

董明珠:格力从黄埔军校升级为西点军校

在由《中国企业家》杂志社主办的“两会”沙龙上,董明珠这位和雷军打赌10亿的铁娘子强调,“制造业不能本末倒置,说这是一个互联网时代,靠互联网就能发财,我个人不太认同这个观点。”“董明珠还是坚持她和雷军打赌时的观点,“如果全国的制造业都不给你(雷军)做的时候,你还有机会吗?”

以下是全国人大代表、格力电器董事长董明珠的讲话:
我想讲一点,现在大家都在讲升级,特别是我在雷军在央视年度人物上打了一个赌,雷军认为他一定能够超过格力,但是我认为他不能,它不是两个企业之间的对赌,更多是不同性质企业的对赌。

我是站在一个可持续发展的角度来看的,任何一个国家没有实体经济,没有制造业,就不可能谈它是一个强盛国家。在这个问题上,我一直认为制造业一定要静下心来,要脚踏实地地研究,包括你的发展战略、定位、技术等。

我当时的底气来自格力的竞争力。家电行业是一个竞争非常激烈的行业,原来是几百家,现在剩下不到十家。过去我们同行中有一些企业经常到格力来挖人,有人说完了,别的企业到我们这儿挖人,我跟他们讲,这标志着我们企业有竞争力,是件好事情。虽然挖走了一两个技术人员,但是企业不能依赖这两个技术人员来保证企业的发展,企业应该有更多的新技术,你不可能躺在过去的技术上生存下去。每年我们就有许多人被挖走,但是我们一直有新技术出来,一直坚持行业的领头羊地位。

我最值得欣慰的是去年凯蒂约克(音译)在我们这儿挖了30多个人,我们的人感到很紧张。我说,我们现在是从黄埔军校升级为西点军校了,别人来你的企业挖人,表明你的企业是受人尊重的。

互联网时代也好,大数据时代也好,对我们来说可能只是生活方式有所改变,或者能够提高我们的效率,我觉得它最大的作用就是在这里。

但是制造业不能本末倒置,说现在是互联网时代,靠互联网就能发财,我个人不太认同这个观点。当时雷军说,我们是轻制造,有技术、有销售。我就反问一句,如果全国的制造业都不给你做的时候,你还有机会吗?

当然,在这个过程中,简单用数字来说谁赢谁输,我觉得很难说明实际情况。关键是他们能不能支撑整个产业的发展,这个才是最重要的。我说我愿意做吃亏的事情,别人不愿意干的事就是我去干的事,所以,我们才能够保持清醒的头脑。

我们在空调行业去年发明了不要电费的空调,就是光伏板发电,但是你把这种技术转

提要:格力的底气来自格力的竞争力。过去我们同行中有一些企业经常到格力来挖人,有人说完了,别的企业到我们这儿挖人,我跟他们讲,这标志着我们企业有竞争力,是件好事情。每年我们就有许多人被挖走,但是我们一直有新技术出来,一直坚持行业的领头羊地位。我最值得欣慰的是去年凯蒂约克(音译)在我们这儿挖了30多个人,我们的人感到很紧张。我说,我们现在是从黄埔军校升级为西点军校了,别人来你的企业挖人,表明你的企业是受人尊重的。

换到实际运用中是一个很难的技术。我们现在通过直接转换,把光伏电直接转换到空调里面,它就成了一个发电厂。如果我们不用这个空调,它照样运行,就可以发电,这个电通过电网可以卖给电网公司。当你的家庭再用电的时候,可以从电网上再把它买回来,它是一个技术升级,但是有专家讲它是一个技术革命。

前一段时间我看到一篇文章,说德国现在在提倡第四次工业革命。我们到底是第二代,还是第一代,我没有论证它。但是,我们认为既然德国提出第四次工业革命,我们能不能来一次跨越式发展?我们应该提高到第五次工业革命这样的高度来要求自己,那么企业就肯定有竞争力。

我想简单介绍一下,2011年,我们做了837个亿,当时员工已经超过96000人,我们的管理人员还说不够,要加人。我们计算发现人均产值90多万,这是非常危险的信号,因为你没有竞争力,就靠低廉的劳动力来做,而且是粗放型的。通过2012年、2013年两年的努力,2013年我们做到1200亿,现在是7万多人。也就是增长了几百亿,人员却下降了接近2万人。2013年我觉得最值得骄傲的是,在家电行业我们的利润达到9%。

有一次联通老总跟我见面,说联通2013



年做了3000多亿,但是利润还没有格力多,才100亿多一点,格力去年做到108亿。第二,去年我们也很骄傲,给国家税收102亿,基本上接近8%。所以,用什么支撑企业的发展,既要考虑你自身的发展,同时也要把企业的发展和国家的命运结合起来。

格力电器靠什么盈利?我觉得最重要是靠企业文化,靠创新。一讲创新两个字,很多人就联想到技术,但是我认为不是,创新不仅是技术,创新其实无处不在。

我们最近拍了一个微电影,我每看一次心里就有不同的感受,它在我们8万员工里面也产生了很大的作用。我们有一个叉车工,连续两次挑战中央电视台的冠军。他就是一个叉车工,他优秀到什么程度?他在饭店吃饭的时候,看到同事拿打火机把啤酒瓶敲开,他说我能不能用我的叉车把啤酒瓶打开,这样就能精确无误把产品运到它需要的地方。

那么多的搬运工,如果搬运不当,产品质量怎么保证。不要看它是微不足道的岗位,它同样存在着创新。他回来以后就用叉车敲啤酒,后来又用叉车穿针,真的是非常优秀。

他其实是一个农民工,我们公司培养了很多农民工。他成为优秀员工,公司就把他招到珠海,成为珠海人。看到他拿到珠海市身份

证,他的很多老乡都哭了,说你终于在珠海有家了。

我每次看到这个片子都特别激动。去年我跟市里要条件,所有在格力干了20年以上的人必须全部调入珠海,他们才是真正创造了企业财富的人。我们企业对员工、技术人员、管理人员都有不同的要求。工人在他的岗位,并没有感觉到别人瞧不起他,他同样是非常受尊重的,他也有奋起直上的空间。

第二个我们前年做了改革,一线员工一人一居室。一般工人三五个人一个房间,我们是一人20个平方。骨干、知识分子、大学生、结婚都是两室一厅。

今年有技术人员提意见,说你不能把两房一厅卖给我们,要不然我们心里不踏实。我说你没出息,你在格力干,有能力买房就叫水平。所以,我们公司其实做了很多的创新,不单单是在技术方面,在整个企业文化领域都有创新。每一个员工觉得自己不一定要到领导岗位,我不做领导一样是受人尊重的,格力电器这方面的氛围非常好,所以我觉得这就是企业的竞争力。

一线工人、技术人员,每个人都能找到自己的感觉,不断地提高效率,研究技术。我也很有意思,我要求同行的人不能进格力,我不能把我们企业的机会给了外面人,一定要自己培养。所以,我们格力电器没有专家,我所谓的专家是指我们没有在从外面引进所谓的专家,也没有高薪引进人才,更没有说外国人。我们5000多个开发人员全部是大学毕业生,是这个平台在培养他们。

我最基本的想法是反正外国人也是两个眼睛,一个鼻子,他们能想出来,我们没有理由想不出来。这两年,我们除了制造出光伏空调,还将空调做到无风、无声。今天坐在空调下面,许多人觉得很舒服,他们认为空调就是这样,但我认为不是。你想到东西,就是你就要努力去研究和设计的。

我们通过向管理要效益,技术要效益,去年达到9%的利润,别人都觉得不可思议。同时我们的材料消耗过去有时候能达到3%、4%,现在可以做到千分之零点一三。

企业要活下来就要有竞争力。你的竞争力就是竞争自己。现在我们制造出不要电费的空调,一旦投放到市场,不是我去挑战市场,而是所有人来找你。现在我们已经研究出除了中央空调、大型空调不要电费,我说还要做什么,就是不用电的家庭空调。也就是现在我有一个独立的空间,比如我这栋别墅500平方,除了空调不要电费以外,家里所有的电器产品因为用格力空调,所有电都不需要再花钱了。所以,就是要不断地去创新,去想。

(中国企业家网)

国药准字H46020636
快克[®]
复方氨酚烷胺胶囊
请在医生的指导下
指导下购买和使用
海南亚洲制药股份有限公司生产
海南快克药业总经销

金哈达:精心做米 诚信做人

赤峰金哈达粮业有限公司始建于2002年,前身是金哈达精致炒米厂,公司坐落于风光秀美的塞北草原——赤峰市巴林右旗大板镇益和诺尔街东段,主要生产蒙古炒米,公司在2004年成功注册商标——金安达,2007年被评为赤峰市知名商标,是巴林右旗农牧业产业化先进企业。公司生产的系列老炒米,因其口感香脆,味道传统正宗,一直以来,深受广大消费者喜爱。几年来,公司致力于传统工艺的改良,自主研发了大量生产设备,既保留了炒米的传统风味,又使其食用更安全,更方便。

该公司以“质量打造精品,诚信铸就品牌”的企业经营理念,注重质量、科学管理,自成立以来始终将产品质量放在首位,以诚信经营为理念,以“绿色、营养、天然、保健”为主题,一心一意打造放心食品为己任,得到了社会的认可。

食品安全大如天,作为一个食品企业,该公司深知产品质量、食品安全的重要性,对此,首先制订了严格的制度和详细的操作规程,每一个环节,每一个岗位,都要明确质量责任并落实到人,严格检查、严格监督,严格把关,把生产工艺作为管理的薄弱环节,推行全员质量奖罚责任制,哪个环节出了问题,不但追究当事人的责任,还要追究工艺控制人、质量监督员和相关领导的责任。

其次是抓好生产加工环节的卫生、条件改善和设施的改进工作,不断完善质量管理体系,注重落实,责任到人。

再有从企业的经营管理入手,转换企业经营机制,大胆改革企业用人制度,做到人尽其才,才尽其用。在狠抓产品质量,压缩非生产性开支,合理降低原材料消耗,提高劳动生产效能,开发具有市场前景的新产品,以最少的资金、最短的时间、最快的速度,使产品质量稳步提高。在企业中大力弘扬“五种精神”,即:身处困境,艰苦创业,奋斗不息的拼搏精神;顾全大局,着眼长远,过苦日子的奉献精神;上下一心,群策群力,众志成城的团队精神;瞄准市场,抓住机遇,开发新产品的创新精神;加强管理,苦练内功的求实精神。实现了近期利益和长远利益有机结合,市场销售不断扩大,企业收益不断增长,使企业走上了健康有序良性循环轨道。

金哈达粮业有限公司,秉承“精心做米,诚信做人”的企业宗旨,坚持“诚信、质量、服务、共赢”的经营理念,倡导“终身学习、持续创新”的团队精神,为民族食品工业的振兴尽心尽力。

(高艳庆)

千秋煤矿制定十八项安全管理制度

为加强矿井的安全生产管理,深入贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”安全生产工作方针,牢固树立“用心做事,追求卓越”核心理念和“从零开始,向零奋斗”安全理念,日前,千秋煤矿制定了十八项安全管理制度,以保障员工的生命和财产安全。

十八项安全管理制度是:安全生产责任制,安全办公会议制度,安全目标管理制度,安全投入保障制度,安全质量标准化管理制度,安全生产教育与培训制度,安全隐患排查和整改制度,安全监督检查制度,安全技术措施管理审批制度,矿用设备器材管理制度,矿井主要灾害预防制度,事故应急救援制度,安全奖惩制度,入井人员管理制度,安全举报制度,安全操作管理制度,安全责任追究制度,煤矿领导下井带班及安全监督检查制度等具体安全内容。该矿对每一项制度分别明确了详细内容、牵头部门和完成时限,做到分工明确,责任到人,落实到位,并实行一级对一级负责,真正把安全生产工作落到实处,实现全员安全生产责任制。

科学、实用、完善的安全制度体系,是实现矿井安全有章可循、有据可查的根本保证,该矿结合安全生产实际,制定出了出了一系列的严格规范的安全管理制度,不仅落实和明确了各级人员安全生产责任,而且有效地促进了矿井安全健康发展。

(司英爽)

燃油宝:无任何作用的产品卖出暴利神话

提要:作为早已过时的产品,“燃油宝”不仅没有退市,反而成为一个越来越庞大的市场。

关于诈骗的一个规律是,再老套的陷阱仍然会上当。2013年年底,徐光在广东一家加油站加油时,工作人员极力向他推荐被称为“燃油宝”的燃油添加剂。他拿出45元人民币,购买了一瓶。

一个月后,徐光的车出现了故障,发动机在行驶中剧烈抖动,4S店的维修人员告诉他,应该是添加的燃油宝腐蚀了油路。

在汽车专家看来,燃油添加剂是一种早已失去存在价值的产品。中国环保部的公开资料显示,燃油添加剂的准确名称应为“车用汽油清洁剂”。

“燃油添加剂有清洁燃油的功能,但随着中国油品质量的提升,这一功能已经过时了。”中国汽车工程研究院科研部部长赵国才说。

但是,无论是生产商的网站、宣传册,还是包装瓶上的产品说明,燃油添加剂都被形容为能够提升汽油性能,除了清除积炭、清洁油路,更重要的是节省燃油、提升汽车动力,有的品牌甚至声称其中含有纳米有机分子,能够“直接攻击油分子中的长链碳键,在燃油室产生微爆,引发完全燃烧,提升引擎动力”。“这是一个混乱而暴利的市场。”赵国才说。

实际上,燃油宝已经成为加油站一个隐秘而又庞大的收入来源。除了市场上数百个大大小小的品牌,在全国拥有3万多座加油站的中石化也在2008年推出了自己的多个品牌燃油宝。

没有任何作用的产品

几乎所有广州的加油站,均附带销售燃油宝,只要有人来加油,工作人员都会热情地推销燃油宝,而且愿意添加的车主为数众多,加油机旁大多摆放着装满空燃油宝添加剂瓶子的纸盒,每个加油站销售的燃油宝添加剂品牌各不相同,每款产品都是50ml装,价格在35至80元不等。

事实上,环保部分别在2008年7月和



2009年10月公布了两个批次一共8款汽油清洁剂的认证名单,但在此之后,这一名单就没有再进行过更新。此外市场上的数百个品牌都没有经过国家认证。

认证依据来自2004年发布的《车用汽油清洁剂》强制性国家标准(GB19592),标准中注明,车用汽油清净剂是指添加到基础燃料中用来防止整个发动机进气系统产生沉积,或者可带走沉积物的物质。

在赵国才看来,自2009年之后,认证名单再没有更新,正是由于中国油品品质不断改进,已经无需再添加清洁产品。

多位4S店的汽车维修专家都认可这一判断。因为燃油清洁剂的工作原理是通过分解油箱杂质,减少油品的杂质,减少发动机积碳的产生,而不能直接清理发动机的积碳。

“与其用‘燃油宝’清除积碳,还不如定期做一次积碳清洗。”一位维修师傅说,而且被添加剂溶解的胶质和垃圾等杂质,只能顺油路进入喷嘴和气缸内燃烧,有可能堵住油路尤其是狭窄的喷嘴,“燃油宝里添加剂众多,对汽车的腐蚀性要比汽油大”。

何况,市场上的数百种未认证产品,其成分不得而知。这些产品包装精美,大多只有英文标识,虽然在中国生产,但推销人员号称由德国、加拿大引进技术。

都没有清楚自己购买的燃油宝的品牌,“上面全是英文”。而当推销的工作人员承认对产品也不太了解,只是按产品说明书向车主介绍,“在加油时加入燃油宝,不但可以清洗汽车的积碳,而且可以增加发动机的动力。”

类似的纠纷,这个加油站几乎每个月都会发生。最后,加油站为徐光免费加了一箱油作为和解。徐光对此并不满意,他担心燃油宝已经给发动机带来了“无法挽回的损失”。

这很有可能。汽车专家张志勇长期对燃油宝产品进行评测,在他看来,不同品牌燃油宝的成分、质量差异巨大,“如果加入劣质的产品,车辆很可能受损。”

至于提升动力性能,赵国才认为完全是子虚乌有,“没有任何检测数据能够证明燃油宝添加剂可以增强发动机的动力。”

暴利产业链

“如果燃油宝真的有效,中石化完全可以在炼油时直接加进去。”曾在深圳从事燃油宝添加剂代理业务的彭晓说,但对于加油站来说,这确实是一个利润丰厚的产品。

“燃油宝的暴利早已不是秘密了。”早在国家标准出台前,他就开始在各个加油站推销某个品牌的燃油宝添加剂。

“一开始,是采取钓鱼式购买,由业务员

找加油站经理谈,把产品放到加油站柜台卖,按提成给加油站,当时,一瓶燃油宝卖20块,拿货价4块,给加油站提成10块,业务员自己赚6块。”彭晓回忆说。

彭晓的事业在2004年迎来了高峰,当时正值环保部开始对汽车尾气排放和油品展开整治,彭晓招聘员工进行培训,让自己的员工进驻加油站推销。“我们发现,一瓶燃油宝20块钱也是卖,卖50也是卖,关键在于价格,也不在于产品是否有效,而在于推销技巧。”据彭晓介绍,按照行规,50元一瓶的燃油宝,加油站提成6元,加油站经理提成10元,加油工10元。

“我最多的时候抢占了40多个加油站,我们行内称之为场,有些场一个月有2000多瓶的销量,月收入可以达到三五十万。”彭晓说。

然而,这样的好日子只维持了两年多,由于这种产品门槛太低,只要2000元进货成本加一张能说会道的嘴巴就行,原来招聘进来推销的员工们纷纷自立门户,他们通过提高给加油站提成等办法开发新市场,市面上也开始流行进价更便宜的假货,彭晓手里的场一年只剩下十几个。

到了2008年,中石化在看到燃油宝的巨大利益之后,一举推出海龙等多个燃油宝添加剂品牌,并获得环保部认证,由加油站的员工推销,每瓶提成10元,从而将彭晓这样的老板从自营加油站赶出去,他在2009年选择了转行。

实际上,燃油宝仍然在市场上大行其道。“十一五”期间,中国汽车保有量增加了150%。新车主成为燃油宝源源不断的新顾客。

由于竞争激烈,在这个产业链上,只有拥有垄断资源的加油站还能获得不错的利润。在加油站中,燃油宝仍然维持着3元到80元的售价。其中包装较差、生产厂商不知名的产品比较便宜,而中石化旗下的品牌,或者声称国外进口的产品价格较贵。

而在淘宝网上约有3000种“燃油宝”产品,其中最便宜的售价仅3元。在广州加油站售价80元一瓶的“大牌”产品,淘宝售价也只有7元。

(应采访对象要求,文中徐光、彭晓为化名)
(来源:《财经天下》周刊)