开始量产以来,在不到一年的时间里便获得了以严苛质量标准著称的日方客户的高度认可,这充分体现了惠而浦(中国)在产品技术与品质管理方面赢得了高度信赖。

这一沉甸甸的荣誉不仅是对外贸、研发、品质、制造、采购等相关部门全体员工辛勤付出与不懈努力的肯定,更是对未来深化双方合作的有力激励。

获奖的欧式滚筒洗衣机项目于 2024 年 2 月初正式立项。在深入调研日本市场的基础上,客户明确提出了一系列针对差异化消费需求的产品开发方向,精准把握日本市场的趋势变化,并对洗涤效率、烘干性能及整机质量提出了远超行业常规的要求。尤其在项目周期方面,仅有短短四个多月的时间,挑战巨大。

面对严峻考验,惠而浦(中国)研发团队迎难而上,全力以赴攻克技术难关。为满足客户提出的苛刻烘干指标,团队通过大量实验验证,持续优化烘干

结构设计、风机转速控制以及软件算法逻辑,最终成功实现 1 小时完成 2kg 衣物“特急洗烘”的核心功能,刷新了日本市场滚筒洗烘一体机在单位时间内的最大洗烘容量纪录。

在全体成员的通力协作与高效执行下,产品于 2024 年 6 月 13 日正式投产,上市后迅速引发市场热销。原定年产 1 万台的目标很快被打破,截至 2025 年 6 月,项目累计出货量已达 7 万台,远超预期,深受当地消费者喜爱。

亮眼的市场表现背后,是产品坚持以用户为中心的设计理念与技术创新:

精准容量覆盖。针对日本家庭结构特点,推出 10kg (适合单身人士或小家庭)和 12 kg(适合多口之家)两种容量方案,兼顾实用性与空间利用率。

智能烘干过滤自清洁系统。可自动清除烘干过程中附着在过滤网上的绒毛与残留物,有效减少用户的日常维护负担,提升使用便捷性。

高效洗烘功能。具备 1 小时内完成 2 kg 衣物快速洗烘的能力,显著提升小批量衣物的洗涤和烘干效率。

极简美学设计。黑白双色机身适配

多种家居风格,紧凑结构契合日本住宅的空间需求;触控界面操作直观便捷,进一步优化用户体验。

这份荣誉属于每一位并肩作战的同事。从方案设计、部件开发、样机制作、整机试产,到与合作伙伴的对接协调与落地执行,每一个环节都凝聚着团队的智慧与汗水。

正是研发工程师们精益求精的技术追求,让每一项创新真正落地生根;外贸团队耐心细致的沟通,确保产品获得精准反馈并不断优化细节;采购部门对供应商的严格筛选与深度协同,保障了零部件的高品质与成本优势;品质团队以科学严谨的标准把控每一道工序,确保产品品质始终如一;制造部门通过精益化管理与智能化产线升级,实现了高效生产与品质一致性。

立足市场需求,惠而浦(中国)产品研发中心将秉承高标准、严要求的工作作风,携手全体同仁,继续深化与合作伙伴的协同创新,不负信任与荣誉,持续打造更多具有市场竞争力的精品,深耕日本市场,拓展亚太及其他新兴市场,推动全球业务持续稳健增长。

深化战略合作
精准市场布局

惠而浦 (中国) 外贸业务持续开拓

本报讯(通讯员 董胜超 李帝 汪钰冰)“业绩即尊严。”在全球经济形势复杂多变的背景下,惠而浦(中国)外贸业务积极发挥“火车头”牵引作用,与研发、制造等部门深化协同,推动公司综合竞争力与执行力提升。2025 年上半年,面对外贸的新机遇与新挑战,惠而浦(中国)持续推进与全球核心客户的深度合作,特别是在日本及亚太区域实现业务突破,为国际市场拓展注入新动能。

扩大合作共识，构建共赢生态

4 月至 5 月,日本两大核心零售客户的管理团队相继到访惠而浦(中国),双方就产品发展路径达成多项共识。在公司管理层的高度重视与大力支持下,日本区域外贸小组与核心客户同步启动高频互访机制,每 1 至 2 周与客户进行面对面沟通,实地走访客户卖场、办公室及惠而浦(中国)各个工厂,切实推动合作向纵深发展。

在合作模式上,惠而浦(中国)突破传统 OEM 框架,由外贸业务联合研发与制造团队,与客户就销售网络建设及售后服务体系展开深度交流。针对客户首次推出滚筒洗烘新品所面临的售后顾虑,公司迅速成立专项服务小组,赴日本多地门店开展现场支持工作,确保客户需求得到快速响应和有效解决。

上半年,惠而浦(中国)集中资源重点打造的一款滚筒洗衣机新品顺利上市。一位核心客户反馈,与惠而浦(中国)合作推出的洗烘一体机功能丰富、品质稳定,性能价格比远超日本本土大品牌,自 4 月底发售以来供不应求,成功打破了同行业对中高端家电的传统认知,赢得市场热烈反响。该客户表示,期待下半年继续导入第二款、第三款爆款洗衣机,进一步拓展高端市场份额。

聚焦亚太需求，开拓新兴市场

随着台湾地区及东南亚市场对高品质节能家电需求的增长,惠而浦(中国)外贸亚太业务组于 5 月开展了密集的客户拜访行动。团队深入当地生产型企业,实地考察生产线与运营场所,深入了解其业务模式与需求,结合产品特性推荐适配型号。多家客户对合作表现出浓厚兴趣,提出加单意向,并就新项目开发达成初步共识。针对市场反馈,业务团队已制定细化行动计划:完善新产品开发细节,明确合作方案责任分工,确保项目高效落地。通过精准匹配客户需求与产品优势,外贸业务团队持续挖掘区域市场潜力。

完成阶段性市场拓展工作后,外贸业务团队召开了专题会议,系统分析市场数据,总结成功经验并寻找改进空间。各业务部门以 KPI 为导向,主动对接潜在商机,

(下转第 6 版)

(上接第 1 版)

在开发阶段,如何确保新品具备大规模生产的可行性?通常,研发团队会通过内部头脑风暴明确技术路径并达成共识,随后“铁三角”团队即刻介入设计评审环节。

以“味来星”系列为例,其创新融合九大专利技术,集成微波、蒸汽、烧烤、空气炸、营养炖五大核心功能,高度集成化对腔体布局、风道设计乃至材料选择提出更高要求。“铁三角”团队立足各自专业领域,从外观设计、性能表现、用户体验等多维度综合评估,筛选出最优方案。这种前置化、系统化的评审机制有效规避了后期大幅修改的风险,提升了产品落地的成功率。

中试：高效协作，突破工艺难题

“为提升嵌入式一体机的空间利用率和微波均匀性,我们对腔体内底板尺寸进行了扩大。”工程师陈工介绍。然而,在

试产过程中发现,原有点胶设备无法完全覆盖扩大后的底板区域,存在边角漏胶问题。

“铁三角”团队迅速组织技术攻关,经过半年的设备改造和专用点胶枪头研发,最终攻克了这一工艺难题。

此外,针对带蒸汽功能的一体化产品,其腔体内壁涂层工艺面临特殊挑战:涂层过薄易导致水汽腐蚀,过厚则影响均匀性。为此,“铁三角”团队参考高温油厚度标准,通过优化喷涂参数和改进工艺流程,成功实现涂层厚度与均匀性的平衡,显著提升产品耐用性与品质感。

“首次试产阶段我们就同步学习装配流程和检测方法,汇总试产过程中的工艺、技术和来料问题,推动产品持续优化。”生产主管潘工透露。团队将工作细化至每一个部件的工艺标准,建立起

问题发现与解决的闭环机制,确保每个环节的问题都能快速响应、及时处理。

量产：精益求精，持续改善

在进入量产前,“铁三角”团队系统梳理了产品开发、测试、试产阶段的关键问题,形成完整的技术档案。在此基础上,团队组织质量、工艺、生产等部门召开产前会议,全面完善生产工艺流程与质量控制体系,包括优化 QC 工程图、细化 SOP 作业指导文件等内容。

以“零缺陷”为目标,针对复杂的组装工序,生产车间引入自动化设备与可视化系统,采用模块化产线,实现变频微波、热风、蒸汽等各系统组件的并行装配,总装效率提升 30%。

与此同时,车间实施专线生产与专人负责制,强化全过程质量管控。“专人负责机制显著提升了问题识别与解决的效率和准确性。”产线质量主管郭工表

示。例如,在蒸汽老化测试中发现部分批次产品腔体存在水痕残留问题后,团队立即优化组装与包装流程,有效消除质量隐患。

今年以来,格兰仕一体机产品市场表现持续向好,订单量稳步增长。研发、制造团队始终秉持“精益求精”的理念,把产品质量的提升视为永无止境的追求,持续推动工艺革新与技术升级。

目前,“味来星”系列产品已成功打开海外市场。依托“铁三角”团队在研发与制造过程中积累的丰富经验与技术沉淀,格兰仕微生制造公司对该系列产品在全球市场的竞争力充满信心。

随着“味来星”系列等一体机在国际市场的稳步拓展,其成功经验将持续赋能后续高端产品线的研发,并为格兰仕“中国制造、全球销售”战略的深入推进提供有力支撑。

格兰仕中国市场“推高卖新”开拓新增长极 全渠道协同发力 嵌入式品类加速布局

本报讯（通讯员 范瑞敏）在集团“328”年会明确的战略指引下，格兰仕中国市场各项工作稳步推进，主营项目实现了稳步增长。其中，微波炉品类与嵌入式品类成为市场增长的重要引擎。

夯实微波炉品类领跑地位

“买微波炉就选格兰仕！”沙力作为格兰仕微波炉线上渠道的重要合作伙伴，今年1至5月实现销售同比增长79.7%，持续领跑电商平台客户。

沙力运营负责人吕一帆表示，业绩增长的核心在于对“328”年会战略的深入贯彻与高效执行。今年以来，沙力突破单一爆款模式，一方面通过高颜值、差异化的复古微波炉吸引年轻消费群体；另一方面，着力推广微蒸烤炸等功能复合型产品，积极满足用户对高品质家电的多样化

需求，助力“推高卖新”战略落地。

集团对微波炉品类在中国市场的销售提出了“推高卖新、量价齐升”的总体要求。生活电器营销本部围绕端口品、结构品及高端复合型产品，制定了差异化营销策略。沙力通过精细化运营、推广种草以及对用户需求的精准洞察，逐步稳定核心端口，全面抢占平台流量，并积极开拓增量，进一步提升结构品及差异化单品的销售占比。

吕一帆介绍，在集团和营销本部的大力支持下，沙力自2020年起便着手推进渠道的多元化布局，形成了先发优势。同时，抓住家电国补的市场机遇，积极推动国补政策落地和用户的售前引导，有效促进京东、拼多多等平台销售突破，为整体业绩增长提供了有力支撑。

全力推动嵌入式品类销售

今年上半年，嵌入式品类的推广成为中国市场业务团队的重中之重。以致敬微波炉发明80周年纪念款新品——“味来星”系列微蒸烤炸炖一体机为代表的嵌入式产品悉数上市，产品覆盖微蒸烤炸炖、蒸烤箱、烤箱、微波炉等多个品类，成为全渠道推广嵌入式的有力抓手。

在线上，对口开发了有投入意愿、有精细化运营能力、有独立团队的客户进行嵌入式产品的操作，确保稳定有力起步。同时，打造高端嵌入式直播间，借助小红书、视频号、抖音等平台进行达人推广和全员种草，矩阵发力提振品类声量。在线下，采取分区域责任到人的方式，从形象、进店、培训、新品发布会、系统活动、外拓推广、全员营销等方面，系统性

推动嵌入式产品的销售工作。

1-5月份，格兰仕全国新开拓嵌入式进店247家。在渠道上，借助分销商会议、网点走访等形式，进行嵌入式产品的网点开拓，制定销售激励政策。在培训上，划分四个终端小组，专人跟进，开展逾80场培训会议，将嵌入式产品的价值、优势、差异化特点传递给客户和销售网点，嵌入式品类销量同比增长200%。

生活电器营销本部负责人吴毅表示，站在内外部竞争环境深刻变化的时代节点上，中国市场团队必须主动担当更大经营责任。一方面，将持续巩固微波炉品类的核心优势，进一步筑牢“护城河”，扩大市场领先优势；另一方面，加大力度推进嵌入式品类发展，为销售的高质量转型提供更大助力。

惠而浦(中国)内销团队召开 2025 年营销工作部署会议 改变问题 改造自我 突破市场

本报讯（通讯员 郑贤菊）为统一思想、明确方向，在变革中重塑发展动能，惠而浦（中国）股份有限公司中国市场销售中心于6月7日组织召开了“中国市场2025年营销工作部署会议”。中国市场销售中心负责人陆海华主持会议并进行全员动员，销售业务部门及相关职能部门代表共同参会。

本次会议以“改变、改造、突破”为核心关键词，围绕公司战略全面部署2025年度中国市场营销工作，系统推进组织思维转变、机制体系再造和市场格局突破，致力于打造敏捷高效、响应市场的组织体系。

陆海华指出，人才本应是企业发展的第一资本，是生产力和竞争力的重要体现。然而，在前期中国市场的发展过程中，部分人员变成了企业的成本而非资本。当前，必须从源头出发，加快改革步伐，推动每一位员工真正回归“资本”的本质定位，激发组织活力与内生动力。他强调，全体员工应树立“事业思维”，摒弃狭隘的“职业观念”。不同的思维方式将直接影响个人认知与行为选择。若仅以职业心态看待工作，容易产生抱怨情绪，甚至陷入自我内耗；同事之间、部门之间也可能因此缺乏协同、沟通不畅，影响整体效率。只有具备事业心、责任感，才能形成统一的认知基础和行动方向，实现



“同频共振”。各部门之间要加强沟通协作，以经营视角看待问题，推动组织向更加开放、高效、协同的方向演进。

围绕“改变、改造、突破”的总体思路，会议对于“变”与“造”的具体路径和意义进行了深入解读：“变”，即变政策导向、变销售职能结构、变费用支持体系、变订单处理机制、变物流服务规则；“造”，即营造积极向上的组织文化、创造新客户群构建新格局、创造结构化经营能力、打造样板市场标杆。

陆海华指出，要紧紧围绕“变”与“造”，找准方向、找回自我、赢得主动。唯有业绩才能赢得尊重，唯有通过思想上的改造和行动上的改变，才能实现业绩上的真正突破。

会议围绕2025年产品策略、价格体系、政策安排及市场操作思路进行了系统宣贯与部署。综合管理部就2025年度销售合同执行要点及2025年7月至2026年6月销售任务目标进行了详细说明，并组



织签署责任状，确保目标层层分解、责任落实到人。售后服务部围绕配件保障体系建设、服务网点优化布局、提升客户服务时效等方面进行了专题分享，进一步强化“销服共济”的协同理念。各区域销售业务经理结合本地市场特点，就渠道运营策略、区域操作规划等内容展开深入交流。

与会人员对即将重磅推出的W11双辰系列新品给予了高度评价。大家一致认为，该系列产品不仅延续了惠而浦品牌高端调性，更在设计创新、工艺品质及用户体验等方面实现突破，为销售一线提供了强有力的支撑与赋能。

本次会议既是年度工作部署会，也是全员动员会。面对新的发展阶段，惠而浦（中国）内销团队按照公司战略指引，以“改变”破局、以“改造”提质、以“突破”开路，坚定信心、奋发作为，努力开创中国市场营销工作新局面。

格兰仕专柜入驻京东 MALL 双井店 以“爆品+体验”引领家电消费新风尚

本报讯（通讯员 郭嘉莉）6月14日，北京东三环与东四环间的核心商圈再添商业新地标——京东MALL双井店正式开门迎客。作为北京京东五星系统继首店之后的第二家重磅落子，这座5万平米的综合性商场以“家电+餐饮+休闲娱乐”全场景融合的姿态，为京城消费者打造了一站式品质生活消费的新主场。其中，国民家电品牌格兰仕专柜入驻，凭借“爆品促销+沉浸式体验”的双重策略，成为开业首日最受关注的品牌之一。

作为京东的重要合作伙伴，在筹备前期，格兰仕与当地代理商与系统负责人反复对接，确保做好充足的准备。专柜集中展示了嵌入式家电、微蒸烤一体机等明星产品。针对开业节点，格兰仕与京东五星系统经过多轮深度对接，围绕消费者需求定制了“真金白银”的促销政策。其中，搭载微蒸烤一体功能的旗舰机型在享受国家补贴后，以1999元的“惊爆价”限量发售，吸引

了众多高端厨房电器消费者的关注。

以场景化体验破圈，制定年轻客群“种草”新玩法。考虑到门店地处高端小区与商业圈聚集地的区位特点，格兰仕在活动中融入了“社交属性”与“文化体验”，精准触达年轻消费群体。“格兰仕京东MALL抽小手办啦，可爱，开心！”开业期间，消费者可任选一款格兰仕IP盲盒手办，在格兰仕微蒸烤一体机前完成打卡拍照并发布至小红书，即可免费带走心仪盲盒。这一“打卡+福利”的组合拳，吸引了大量年轻人驻足参与，现场社交平台相关话题曝光量迅速攀升。

此外，格兰仕还延续了“厨房美食专家”的定位，特别设置了传统美食演示环节，现场制作酥脆饼干、网红蛋挞、热气腾腾的松软包子等美味。通过“现做现尝”的沉浸式体验，消费者不仅直观感受到格兰仕微蒸烤一体机高效便捷、精准烹饪、功能齐全的高品质优势，更在“动手参与”中建立起对格兰仕产品的好感与信任。“没想到



一台机器能做这么多中西美食，蒸包子居然比传统蒸锅还快，回家得好好研究菜谱！”现场试吃后下单的王女士表示。

此次与京东五星的合作，是格兰仕探索场景化零售和创新营销的重要一步。通

过“爆款引流+场景沉浸+社交裂变”的组合策略，既满足了家庭用户一站式置办家电的需求，又以年轻化运营激活了商圈活力，让消费者不仅“买得到”好产品，更能“感受得到”好产品带来的生活方式升级。

格兰仕微生制造公司开展安全生产月活动 压实安全责任 强化风险防控

本报讯(通讯员 段龙波 郑晓妍)围绕“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”主题,格兰仕微生制造公司6月份组织开展了2025年“安全生产月”活动,全面加强安全保障工作。公司各职能部门及车间通过安全宣传教育、隐患排查整治、急救技能培训和应急演练等系列行动,持续深化安全警示教育,强化安全文化引导,切实提升全员安全意识和隐患防控能力。

统筹推进,压实安全责任链条

在安全生产月活动启动会议上,微生制造副总经理熊智康与各职能部门及车间主管统一思想、凝聚共识,明确具体工作安排:

一是强化安全意识与应急能力。通过多种形式、多种渠道广泛宣传安全理念,推动员工将安全要求融入日常行为规范。同时,重点普及心肺复苏、海姆立克急救法等实用应急技能,确保员工在突发情况下能够科学、正确地实施救援。

二是落实隐患排查前置管理。坚持“预防为主”方针,常态化开展风险识别与隐患排查治理,做到关口前移,及时发现并消除各类安全隐患,把风险控制在萌芽状态。

三是压实安全责任体系。各级“一把手”要切实履行安全生产第一责任人职责,全面加强组织领导;安全管理团队应由责任心强、作风过硬的专业人员组成,确保安全工作天天抓、月月抓、常抓不懈,推动形成长效管理机制。

6月13日开始,微生制造各职能部门及车间广泛开展“查找身边安全隐患”专项活动,全体员工积极参与,化身“安全侦探”,主动发现并上报各类潜在风险,有效提升了全



员参与安全管理的积极性、主动性与创造性。

与此同时,由公司核心主管带队,联合安全部门、生产部门、设备管理部门组成的专项检查组,深入重点区域、关键设备设施及危险作业环节,开展全方位安全稳定措施排查整治专项行动,压实安全生产主体责任。对于发现的问题隐患,做到立查立改,并同步完善长效机制,推动隐患排查治理常态化、制度化。

全员培训,夯实安全根基

自6月初起,微生制造各部门及车间分层次组织开展了升级版消防安全专题培训,覆盖一线员工及管理干部。培训内容涵盖火灾分类、消防原理、预防措施、初期火灾扑救原则与方法等专业知识,课程采用“理论授

课+实操训练+警示教育”相结合的形式开展。

理论培训采取集中授课与案例分析相结合的方式,确保参训人员系统掌握消防基本常识;实操训练聚焦灭火器“提、拔、握、压”操作流程、消防栓水带连接与喷水演练,并模拟初期火灾扑救场景,提升实战应对能力;同时,组织观看安全生产事故警示教育片,开展“事故案例大家谈”活动,结合公司实际选取典型案例深入剖析,引导员工结合岗位实际分享学习体会,增强风险防范意识。

在小家电车间,安全讲师逐项讲解灭火器使用要点,员工们认真听讲、细致记录。实操现场气氛热烈,义务消防队员在指导下熟练操作器材,完成灭火器使用与消防水带铺设演练。警示教育片播放现场气

氛凝重,一个个真实案例带来的惨痛教训,为员工敲响了警钟,让大家深刻认识到忽视安全可能带来的严重后果。

同时,微生制造公司陆续在安全管理人员、基层班组长等关键岗位上开展应急救援培训。培训采用“理论讲解+实操演示”的方式,邀请专业医护人员详细讲解心肺复苏、海姆立克急救法等常用急救技能的操作流程与注意事项,并进行一对一指导,确保参训人员真正掌握基本急救要领,提升突发情况下的自救互救能力。

以练筑防,提升应急协同能力

全员应急疏散演练是“安全生产月”活动的重要组成部分。演练模拟公司某区域发生火灾,拉响警报后,员工按照预定路线有序撤离,义务消防队迅速响应,快速处置,模拟控制火势。通过实战演练,全面提升员工应急反应能力,强化义务消防队伍在抢险救援、警戒保卫、疏散引导等方面的协同配合水平,真正落实“人人讲安全、个个会应急”的工作要求。

安全是企业生产经营的永恒主题。保障每一位员工的生命财产安全,维护公司运行的平稳有序,是企业稳步前行的重要基石。“安全生产月”作为阶段性工作的集中体现,不仅是对以往安全管理成果的再巩固和再深化,更为今后持续提升安全管理水平打下了坚实基础。

下一步,微生制造公司将以“安全生产月”活动为契机,持续推进安全生产宣传教育常态化、长效化,进一步筑牢全员安全意识防线,夯实安全管理基础,为公司高质量发展营造安全稳定的生产环境。

格兰仕磁控管制造部开展系列安全生产提升活动

本报讯(通讯员 舒松华)为深入贯彻2025年“安全生产月”活动精神,格兰仕磁控管制造部紧扣“安全第一、预防为主”的主题,组织开展了一系列形式多样、内容丰富的安全生产提升活动,积极营造隐患自查、风险共治的良好氛围,切实增强全员安全意识和应急处置能力。

在安全管理方面,制造部广泛动员全体员工参与“查找身边安全隐患”行动,聚焦电气设备、消防安全、工作岗位等重点区域,主动排查并反馈潜在问题。针对员工提出的各类隐患,部门组织专人逐一评估验证,并分类制定整改措施,确保实现闭环管理、隐患清零,真正做到“安全无小事、事事有回应”。

同时,制造部通过系统性的安全培训与知识竞赛,全面提升管理人员的安全素养和业务能力。各车间班组长围绕国家安全生产法律法规及相关应急救援知识,深

入学习危化品管理、特种设备操作、电气安全等重点领域内容。员工利用业余时间开展线上自主学习,并统一参加扫码答题竞赛。竞赛成绩公开透明,在总结会上对前十名优秀选手予以表彰,对成绩不合格人员进行了通报。装配车间排气工序机修工字增军荣获第一名,他在获奖感言中表示,要充分利用碎片时间反复练习,真正做到将安全知识学懂弄通。

在消防应急管理方面,制造部结合车间生产实际,组织开展了“消防技能应急灭火救援”专项演练。首先开展的是全员消防安全理论培训,确保全员掌握基本消防器材使用方法;随后由各车间选拔代表组成“两男一女”参赛小组,开展实操灭火演练。比赛中,参赛人员动作迅速、配合默契,展现出良好的团队协作能力和专业素养,达到了“以赛促训、以赛促练”的预期目标,也为今后应对突发火情积累了实战



经验。

通过一系列扎实有效的活动,磁控管制造部不仅提升了员工的安全知识水平和应急处置能力,也进一步推动了安全生产理念深入人心。下一步,制造部将持续巩固“安全生产月”活动成果,常态化开展安全检查与隐患排查治理工作,强化作业过程动态监管,推动构建全员参与、全过程管控的安全管理新格局。

格兰仕洗碗机制造部启动“安全生产六个一”主题活动

本报讯(通讯员 吴探伟)按照集团关于安全生产工作的总体部署,2025年6月,格兰仕洗碗机制造部启动“安全生产六个一”主题活动。紧扣“人人讲安全、个个会应急”的核心理念,围绕思想引导、责任落实、隐患排查、操作规范、应急管理及监督问责六大方面,全面强化安全生产管理。

强化意识,绷紧“思想弦”。活动伊始,洗碗机制造部通过班前会、安全例会、宣传栏、微信公众号等多元渠道持续开展安全宣传教育,推动“安全第一、预防为主、综合治理”的理念融入企业文化与日常管理之中。员工纷纷表示,要从思想上真正绷紧“安全弦”,将安全意识内化于心、外化于行。

压实责任,拧紧“责任链”。制造部各车间严格落实安全生产三级责任制,明确各级管理人员和岗位员工的安全职责,确

保责任链条横向到边、纵向到底,不留死角。通过签订责任书、定期检查等方式进一步压实安全管理责任,做到事事有人管、层层有落实。

深化排查,织密“防护网”。聚焦危险化学品管理、特种设备运行、有限空间作业、高处作业、用电安全等重点领域,制造部组织各车间主管开展全方位安全隐患大排查行动。对发现的问题实行台账管理、限期整改、闭环销号,坚决将事故隐患消除在萌芽状态。

规范操作,筑牢“基本功”。严格执行各项安全操作规程和作业许可制度,严禁“三违”行为(违章指挥、违规作业、违反劳动纪律)。针对新入职、转岗及特种作业人员,制造部特别加强安全培训与考核,确保100%持证上岗。同时,鼓励员工主动报告安全隐患,营造“人人都是安全员”的良好氛围。冲压车间率先组织开展“安全操作知识竞

赛”,激发员工学习热情,提升实战技能。

完善预案,提升“应急力”。对于月初已完成的全厂区消防设施检查与维护,确保应急物资充足、设备完好可用。月底将组织一次实战化应急演练,模拟突发火情、停电或机械故障等场景,检验应急预案的有效性,锻炼队伍响应能力,全面提升员工在紧急情况下的自救互救与协同处置水平。

严格监管,架起“高压线”。洗碗机制造部各级生产主管将加大日常巡查与专项检查频次,重点督查责任落实、制度执行和隐患整改情况。对安全管理不到位、整改措施不力的单位和个人,将依法依规严肃追责,真正做到令行禁止、警钟长鸣。

格兰仕洗碗机制造部将以“安全生产六个一”活动为抓手,持续推进安全管理体系建设,凝聚全员力量,推动安全工作向常态化、制度化、精细化迈进。

从“要我安全”到“我会安全”

本报讯(通讯员 马丽芬)为深入学习落实第24个全国“安全生产月”活动要求,着力提升员工安全意识和应急能力,格兰仕洗衣机制造部围绕“要我安全→我要安全→我会安全”的主题,组织开展了一系列形式多样、内容丰富的安全培训与实践活

筑牢安全基础,强化制度保障

格兰仕洗衣机制造部坚持“安全第一、预防为主”的方针,全面落实安全生产责任制,强化制度保障与设施管理,织密织牢安全防护网。

在硬件设施方面洗衣机制造部安排专人每日对生产一线进行安全巡查,重点排查违规操作、堵塞消防通道、电柜周边堆放杂物等安全隐患。同时,对老化电气线路、管道系统、喷淋装置等关键部位进行全面更换与维护;定期清理喷涂粉房、烟囱、固化炉等区域的粉尘堆积问题,并更新车间内的安全警示标识和疏散指示牌,确保突发情况下员工能够迅速、有序撤离。

在制度建设方面,持续细化和完善各项安全管理制度,明确各级管理人员职责,将安全责任层层落实到岗、到人。通过增加检查频次、隐患闭环整改、跟踪复查等方式,确保各类风险隐患及时发现、及时消除。此外,制度还明确,各车间定期组织开展应急消防器材实操演练活动,全面提升员工应对突发事件的能力。

深化教育培训,提升安全素养

“安全生产月”期间,格兰仕洗衣机制造部针对新入职员工组织了系统的安全培训课程,由经验丰富的安全管理人员授课,重点讲解车间安全规章制度、操作规程以及常见危险源识别方法,帮助新员工从入职之初就牢固树立安全生产的理念,掌握基本的安全知识和技能。

与此同时,制造部还广泛开展安全文化宣传活动,组织员工观看安全警示教育片,鼓励员工主动查找身边的安全隐患,营造“人人讲安全、个个会应急”的良好氛围,推动安全理念深入人心。

实干筑防线，创新促安全

——惠而浦(中国)滚筒洗衣机工厂的安全实践

通讯员 苗标



在全国第 24 个“安全生产月”期间，围绕“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”主题，惠而浦(中国)滚筒洗衣机工厂积极响应，精心组织开展形式多样、内容丰富的安全活动，切实提升员工安全意识与应急能力，为安全生产夯实基础。

以培训促提升，筑牢安全防线

安全意识薄弱和技能不足是导致事故发生的常见诱因。为此，滚筒洗衣机工厂将安全培训作为本次安全月的重点任务之一，率先组织生产线管理骨干开展系统性安全培训。作为一线管理力量，班组长、主管等人员的安全素养直接影响整体生产环境的安全水平。

培训涵盖《安全生产法》及相关法律法规、工厂安全管理规章制度、典型风险识别与防范措施等内容。通过专业讲师授课与典型案例分析相结合的方式，参训人员不仅加深了对安全管理重要性的理解，也掌握了实用的风险防控方法和现场处置技巧。

此外，工厂安全员充分利用每日晨会时间，深入各班组开展面对面安全宣导。结合岗位实际讲解操作规程、作业风险点及应对策略，用通俗易懂的语言传递安全

知识，增强培训的针对性与实效性，真正让“安全第一”的理念深入人心。

以排查促整改，消除安全隐患

隐患不除，安全难保。滚筒洗衣机工厂始终将隐患排查作为安全管理的关键环节，组织各部门对全厂范围展开拉网式检查。从生产设备到仓储区域，从电气线路到消防设施，做到不留死角、不留盲区。

此次排查共发现各类安全隐患 56 项。针对问题清单，工厂迅速启动整改机制，组织专业技术力量进行逐一销项。截至目前，已有 35 项隐患完成整改，其余隐患均已制定详细整改计划，并明确责任分工与完成时限，确保所有问题闭环处理、彻底消除。

这种对安全隐患“零容忍”的态度，体现了工厂对员工生命健康的高度负责，也为企业的稳定运行提供了坚实保障。

以演练促实战，提升应急能力

消防逃生演练是本次安全月的重要环节。在 4 号厂房举行的联合消防演练中，来自装配、冲压、注塑、仓储及办公区域的 500 余名员工积极参与。随着警报响起，全体员工迅速反应，按照预定逃生路线，用湿毛巾捂住口鼻、弯腰低姿有序撤离至指定集合点，全程仅用时 82 秒，实现



全员安全疏散。

演练结束后，管理层及骨干员工继续参与消防知识学习和灭火器实操训练，进一步掌握初期火灾的扑救技巧和应急处置流程。此次演练不仅检验了工厂应急预案的可行性和有效性，也提升了员工在突发情况下的应变能力和自救互救意识。

以互动促参与，营造安全文化

为进一步激发员工参与热情，工厂还组织开展了“安全承诺”条幅签名活动和安全知识答题竞赛。在条幅上，员工们郑重签下自己的名字，不仅是对安全工作的支持，更是一份庄严的责任承诺。

安全知识答题则以寓教于乐的方式普及安全常识，题目涵盖安全生产法律法规、消防安全、用电安全等多个方面。活动现场气氛热烈，员工积极作答，在轻松氛围中巩固了安全知识，增强了安全素养。

“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”，这不仅是一句口号，更是惠而浦滚筒洗衣机工厂全体员工的行动指南。在安全生产月期间，每一位员工积极参与，从自身做起，从细节入手，共同营造出一个安全、有序、和谐的工作环境。

安全是一项长期而系统的工程，不能仅限于一个月的集中宣传。滚筒洗衣机工厂将以此次安全月活动为契机，持续健全安全生产长效机制，强化安全管理机制，不断提升员工的安全意识和应急处置能力。

科技护航 安全同行

本报讯(通讯员 何桂泉)为切实提升安全管理效能，格兰仕电器配件制造部结合生产实际，围绕“学理论、强宣传、查隐患、会应急”四个着力点，在安全生产月开展了一系列具有针对性、实操性和创新性的安全举措，推动安全生产理念落地生根。

宣教结合，让安全知识入脑入心

电器配件制造部通过多种形式、多个层次的安全教育活动，全面提升员工的安全素养。各车间张贴安全宣传海报，滚动播放典型案例视频，营造出浓厚的安全生产氛围。同时，组织全员参与专题培训，内容涵盖叉车驾驶技能、安全管理制度及消防器材实操等，做到理论与实践并重。特别加强了对叉车司机、电气操作员等重点岗位人员的专项培训，不仅考核理论掌握情况，更注重现场操作规范性的评估，真正实现“学以致用”。

技术升级，从源头预防风险

各制造单元的第一负责人和安全员在生产一线、仓库、电气设备区以及特种设备区域，现场开展自查自纠，进行消防安全隐患排查。

在冲压作业环节，电器配件制造部实施了一项技术改造：在每台冲床模具口外 50 厘米处加装红外光栅感应装置。一旦检测到人体部位进入感应区域，设备将立即自动停机，有效防止误操作带来的伤害，实现人机分离、智能防护。这一技术手段的应用，不仅提升了本质安全水平，也体现了制造部“以科技保安全”的管理思路。

环保安全双管齐下，打造绿色车间

针对变压器浸漆炉高温作业中产生的绝缘漆异味问题，制造部引入新型环保浸漆炉设备。该设备采用焚烧工艺，正常运行温度可达 400 摄氏度。为加强高温设备的消防安全管理，在环保炉周边加装热成像监视系统，实时监测设备运行状态。当温度异常或设备故障时，设于生产区和办公室的报警装置将第一时间发出警报，帮助管理人员快速响应、及时处置。

此前，变压器车间还组织开展了高温浸漆炉突发火情应急演练，模拟真实场景下的应急处置流程，检验班组应对突发事件的协同反应能力，真正做到防患未然。

6 月份，电器配件制造部还组织员工参加了集团安委会组织的系列专项活动。

一、选择题

- 我国的安全生产方针是(B)
A. 安全第一、预防为主、分项治理
B. 安全第一、预防为主、综合治理
C. 预防为主、防治结合、综合治理
D. 安全第一、防治结合、综合治理
- 安全生产“五要素”是指:(C)
A. 人、机、环境、管理、信息；
B. 人、物、能量、信息、设备
C. 安全文化、安全法制、安全责任、安全科技、安全投入；
D. 监察、监管、教育、培训、工程
- 安全生产“三管三必须”原则不包括(D)
A. 管行业必须管安全
B. 管业务必须管安全
C. 管生产经营必须管安全
D. 管人员必须管安全
- 安全生产责任制的实质是(D)
A. 提高经济效益
B. 增强员工安全意识
C. 确保生产顺利进行
D. 安全生产，人人有责
- 企业安全生产标准化基本规范适用于(C)开展安全生产标准化建设工作。
A. 工矿企业 B. 交通运输企业
C. 所有企业 D. 规模以上企业
- 生产经营单位应当在有较大危险因素的生产经营场所和有关设施、设备上，设置明显的(B)
A. 安全宣传标语 B. 安全警示标志
C. 安全提示标志 D. 安全指令标志
- 下列哪种灭火器不适用于扑灭电器火灾?(C)
A. 二氧化碳灭火器 B. 干粉灭火器

安全生产月应知应会“必答题”

- 泡沫灭火器 D. 1211 灭火器
- 安全生产管理的目标是减少、控制危害和事故，尽量避免生产过程中由于(C)所造成的人身伤害、财产损失及其他损失。
A. 管理不善 B. 危险 C. 事故 D. 违章
- 生产经营单位对(C)应当登记建档，定期检测、评估、监控，并制定应急预案，告知从业人员和相关人员应当采取的紧急措施。
A. 事故频发场所 B. 重大事故隐患
C. 重大危险源 D. 危险化学品仓库
- 生产经营单位的主要负责人对本单位安全生产工作负有下列哪些职责?(ABCD)
A. 建立健全并落实本单位全员安全生产责任制，加强安全生产标准化建设
B. 组织制定并实施本单位安全生产规章制度和操作规程
C. 组织制定并实施本单位的生产安全事故应急救援预案
D. 保证本单位安全生产投入的有效实施
- 生产经营单位应当对从业人员进行安全生产教育和培训，保证从业人员具备必要的安全生产知识，熟悉有关的(ABC)
A. 安全生产规章制度 B. 安全操作规程
C. 应急救援措施 D. 企业发展规划
- 生产经营单位对重大危险源应当采取的措施包括(ABCD)
A. 登记建档 B. 定期检测、评估、监控

- 制定应急预案 D. 告知从业人员和相关人员在紧急情况下应当采取的应急措施
- 生产经营单位在进行设备检修作业时，应当采取的安全措施有(ABCD)
A. 制定检修方案
B. 办理设备检修审批手续
C. 切断设备电源及其他动力源
D. 对检修现场进行安全隔离
- 下列属于事故隐患排查治理内容的有(ABCD)
A. 安全生产规章制度是否健全、完善
B. 设备、设施是否处于安全运行状态
C. 从业人员是否具备相应的安全知识和操作技能
D. 应急救援预案是否制定并演练
- 下列属于安全生产违法行为的有(ABCD)
A. 未按规定设置安全生产管理机构或者配备安全生产管理人员
B. 未如实记录安全生产教育和培训情况
C. 未对安全设备进行经常性维护、保养和定期检测
D. 特种作业人员未按照规定经专门的安全作业培训并取得相应资格，上岗作业。

二、判断题

- 对凡存在即将发生事故危险的隐患，检查人员应立即责令停工，被查部门和班组

- 应立即进行整改。(√)
- 企业应该明确专职安全管理人员的权利和义务。(√)
- 安全生产责任制度不包括班组人员的安全生产责任。(×)
- 企业安全教育中的“三级教育”仅是对新员工进行的。(×)
- 企业安全教育的对象不包括一般管理人员?(×)
- 安全技术交底除口头交底外，还必须有书面交底记录。(√)
- 安全生产责任是指企业各级生产领导，应对本单位的安全工作负总的组织领导责任。(√)
- 安全检查的内容有经常性检查、定期安全检查、专业性安全检查、群众性检查。(√)
- 扑救电气火灾，首先应做的是切断电源。(√)
- 用手提式灭火器灭火的正确方法是拔去保险插销、一手紧握灭火器喷嘴、一手提灭火器并下压压把。(√)
- 企业的生产区域应与办公、生活区域划分清晰。(√)
- 常用安全电压有：42V、36V、24V、12V、6V。(√)
- 高空作业时，不准往下或向上抛材料和工具等物件。(√)
- 国家规定的安全色有红、黄、绿、白四种颜色。(×)
- 严禁携带易燃易爆危险物品进入生产车间、公共场所。(√)

弘扬工匠精神,打造品质标杆 广东惠而浦 MHC 微波炉北美 SIR 率创新低

广东惠而浦 方焯文

2025 年 6 月 6 日,惠而浦集团发布最新数据:广东惠而浦家电制品有限公司生产的 MHC 微波炉,在 2024 年录得 12 个月平均售后维修服务率(SIR)为 1.19%,其中 2024 年 12 月单月 SIR 率低至 0.86%,创该产品在北美市场历史最佳成绩。从 2022 年至 2024 年,SIR 率累计下降 16.8%,并在 2024 年 3 月至 12 月期间连续 10 个月稳定在 1.12%以下,为 2025 年质量目标的达成打下坚实基础。

践行工匠精神,第一次就把事情做对

作为惠而浦(中国)的核心子公司,广东惠而浦始终将“成为最好的洗衣和厨房解决方案供应商,让用户更加愉快地享受健康生活”的企业愿景深植于每位员工心中。在公司领导的引领下,专注、精益、敬业、创新的工匠精神已融入每一位员工的意识,并贯穿于生产制造的每一个细节。

MHC 微波炉的 SIR 率是衡量工厂质量的重要核心指标。广东惠而浦顺德工厂(以下简称“顺德工厂”)持续弘扬工匠精神,致力于产品质量改善,不断降低 SIR 率,减少售后服务成本,取得了突破性的质量表现。

知是行之始,行是知之成。顺德工厂通过系统性学习与实践工匠精神,推动各运营部门(包括生产、品质、运筹、智造等)和支持部门(采购、人事等)协同发力。每天面对制造过程中出现的质量问题,相关责任

人员第一时间赶赴现场确认问题,分析失效模式,深入论证根本原因,迅速制定并落实有效的改善措施。全厂上下从最基础的工作做起,积极践行“第一次就把事情做对”的理念,并将这一思想深深植入智能制造的基因之中。

新项目彰显智造实力,系统方法攻克质量难题

新项目的实施是智能制造基因的集中体现。在新产品开发的关键阶段,顺德工厂通过每个产品质量细节的严格检测,与项目团队共同反复优化改进,力求完美匹配客户需求,确保产品首次投放即达到高品质标准,成功赢得市场认可。

2024 至 2025 年度,MHC 平台的新产品如 FLUSH2 和 TITAN4 在北美市场获得五星好评,用户满意度高达 4.8 分(满分 5 分),充分体现了消费者对产品的高度认可。

针对重大、复杂质量问题,工厂依托 WCM 系统方法,结合 QA Matrix、Kaizen、4M1D、PDCA 及数据分析工具,在 2022 至 2024 年间完成了 300 多个质量改善项目。不仅聚焦制造环节的 4M 要素,更积极与设计团队协作,提供详实数据支持产品设计变更,从而实现质量跃升。例如,Titan2 系列产品通过将易损的白炽灯更换为卤素灯,使 PCB 相关的 SIR 投诉率下降超 60%。

在应对抽风马达功能失效及缺档问题时,项目团队运用 4M1D 与 5WHY 法,结

合近两年 SIR 与 CAL 质量数据,锁定根本原因为端子保持力不足导致接触不良。对此,工厂积极推动设计变更,在套线与马达端子处加装 TPA 防松脱装置,从根本上杜绝了此类故障的发生,使线束相关 SIR 投诉率下降超过 30%。

供应链协同助力高压部件质量跃升

高压部件(如磁控管)导致的不良长期位居 SIR 投诉前三位,且供应链稳定性差,部分供应商对工厂的质量改善要求配合度低。2023 至 2024 年度,在董事长的英明决策下,顺德工厂加快导入格兰仕磁控管及高压零部件,保障供应链稳定的同时,显著改善高压部件质量。

面对时间紧、任务重、机型多等挑战,顺德工厂迅速响应,联合格兰仕配件工厂及 Whirlpool GPO 工程师开展 DOE 测试,优化微波系统和高压配置,最终于 2024 年 6 月完成 Titan 系列平台全面导入。数据显示,高压部件 SIR 由导入前平均 1400 多 DPPM 降至当前 291DPPM,市场质量提升 80%。

此外,顺德工厂还持续推进制造过程品质改善,如将热缩包装改为纸箱包装以减少运输损伤,统一采用吸塑盘周转 PCB 避免元器件碰撞等。正是这些每年数十至上百个质量改善项目的落地实施,使得公司在保持成本竞争力的同时,不断提升产品质量,SIR 逐年下降。

围绕“零缺陷”,开启品质提升新征程

尽管目前取得了良好的质量成绩,但顺德工厂始终秉持追求卓越的理念,不满足于现状,坚定朝着“零缺陷”的目标持续迈进。

2025 年,顺德工厂已启动 60 余项新的品质改善项目,涵盖多个关键技术环节,包括引入格兰仕新款电子板、为高压二极管加装保护套、在 EP1 和 EP2 端子加装 TPA 防松脱装置等,为未来 SIR 率的进一步降低提供了坚实保障。

我们坚信,在公司战略的有力指引下,通过持续弘扬工匠精神,深入推进产品品质与生产效率的双重提升,必将使我们的产品在激烈的市场竞争中,展现出“高品质、高效率、低成本”的综合竞争优势,赢得更加广阔的发展空间和持久的市场认可。



质检员正在对微波炉成品功能进行检测

用毫厘之精打磨品质,他是丝印组的生产标兵

本报通讯员 何桂泉

在电器配件薄膜开关车间里,机器运转声此起彼伏。李海孟的身影总是出现在那台自动丝印机旁——在这方寸之地,他日复一日地用手中的刮板和油墨,印出一张张合格的产品。

十年前刚进车间时,他对设备操作还不熟悉,面对复杂的工艺流程常常手忙脚乱。但他没有退缩,而是沉下心来,一点点摸索。如今,他已成长为班组里的主机手,成了大家遇到问题时第一个想到的人。

每一次印刷,都是对细节的考验

对李海孟来说,丝印机不仅是工作的工具,更是他倾注热爱的“伙伴”。面对两班倒的岗位安排,他总是早早来到车间,依据专业的设备检查流程,对丝印机的气压系统、油墨循环装置以及精密传

动部件进行细致检测,确保设备处于最佳运行状态。

在产品丝印环节,他对丝印工艺的理解和操作可谓了如指掌。面对薄膜开关复杂的图案和精细的线路丝印要求,他能精准调控刮板的压力、速度和角度,将油墨均匀地转印到薄膜上,使得丝印的图案边缘清晰无毛边,线路套印误差控制在 $\pm 0.05\text{mm}$ 以内。“不同的油墨在不同温度、湿度下的干燥速度和附着性都有差异,必须根据实际环境调整丝印参数。”李海孟对油墨性能、承印材料特性的熟悉程度,让他总能快速找到最佳丝印方案,确保每一件产品的丝印质量稳定达标。

“质量是产品的生命线,容不得半点马虎。”这是李海孟常挂在嘴边的一句话。

在质量管控方面,每一批次产品生产前以及生产过程中,每隔 30 分钟就会抽取样品,使用色差仪和千分尺检查丝印图案的套印精度、油墨厚度。凭借强烈的质量意识和高度的责任感,他经手的产品合格率始终保持在 99.8% 以上,远高于行业平均水平。

熟练背后,是一点一滴的积累

李海孟的操作不仅快,而且稳。他熟悉丝印机的结构原理,对气压系统、油墨循环装置、伺服电机等关键部件了如指掌。一旦设备出现异常,他往往一听声音、看运行数据就能判断问题所在。

有一次,自动丝印机出现了间歇性套印不准的问题,维修人员反复排查也没找到原因。李海孟观察后判断是伺服电机编

码器存在细微偏差,果断更换部件后,故障立即排除。

他不仅能高效完成生产任务,还善于总结经验。他发现油墨粘度波动会影响印刷效果,便建议优化搅拌时间和温度,有效减少了堵网现象。在他的带动下,班组不断改进工艺,提升了整体效率和质量稳定性。

在车间组织的质量月技能比赛中,他凭借稳定的产出表现和极低的废品率,拿下了第一名,成为公认的丝印班组“生产标兵”。

十年坚守,让李海孟从一名普通操作工成长为班组里的技术骨干。他没有豪言壮语,只是一步一个脚印地把每一道工序做到位。他用行动证明:平凡的岗位不简单,方寸之间尽显匠心。

26 年坚守,她紧拧“螺丝钉精神”

本报通讯员 郑晓妍

“玲姐,我这边转产了,能不能来指导下?”

“玲姐,我宿舍的水热水器坏了,该找谁修呀?”

被线长和员工们频频叫住帮忙的“玲姐”,是格兰仕总装车间的质量带班黄玲娇。

1999 年 10 月,初人格兰仕的黄玲娇被分配到装配线负责风扇安装。每天重复拧六颗螺丝的动作,手指因反复操作而肿胀,手臂因长时间持风批酸痛难忍。面对高强度的工作节奏,她也曾想过放弃。“那晚我一度想回家,换个轻松点的厂。”回忆起最初的日子,黄玲娇坦言那是自己唯一一次



动摇。

然而,在同事们的鼓励与帮助下,仅仅三天时间,她便熟练掌握了操作技巧,迅速适应了工作节奏。“格兰仕像一个大家庭,同事们团结友爱,让我决定留下来。”这份坚韧,让她在岗位上扎下了根,一干就是 26 年。

“虽然工作很累,但我发自内心地喜欢。”黄玲娇对岗位的热爱,体现在每一个细节中。巡线时,她总是被线长和员工们围住,寻求帮助——无论是产线卡机、转产指导、员工培训,还是宿舍热水器报修等生活琐事,她都一一耐心解答,主动协助。她不仅在工作中积极帮助同事,还总能准确找出问题所在,及时为大家排忧解难。这种真诚与用心,使她在 2006 年被提拔为质量带班后,迅速赢得了团队的信任。

面对部分线长对质量要求的畏难情绪,她没有采取简单对抗的方式,而是巧妙运用 DISC 性格分析模型,针对不同性格特点采取差异化的沟通策略。对于性格倔强的线长,她多次耐心沟通,讲清道理、摆

明事实,逐步感化对方;而对于不够走心者,则通过实际帮扶和指导赢得认可。她始终坚持“当天事当天毕”的原则,每天收工后都会组织线长座谈会,及时解决问题、总结经验、分享做法。这种既有温度又有智慧的工作方式,让整个团队心往一处想、劲往一处使,她所带领的班组在质量管理方面始终名列前茅。

“只要是对的,就要坚持!”这是黄玲娇在质量管理中始终秉持的信念。面对部分线长对贴纸定岗流程的质疑,她不动声色,站在岗位旁紧盯流程,并协助操作人员提升技能。最终,她用数据证明:严格的质量管控不仅不会影响效率,反而能显著降低返工率。

作为最早一批质量带班之一,黄玲娇深谙效率与质量之间的平衡之道。在她的带动下,整个班组的质量管理井然有序,质量意识深入人心。她用实际行动诠释了一名质量卫士的责任担当,将对品质的执着镌刻在每一个生产环节中。

“家人的理解和支持,让我没有后顾之忧,能够全身心投入工作。”家庭的温暖,成为黄玲娇不断前行的坚强后盾。从快线工人到全能工,从线长到质量带班,她一步一个脚印,走出了一条属于自己的职业发展之路。

如今,“加强人才储备,培养更多多能工”是她新的工作目标。在格兰仕这片热土上,黄玲娇用 26 年的坚守诠释了一名产业工人的责任与担当。她凭着一份踏实和坚持,在平凡的岗位上默默耕耘,书写属于自己的不凡人生,也为身边的同事树立了榜样。

(上接第 2 版)

通过复盘优化流程、加强分工协作,进一步提升整体效率。数据显示,当前市场应对能力与业务绩效较去年同期实现了明显增长。

围绕年度总体目标,惠而浦(中国)外贸团队将继续推进业务复盘机制,发挥企业的优势,强化与优质合作伙伴的战略关系。通过培养全员“销售工程师”意识,推动团队积极适应市场变化,以数据为依据优化资源配置,力争在广阔的国际市场中实现更大发展。

抢流量 拓渠道 稳增量 格兰仕自营电商打好 618 大促“主动仗”

本报讯(通讯员 马梓晴)在电商促销从短期冲刺转向常态化竞争的新阶段,格兰仕自营电商部以“精准布局、快速响应、全域突围”为作战方针,通过市场开拓、用户运营、供应链协同等系统化举措,在今年 618 大促中实现销售规模与品牌价值双提升。

多维布局开拓增量

面对家电市场存量博弈的行业背景,格兰仕自营电商部各业务团队提前制定多维拓新策略,统筹推进“留量”运营与“增量”开拓。

其一,深化会员价值。聚焦会员营销体系的构建,并将其作为挖掘用户价值的核心渠道。京东 POP 战队通过发放 PLUS 会员定向优惠券、设置阶梯折扣等方式实施精准营销,在 618 大促期间实现会员复购率同比增长 18%,会员销售额占比达 45%。

其二,聚焦年轻群体“破圈”与下沉市场增量拓展。直播电商战队在抖音、快手、

小红书等平台构建多元化内容矩阵,实现对年轻用户的深度触达和下沉市场的持续渗透。全平台视频与图文内容累计观看量突破 993 万次。

其三,升级高端品类运营。紧密围绕集团“推高卖新”的战略部署,推动多品类协同发展。抖音平台创新打造嵌入式产品直播间,融合展厅场景与 3D 展示技术,重点呈现高端新品的细节亮点,强化与常规产品的差异化优势,凸显产品价值与溢价能力。

生态协同释放增长新动能

各业务团队充分挖掘品牌与产品的核心价值,深度融入主流平台生态,通过“政策叠加+技术赋能”的双轮驱动模式,实现用户转化率的显著跃升。

在天猫、京东等平台大促活动的基础上,叠加国家“以旧换新”补贴政策红利,结合短视频规则解析、直播实时领券引导等全链路运营策略,有效提升了用户转化效

率,打通从流量到销量的关键路径。

内容团队输出大量预热短视频,为店铺引流蓄水,并创新引入 AI 智能视频技术,实现内容的规模化高效产出与精准分发。突破传统强营销模式,以实用烹饪教程为切入点布局小红书等站外渠道,有效深化种草价值,增强与用户的深度连接。

设计团队打造产品三维视频,赋能直播间内容呈现,全新升级“裸眼 3D”视觉效果,显著提升用户停留时长与销售转化率。大促期间加大推广设计投入,通过高精度渲染与核心卖点强化,商品推广图的点击转化率提升 25%

团队在夯实店铺自有成交基础的同时,积极拓展多元化增量渠道。直播电商战队联合厨房电器领域 KOC(关键意见消费者)视频达人,通过场景化测评、种草内容输出及直播互动讲解,成功实现成交量翻倍。合作的短视频达人体量大幅增长,高峰

期间日均销量突破 4000 台,为店铺整体销售实现日均同比增长超 300%奠定了坚实基础。

后端保障聚能,大促效率提速

基于各战队的销售预测与历史数据,自营电商供应链团队自 4 月起便提前部署备料与排产计划。在 5 月首轮销售高峰中,面对多款微波炉产品出现超卖的情况,团队迅速响应,紧急协调追加排产近 3 万台,有效支撑前端销售需求。

同时,团队结合实时销售动态,周密规划仓内人员排班、装车流程及运力储备。在大促关键节点,特别安排夜间值班机制,加快订单审核与处理速度,全面保障大促期间的发货时效与履约效率。

此次 618 全域突围战,既是对自营电商部各团队多维协同作战能力的一次实战检验,也为后续常态化参与市场竞争积累了宝贵经验。

从晨光到星夜，格兰仕外贸人的一天

本报通讯员 李扬帆

今年以来,面对复杂多变的国际环境,中国外贸依然展现出强大的韧性与活力。这份成绩单的背后,是无数外贸人日复一日的坚守与创新。通讯员深入格兰仕海外业务一线,记录下两组外贸人的 24 小时工作轨迹。他们的日常,是中国企业破浪前行的生动写照,也是中国制造转型升级的微观缩影。

一名外贸业务员的日常

早上 8:30,格兰仕巴西业务 Shirley 准时打开邮箱,快速浏览新邮件——这是她每天的第一项任务。她将客户的需求迅速分类,并转化为技术、生产等部门易理解的操作要点。这种“翻译”能力,是她确保客户需求精准落地的关键。

上午 10 至 12 点,她与客户中方团队召开项目例会。虽为周例会,但因不同项目并行推进,这早已成为她的日常安排。

中午小憩后,Shirley 逐一梳理上午发出的需求,追踪各部门的反馈进度。邮件、系统、即时通讯……她在多种沟通渠道间切换,确保下单、出货等各环节及时响应。

随后,她前往技术和质量部门,落实客户的产品设计项目、技术问题和优化、认证等。遇到出货时间紧急的订单,她还会赶往生产车间,跟进订单排产情况并协调前工序优先级调整。

晚上 20:00 整,当多数人结束工作时,Shirley 的“第二战场”才开始。与巴西客户团队的跨洋会议,被她条理分明地

划分为不同议题:如周一标准化沟通,周二大客户项目跟进,周三商务与物流对接。模块化沟通大大提升协作效率。

即将到来的三季度,是巴西内河航道的枯水期,客户出货节奏放缓。Shirley 丝毫不松懈,她将这段航运受限期视为调整窗口;一方面加快质量改善,提升客户满意度;另一方面加强专项跟进,为旺季备货出货做好准备。

Shirley 用三个关键词总结自己的职业信条:坚定、坚强、坚持。唯有坚定目标,才能按计划有序推进工作;唯有坚强应对,才能在未达预期时,更灵活地看待和处理问题;唯有坚持到底,才能收获成果。

一名外贸新人的出差初体验

6 月的一个清晨,格兰仕南亚业务新人 Kyrie 如常处理客户邮件、核对出货清单、整理订单资料。但与往日不同的是,这天他将启程前往孟加拉——这个他深耕三年却首次踏足的市场。

当地时间深夜 23:30,当飞机降落在达卡的哈兹拉特·沙贾拉国际机场,迎接他的第一道考验是海关对 50 多份客户礼品的盘查与征税扣留。经过近两个小时的交涉,税费由一万元塔卡降至三千元。这场意外的“谈判”给他上了生动的海外市场第一课。

抵达酒店时已是凌晨三点多,窗外夜色未褪,他和同事仍迅速洗漱、整理资料,确保几小时后的客户会面顺利进行。

第二天一早,Kyrie 便和同事穿梭在达卡繁华商圈的电器卖场,调研热销机型与价格走势。热情的店员主动介绍市场偏好,两人边录边分析,这些第一手资料,将成为后续商务谈判的重要参考。

下午的客户会谈是此行重点。面对合作多年的重要客户,Kyrie 和团队不仅展示最新产品系列,还就市场趋势展开交流。“能在孟加拉见到你们真好!格兰仕的品质我们一直信赖。”客户表达了进一步合作的意愿。

会谈结束后,客户热情款待,商务洽谈自然过渡为文化交流。餐桌上的香料气息、客户的商业轶事,让 Kyrie 和同事从另一个角度感知市场温度。

行程紧凑,但他最珍视的是领导带队同行的机会。耳濡目染中,他学到许多书本之外的实战经验。

这次出差让 Kyrie 深刻体会到:只有亲临市场,才能真正读懂市场。亲眼看到客户主力产品的销售模式、面对面了解客户实力,这些鲜活的认知远胜于报表与邮件。而客户眼中流露的信任,更让他明白:生意的本质,是人与人的连接。

最令他感动的,是看到老客户将微波炉业务做得风生水起。那种成就感,比业绩数字更打动人心。每当走进一家新客户办公室,他仿佛看到未来合作的无限可能。正是这种将未知变为现实的挑战,推动他不断成长。

格兰仕自营电商部举办花艺沙龙以花为媒,蓄力年中大促

本报讯(通讯员 杨雯)在 618 大促进入倒计时之际,格兰仕自营电商部策划了一场别开生面的“花艺沙龙”,用花香抚慰压力,以创意激发协作活力,为团队注入温暖能量。

“花泥需完全吸水后再使用。”“主花高度应为花器的 1.5 倍。”活动中,特邀专业花艺师现场教学,从玫瑰、康乃馨、洋桔梗等常见花材的养护技巧,到花泥浸泡、枝叶修剪、造型搭配等实操步骤,讲师用简洁明了的口诀娓娓道来,让即便是插花“小白”的同事们也能迅速掌握要领,在轻松愉悦的氛围中逐步入门。

剪刀取代了鼠标,花泥盖住了报表,活动室里的气氛悄然转变。自营电商部的同事们化身“花艺设计师”,有人严格遵循讲师指导,打造出层次分明的复古花篮;也有人自由发挥创意,设计出别具一格的灵动造型。电商新人小杨笑着感叹:“第一次知道选花比选品还纠结!”天猫战队的作品命名为“绽放吧,618”,寓意着团队必胜的信心与全力以赴的决心。

随着一件件作品陆续完成,活动现场秒变“小型花艺展”。有人轻触快门,记录下与花艺作品的同框瞬间;也有人将完成的花篮细心包装,计划带回家作为一份惊喜礼物。“想让孩子看看,妈妈的手除了敲键盘,还能变出花来。”

“插花和做电商一样,既要整体布局,也要注重细节。”“压力随着修剪枝叶的过程释放了,现在满血复活!”——这场花艺沙龙不仅让大家收获了技能与作品,更在协作交流中拉近了彼此的距离,增强了团队凝聚力。

在火热迎战 618 年中大促的紧张氛围中,这样一场温馨的团队活动为奋战在一线的电商人注入了满满能量。花香虽已渐散,工位上的键盘声再次响起,熟悉的节奏中却多了一份从容与坚定。格兰仕自营电商部的同事们已整装待发,斗志昂扬,他们将团建中收获的温暖与默契转化为更坚韧的战斗力,以更加饱满的状态迎接挑战,力争交出一份让自己满意、也让团队骄傲的 618 答卷。



党建引领爱心捐赠，格兰仕助力乡村振兴



本报讯 为深入贯彻落实党的二十大精神,以党建引领乡村振兴的新实践,格兰仕于 5 月 22 日在中山黄圃镇党群服务中心举办了一场主题为“党建引领聚合力 提质争先促发展”的爱心捐赠活动。黄圃镇党委委员黄海燕、黄圃镇党建工作办主任卢绮莹、格兰仕集团总裁办副主任黄丽灵、格兰仕中山厂区党委书记梁敬强等出席本次活动。

在简朴而庄重的捐赠仪式上,格兰仕集团中山厂区党委向横档村、镇一村捐赠了一批爱心物资。随后,格兰仕义工团队将物资送至村民手中,用实际行动架起村企之间的“连心桥”,进一步增强了企业与乡村之间的联系。

多年来,格兰仕坚持党建引领,积极发挥企业在社会公益和乡村振兴中的作用,携手各方力量,共同探索可持续发展的乡村帮扶模式,助力绘就宜居宜业和美乡村新图景。

格兰仕多彩活动共庆端午佳节

本报通讯员 王辉 郑晓妍 赵彩霞 何桂泉 陈璇玲 陈伟标 吴金玲 马丽芬



粽叶飘香,龙舟竞渡。在端午佳节到来之际,格兰仕各厂区组织开展了一系列充满创意与温情的庆祝活动,以实际行动弘扬中华优秀传统文化,丰富员工精神文化生活。这场传统与现代交融的节日盛宴,不仅为员工带来了欢乐与温馨,也进一步增强了企业的凝聚力与向心力。

包粽子 PK 赛:巧手生香,粽叶传情

5月28日,在微生公司举办的包粽子大赛中,来自不同部门的17支队伍同台竞技,展示了精湛的包粽技艺。从传统的南方甜粽、北方咸粽到别出心裁的鸳鸯粽、“爱马仕包包粽”,参赛者们巧手翻飞,一个个造型各异的粽子跃然桌上。这不仅是手艺的比拼,更是对中华传统美食文化的生动演绎。

旱地龙舟赛:齐心协力,奋勇争先

在中山南厂区,一场别开生面的旱地龙舟赛火热上演。参赛队员们喊着整齐有力的口号,“左!右!左!”步调一致奋力向前冲刺,现场气氛热烈、掌声不断。“一条

船一条心”的团队精神在此得到充分体现,既是速度的较量,也是协作精神的展示。

水果下午茶:清甜小憩,放松身心

5月29日下午3时,在顺德厂区电器配件变压器车间一角,一个临时搭建的清涼茶歇区成为员工们的“心灵驿站”。奶茶、西瓜和各类时令水果应有尽有,空气中弥漫着果香与欢笑。在这片小小的天地里,大家得以短暂卸下繁忙工作带来的压力,享受片刻的宁静与甜蜜。

粽情速递:心意满满,祝福一线

节日前夕,冰箱制造、洗碗机制造、洗衣机制造等车间分别为一线员工送上精心准备的端午节礼品。当一袋袋满载祝福的粽子送到员工手中,那一张张洋溢着笑容的脸庞,正是对公司关怀最好的回应。

在紧张繁忙的生产间隙,系列端午节庆祝活动营造出浓浓的节日氛围,让广大员工干部真切感受到中华优秀传统文化的魅力与企业关怀的温度。



惠而浦(中国)工会举办特色端午活动 粽香四溢聚人心

通讯员 范婷婷

端午前夕,惠而浦(中国)公司工会分别在方兴和南岗产业园员工食堂举办了主题为“粽情五月天,情满惠而浦”的包粽子比赛,近百名员工踊跃参与。这场别开生面的比赛让传统文化在现代工业园区焕发出新的活力,也营造出浓浓的节日氛围。

比赛要求选手在3分钟内完成包粽子任务,评判标准包括数量多、外形美观、不露馅等。参赛者以五人为一组,现场提供粽叶、糯米、蜜枣等材料。随着主持人一声令下,选手们迅速进入状态:折叶、填米、加馅、捆扎,动作娴熟流畅。现场气氛热烈,欢声笑语不断。不少员工展现出高超的包粽技艺,其中一些男员工的表现尤为出色,赢得观众阵阵赞叹:“在家一定是个好丈夫,在公司也一定是个好员工。”

经过激烈角逐,两个园区分别评选出优胜者。由于部分选手水平接近,比赛一度进入加赛环节。最终,方兴与南岗产业园各自评选出一等奖1名、二等奖2名、三等奖3名。有选手在短短3分钟内包出十几个粽子,主持人不禁调侃道:“看来大家赛前都偷偷练过!”

除了包粽子比赛,公司还设置了“心愿墙”互动环节,员工纷纷写下节日祝福与个人目标,形成了一道温馨又充满希望的风景线。此外,公司还为全体员工准备了精美的端午节礼盒,并于节前发放至各部门及一线岗位,将企业的关怀与温暖送到每一位员工手中。

粽香四溢迎端午,巧手传情聚人心。本次活动不仅让员工感受到传统节日的文化魅力,也增强了团队凝聚力与归属感。公司



相关负责人表示,未来将持续开展类似活动,通过推动传统文化在企业中的传承与发展,不断提升员工的幸福感与满意度。

“红领巾工程师”创意彩泥秀,展现国民家电魅力



本报讯 5月28日,在中山市黄圃镇举行的2025年黄圃镇少先队新队员集体入队仪式暨红领巾讲解员助力“百千万工程”主题实践活动中,各学校少工委组织红领巾讲解员和少先队员们展示了丰富多彩的主题实践活动成果。其中,团范小学的少先队员们以“多彩格兰仕 善美满团小”为主题,呈现了一场别具一格的创意彩泥秀,用童真与创意表达了他们对国民家电品牌的理解和热爱。

活动现场气氛热烈,“红领巾工程师”们利用彩泥制作出各类家电模型,微波炉、冰箱等家用电器和特色美食、家居场景融合,作品色彩斑斓、造型生动,充分展现了孩子们天马行空的想象力和对现代家电的理解。每一件作品都凝聚着学生们对科技与生活的思考,也寄托了他们对未来智能生活的美好憧憬。

值得一提的是,团范小学的红领巾讲解员在现场自豪地介绍格兰仕生产的智能家电产品,并特别

提到中国空间站使用的微波炉正是由格兰仕研发制造的。这一细节不仅激发了同学们的民族自豪感,也让大家更加直观地感受到家乡企业在科技创新领域的卓越成就。

为积极响应广东省“百千万工程”的号召,推动企业文化与基础教育深度融合,格兰仕与黄圃镇团范小学联合开展了企业实地探访、校外课题实践、创意手工制作等一系列主题教育活动。通过这些形式多样的实践活动,学生们得以近距离了解家电制造流程,感受科技发展的脉搏,并在实践中提升动手能力和创新意识。

少先队员们还以小组为单位,围绕“格兰仕电器里的高科技”主题开展校外探究活动,并认真记录下自己的所见所思。同学们纷纷表示,这些活动不仅增强了他们的光荣感和使命感,更让他们深刻体会到家乡企业的实力与潜力,坚定了从小立志、争做新时代好少年的信心和决心。