

经过多年的服务质量管理工作的积累,格力已在售前、售中、售后一体化的全程服务观上,建立了一切以顾客为中心的产品服务体系 and 一套独特的标准服务手法。

# 格力 没有售后的服务就是最好的服务

■ 王席乐

## 2001 年 网上招标从源头保障原材料质量

“好空调格力造”这一句广告词早已伴随着格力空调走入千家万户。格力电器把过硬的空调产品质量作为自己的追求。格力电器总裁董明珠曾在多个场合表示,格力的成就很大一部分来自于格力空调的质量。早从 2001 年开始,格力公司就开始加大了对原材料采购程序和运作环节的调整,通过供应部、外管部、筛选分厂、技术部等环节的层层监控,坚决要求做到“货比三家、质量取胜”。

格力加强对原材料采购的监控,堵塞漏洞,杜绝人情关、亲情关,并通过公开公正的网上招标等举措,把一批不适应企业要求的原材料供应商拒之门外,保证了格力空调原材料的质优价平。

在此基础上,格力空调 15 年的使用寿命打破了 12 年的纪录。据透露,目前格力空调的返修率是万分之一。

## 2005 年初 执行“整机免费保修 6 年”

格力不仅以过硬的质量著称,其售后服务也为业界所称赞。

空调素有“半成品”之称,比任何家电产品都依赖安装、保养等售后服务环节。按国家规定,对家用空调器有“整机保修一年、主要零配件保修三年”的强制性标准,而目前国内所有的空调品牌中,最长的整机保修期也就 3 年。

而 2005 年初,格力宣布其空调产品一律开始执行“整机(包含所有零部件)免费保修 6 年”的售后服务新标准,其中包括压缩机、各类风扇电机、主控板等家用空调所有零部件。格力的标准已大大超越了国家强制性标准和行业标准,成为行业内第一个将空调的保修期延长至 6 年的企业,进一步印证了“格力水准,行业标准”。

据了解,格力为出台 6 年保修的服务,进行了长达 2 年之久的准备工作,先从企业



内部管理贯彻入手,招聘培训大量的配套人员,出台了近 60 项与之配套的细节维护政策、备件政策等,从硬件和软件上都进行了全面的大幅度扩充和升级。

## 2008 年 成立“退市空调救助中心”

在对消费者负责的同时,格力同时也在对社会和行业负责。更令许多消费者称赞的是,格力主动承担起一些退市空调的维修服务工作。

由于市场竞争的原因,一些空调厂家卖出空调后,自身倒闭了,那些卖出的空调在“三包期”过后无人问津,成为“孤儿空调”坏了没人修,只能向“游击队”求助,吃亏的还是消费者。

本着对行业负责的态度,从 2008 年开始,格力陆续对退市空调品牌进行义务集中救助,以实际行动给予消费者最好的保障,同时促进行业更好更健康地发展。

除了免费保养、6 年保修,格力还倡导了“8 年不跟消费者见面”、“1+1=0 (一流的产品品质加一流的安装服务等等于零烦恼的消

费新体验)”,“没有售后的服务是最好的服务”等超前的服务理念。

为了保障消费者的利益,格力电器始终推行让消费者满意的贴心售后,全国 4500 多个格力售后服务网点,2 万多名专业的维修服务人员成为全球最高售后服务标准的保证。

## 老总微博

## 格力高素质的服务

格力完全站在消费者的角度来设计产品,格力拥有庞大的设计团队,争取做到每一款产品都脱尘出新,在保证质量的同时,又不断引领空调行业的审美潮流。

生产过程中,格力空调所独有的筛选分厂,确保上线部件 100% 的合格,铸就品质的卓越。在河南,全省设有一个客户服务公司,23 个地市级客户服务中心,500 多个县级服务中心,1000 多个乡级服务网点。

不论是繁华都市还是偏远农村的全省顾客,都能享受到规范快捷的服务。随着市场的变化,顾客需求的多样化,格力以高素

质的服务人员,规范的服务流程,不断为顾客创造更多的价值。  
(格力河南销售公司总经理郭书战)

## 声音

## 董明珠:格力不要多元化,要的是“没有售后服务”

据经济之声两会特别访谈《企业家说》报道,3 月 5 日晚间 7 时,全国人大代表、珠海格力集团董事长董明珠做客中央人民广播电台经济之声两会特别访谈《企业家说》。

目前国内很多企业发展到一定程度时,基本上都呈多元化发展的态势。很多电器公司,除了做空调,还有洗衣机、冰箱、电视等等,而格力这么多年都是只做一种产品。有观点认为,专注会把东西做精做细,但同时有人表示,随着家电的智能化、一体化趋势,单做一种产品可能会被市场逐渐淘汰。对此,全国人大代表、珠海格力集团董事长董明珠认为:专业化对于企业来说是最大的挑战。

她表示,因为没有投机的机会,企业往往朝多品种方向做的时候就认为,这个产品没有利润了。如果行业竞争很激烈,就干脆搞另外一个。而实际上,做企业的人要时刻清醒地认识到,任何行业竞争都是存在的,唯一能取得竞争胜利的就是要把消费者的利益比自己的利益看得重。

同时她强调,不是只要售后服务好,消费者就会购买你的空调。格力在 1997 年就提出“不要售后服务的服务,就是最好的服务”,因为没有一个是消费者买产品,是愿意厂家天天上门服务,还说这个产品好。所以格力主张的是,消费者用上空调就可以放心的用到你扔掉为止,不用修。即使一家企业一年做几千万台,按照百分之二的比例,那就是几十万台的维修量。

最后,董明珠表示自己的企业目标是一直争取做到没有售后服务,而且不断地挑战自己。  
(中广网)

## 管理日记

## 管理中的“磨合”要尽早

■ 宝胜科技创新股份有限公司总裁 唐崇健

新组装的机器,经过一段时间的使用,摩擦面上的加工痕迹被磨光而变得更加密合,应用在管理学上叫“磨合效应”。企业的组织、人和事,也像机器一样需要磨合。“磨合”这个词听起来可能老套,但它却是管理中非常重要的一个过程。

磨合的第一个特点是必须碰撞。磨合不同于协调,协调停留在理论上,而磨合却要落在行动中。磨合需要硬碰硬,成功的磨合一定能砥砺出火花。因此,必须要把问题暴露出来,不能捂着、藏着、掖着。在磨合期,如果害怕麻烦,害怕批评,伤害的肯定是管理者自己。我们要直面问题,而不是回避问题,不能有让时间把问题吞噬掉的想法。

磨合的第二个特点是必须割舍。要想达到完全的契合,需双方都做出必要的割舍。磨合,磨掉的是棱角,为了减少阻力;磨合,磨出的是接触面,为了沟通顺畅。多站在对方的立场上去思考,就是最好的润滑剂。磨合是相互适应、相互沟通、相互理解的过程,也是寻找解决问题的最佳方法的过程。

磨合的第三个特点是必须高效。磨合不是撮合,也不是凑合。磨合是一种高效的组织行为。磨合需要时间,有些事情因人多口杂,达不成共识,也没有什么大不了的,可以继续磨合。磨合,需用温火,切忌下猛药,否则容易走向相互妥协的极端。通过磨合,最终使组织行为日趋完善。在探索中实践,在实践中磨合,在磨合中提高。



# 立足新起点 实现新跨越

■ 张广新



张广新

锦州不仅是一个美丽的滨海城市,同时,也是个有着悠久历史的文明古城。庄严的古塔,隽逸的凌河,见证着这座古老城市的变迁。

道光廿五集团就坐落在这人杰地灵、物华天宝的海湾之畔,尤如一颗金星,闪耀着绚丽的光芒。她承接古老的酒文化遗韵,飘扬了两个多世纪的酒香仍然弥漫着诱人的芬芳,历代烧锅传人酿造的美酒,最终凝结成现代人的智慧。道光廿五集团栉风沐雨,踔厉前行,建起了一座座丰碑,也昭示着不断成长的光光廿五集团以矫健的步伐迈向中国一流白酒品牌行列。

锦州又是一个英雄的城市,辽沈战役的第一枪在这里打响。如今,这里再一次成为振兴辽宁老工业基地的主战场,吹向了建设滨海新锦州的号角。时代赋予道光廿五人新的使命,道光廿五人扛起了振兴民族工业的大旗,为把锦州建设成为辽宁沿海第二大城市乘风破浪,勇往直前。

众所周知,道光廿五是世界上继“法国路易十三”之后,中国历史上唯一一个以君主年号命名的白酒品牌,道光廿五富于传奇色彩的发展经历,大家耳熟能详。

1996 年,穴藏于地下 152 年的道光廿五贡酒发掘出土;

1997 年,李铁映对贡酒作出重要指示:“科学保护,有效利用”;

1998 年,锦州市人民政府在北京人民大会堂召开“道光廿五贡酒新闻发布会”;

1999 年,锦州市人民政府将发掘出土道光廿五年的 4 号木酒海及定量原酒,作为二十世纪收藏的最后一件封馆文物,捐赠给中

国历史博物馆;

2000 年,道光廿五集团成立,并被国家确定为“全国唯一满族传统酿酒工艺”企业;2001 年,道光廿五白酒成为“中国十大文化名酒”;

2002 年,道光廿五白酒被认定为“中国首届名牌战略峰会指定用酒”;

2003 年,道光廿五贡酒成为全国白酒界继茅台、水井坊之后,第三家被纳入国家原产地域保护范围;

2004 年,道光廿五集团成为“全国首批工业旅游示范单位”;

2005 年,“道光廿五酒满族传统酿酒工艺”被认定为“省级非物质文化遗产”;

2006 年,中央电视台中文国际频道“万里海疆行”栏目组来道光廿五拍摄专题片,并向国内外播放;

2007 年,道光廿五成为辽宁省唯一荣获“中国酒文化十大古窖(井)、中国酒文化十大文化旅游基地、中国酒文化百年老字号企业”三项殊荣;

2008 年,道光廿五贡酒与茅台、五粮液、汾酒等 25 种中国名特白酒国家标准样品,通过了国家级鉴定。道光廿五贡酒以独特的“满族陈香”,再次纳入国家标准样品行列;

2009 年,道光廿五荣获“中国驰名商标”桂冠;

2010 年,道光廿五百年贡酒及其系列酒入选上海世界博览会;

2011 年,集团公司总经理曹旌、执行经理张慧随陈高省长赴台经贸参访,道光廿五酒飘香宝岛;

2012 年,辽宁省人民政府授予道光廿五“十大历史文化名酒厂非遗”清代宫廷贡酒酿造技艺”第三代代表性传承人企业”牌匾。道光廿五人以龙飞凤舞的笔触,刻画出道光廿五的品牌形象与气质,夯实了道光廿五中国驰名商标的基础。

实现中华民族的伟大复兴,是中国人的梦想;振兴民族工业,是道光廿五人的梦想。2013 年,是一个意义非凡之年,中国锦州世界园林博览会将在锦州湾畔盛大举行,世界给锦州一个机会,锦州还世界一个惊喜。“世园会”为我们搭建了一个开放的国际平台,展示东方文明的悠久历史与璀璨,展示中华民族的非凡智慧与伟大。道光廿五集团作为锦州的重点企业,将把握住这千载难逢的历史机遇,全身心融入到“世园会”的建设之中,打造工业旅游产业,以振兴民族工业为己任,以企业做强做大为目标,立足新起点,实现新跨



文坛名家莫言挥笔赞道光。

越。

早在 2004 年,道光廿五集团就被国家旅游局确定为“全国首批工业旅游示范单位”,这在辽西地区尚属首家获此殊荣。在这之前,我们便将“经营美学”作为企业发展战略之一,将道光廿五酒文化融入到工业旅游产业理念之中,围绕这一主题进行软、硬件同步建设。

可以说,白酒是中国一种历史悠久、积淀丰厚的文化现象与产物,而道光廿五更是中国酒文化中的瑰宝。从 1996 年,我们便开始着手发掘和整理企业历史遗痕,包括一些珍贵的照片、物品及文献资料等。以“同盛金盛世图”为蓝本,以弘扬满族文化为核心,突出满族酿酒工艺特色。从厂房和园区改造入手,在公司主干道两侧,修建了具有满族特色的道光廿五门楼,勾画出道光廿五工业园区的雏型。在园区西侧,伫立着一座青砖灰瓦、雕梁画栋的仿古建筑,这便是满族皇封作坊,它承载和还原了清朝嘉道年间同盛金烧锅的酿酒技艺。在园区西侧,化建筑垃圾为建材因地制宜建成的道光廿五世纪园,占地面积 560 平方米,山石亭榭、花草树木点缀其中;同盛金烧锅创始人高士林、第二代掌门人孟积善、开国大元帅朱德、千古功臣张学良、凌川大酒师李宗民青铜塑像矗立在青松翠柏间;一口与北京中华世纪坛 56 口世纪钟同一炉铜水浇铸的中华世纪钟,悬挂在世纪亭内,更有象征员工团结、凝聚的连心锁,纪念少帅夫人于凤至赈灾的石鼎,等等。世纪园内,翠鸟争鸣,

灵猴腾越,一派生机勃勃的景象。

按照国家文物局有关贡酒保护的精神,在道光廿五贡酒发掘原址修建了由王光英题写的“道光廿五博物馆”,以各种丰富多彩的图文、实物等形式将中国唯一满族传统酿酒工艺两个世纪以来深厚的历史积淀,形象地展现出来,令人耳目一新。据不完全统计,“道光廿五博物馆”自 2001 年建成至今,累计接待各类社会团体、企事业单位、专家学者、学生、消费者等达 10 万人次以上。当代作家、诺贝尔文学奖获得者莫言也曾在 2005 年莅临企业并题词。作为企业对外展示、交流的文化窗口,很多参观者在惊叹满族酿酒工艺奇特的同时,也见证了道光廿五文化发展历程,感受到了道光廿五日新月异巨大变化。

家乡的沃土养育了勤劳的道光廿五人,秀丽的凌河水酿出了醇美的道光廿五酒。道光廿五集团的发展,得到了锦州市政府的大



世纪园

力扶持。2005 年,市政府对复建同盛金整体原貌作出批示,要求在厂区重修同盛金后花园,再现历史,缅怀先贤,传承满族酒文化并发扬光大。牌楼、碾道、古井、酒先堂等先后恢复了历史原貌,再现百年老园风采。同盛金后花园展现在大家面前,抚今追昔,令人浮想联翩。.....

发展工业旅游产业,提升了企业形象,壮大了企业实力。早在 2005 年,道光廿五的无形资产就达到了 5 亿元。如今,道光廿五集团已具有 1.5 亿元的固定资产,无形资产已达 20 多亿元。

在中国酒业漫长的发展过程中,一切都在变化与调整,但只有一条是不变的,那就是“适者生存,创新不败”。我们做到与时俱进,坚持科技创新,管理创新,文化创新,使道光廿五得以持续发展和壮大。

新的机遇,书写新的传奇。2013 年,我们要凭借“中国锦州世界园林博览会”的契机,把握住建设辽宁沿海第二大城市的历史机遇,全力将道光廿五工业旅游打造成锦州旅游经济的名片,对现有的工业旅游项目进行全新规划和品牌扩张。结合厂区现有布局,将斥巨资全面恢复宫廷酿酒工艺及同盛金盛世原貌。目前,新的道光廿五酿酒园区正在规划中,拟将现有老园区打造成一个满族文化风情园。闲暇时,市民可以来这里饮酒、品酒,还能欣赏到满族传统的酿酒技艺及满族人文风情,以酒为媒介,将满族悠久的历史和文化介绍给更多的朋友。激烈的竞争要求我们跨越发展,宝贵的机遇激励我们跨越发展,已有的成就支撑我们跨越发展。我们惟有以成为“中国的路易十三”的勇气和智慧,鼓大发展之劲,聚快发展之力,创跨越发展之绩,才能书写无愧于时代的华美篇章。

我们坚信,曾经创造了辉煌历史的光光廿五人,承载着光荣与梦想,在新的起点上,必将建立起彪炳千秋的时代功勋!

(作者为辽宁道光廿五集团董事长)



同盛金酒庄起酒