

# 海尔归来，不止

6月26日上午，我们的“海尔文化之旅”从坐落在海尔路上的海尔青岛工业园开始，我们的工厂深度游，海尔并不是第一站，然而海尔文化之旅过后，在队员中引起的强烈反响让我们惊讶，截至出版前，我们不仅接到队员的电话“观后感”，有些队员甚至主动发来了原创的海尔观后感，大家都一样，我们都为海尔自豪。

## 我看到了那只“下蛋的鸡”

队员:本刊主编 沙辰  
年龄:60后

“觉得鸡蛋好吃，不一定非要看到那只下蛋的鸡。”这是钱钟书老先生婉言拒绝记者采访的“名言”。不过，对于有着强烈好奇心的人们而言，这样的“理由”阻挡不了他们探究事物本源的冲动。

6月26日，来自南京的11位海尔产品的忠实用户和客户，亲临海尔的故乡，近距离观察海尔产品生产的每一个环节，置身于海尔文化的环境中感受与体验海尔的精神，现代快报没有把这次青岛之行、海尔之旅当作一次平常的旅游，每一个参与者在海尔度过了饱满丰富的一天之后，更没有把自己当作一个普通的旅行者。往小处说，他们是见证了海尔品牌以及海尔企业成长的历程；往中处讲，他们是回顾了中国家电行业30年的成长历史；往大处看，他们是领略了“中国制造”这个豪迈词汇的分量。当他们在家中摆弄、使用海尔的一个个产品，大到冰箱、空调、彩电、热水器，小

到电脑、手机、上网本、数码产品时，他们只是根据自己的体验觉得这样的“蛋”确实是好！当他们能够亲临现场，目睹海尔的生产流程、考察海尔的质量把关、领略海尔的企业文化、感受海尔的内在精神后，他们会由衷地赞叹，海尔是一只具有强大繁衍能力和顽强生命力的“鸡”。她抚育了海尔这个国际品牌，造就了海尔这个世界奇迹，她是“中国制造”这面大旗上最为耀眼的一颗明星。因此，这次由现代快报组织的、全国首创的“海尔文化之旅”，让这些海尔的忠实用户和客户，实现了一次由海尔产品到海尔品牌，由海尔形象到海尔精神的感性认知！

在前往海尔的路上，海尔工贸南京公司的柳部长送给我一本书——《准备赢得一切》，这不是一部描写海尔的书，而是一位管理大师的著作。我开始对书名产生了误读，而当我翻阅之后，才

明白这本书的准确名字应该是《准备：赢得一切》，书中把“准备”作为“赢得一切”的先决条件，这与中国人常说的“有备而来”、“有备无患”、“凡事预则立，不预则废”在实质上是一致的。在回程的路上，柳部长又给了我一本书，这是海尔首席执行官张瑞敏先生的随笔集子《海尔是海》，而书中的第一篇，就是《成功了，再赢一次》，这是张瑞敏在海尔创业六年、冰箱产品持续供不应求的1991年写下的一篇文章。在那个时刻，张瑞敏就已经意识到市场“翻手为云，覆手为雨”的变化无常，就已经做好了“兵无常势，水无常形”的应变准备。1995年，张瑞敏在《狼，就在眼前》一文中又一次告诫海尔人：“我们的优势是产品品牌有相当的影响力，不利因素是我们的某些产品的问题解决远离了竞争对手。”1996年，面对洋品牌的大肆进逼，张瑞敏大声疾呼：“时代要

求我们快一些，再快一些。”1997年，当海尔大踏步地走向国际市场时，张瑞敏自信地表示：“只要找到路，就不怕路远。”而进入新世纪，为了应对新经济的挑战，张瑞敏面对海尔人发出了振聋发聩的呼唤：“挑战满足感！”看着这样一篇篇简短的文字，体味着海尔成长发展的历程，我能够真切地感受到海尔始终在准备着蓄势待发，始终在准备着实现跨越，始终在准备着为了目标的达成去重新创业、去发奋拼搏、去勇往直前。这就是我看到的海尔的“海”！

被一种产品打动也许只要一个广告，但是被一种精神感染，就需要这种精神具有令人折服的力量。在我看来，孕育海尔的已经不仅仅是那些现代化的厂房、高精尖的流水线、严格规范的管理，甚至强大的研发创新能力，而是那一种真正融入海尔人精神中的气质：目标明确、有备而来、执着不懈、激情飞扬！

## 海尔，让我们震撼

队员:韩工、郎伟珍  
年龄:50后

他们是队伍里年龄最大的，他们是一对海尔的金牌粉丝，家里的全套家电全部来自海尔。他们没想到还有机会如此近距离地靠近海尔。

也许我们年纪大了，对产品品牌情有独钟，海尔无疑是国产家电品牌中当之无愧的元老，一个品牌的成长就像一个

孩子，我们这辈人都知道著名的“砸冰箱事件”，没有张瑞敏的那一榔头，就不会有今天的海尔，但这“一榔头”，可不是随便一个品牌都可以做到的。

一个国产品牌能有今天的产品规模与品牌知名度，谁都知道不容易，没想到我们老两口真的有机会走近海尔，可以离海尔那么近，我们真真切切地看到了海尔的过去和现在，海尔让我们震撼，海尔人让我们感动。

来海尔之前，我们刚搬了新房子，购买家电时我们想都没想就是海尔，正赶上海尔在推整套家电，皆大欢喜。现在，我们很想说，选择海尔，我们选对了。

## 创新，海尔的灵魂

队员:小其  
年龄:80后

小其的父母都是海尔的忠实粉丝，此行该来的是小其的父亲，临时有事换了小其前来，小其从“不情愿”到“不想走”，海尔文化之旅改变了小其的家电品牌观。

身为80后的我多少对那些洋品牌有些偏爱，但当我走近海尔过后，我才意识到倾向于鲜丽的外壳加上英文字母组成的LOGO多少有些莽撞。震撼的第一幕来自于近10小时的车程之后出现在眼前的海尔路，这是青岛唯一的以企业名称作为马路名，车辆转入海尔路后第一时间感受到海尔的生气与实力。

我们先后参观了海尔荣誉室与空调生产线，从海尔诞生、成长

与未来生活的规划的图文激起了名族品牌给一个中国人带来的自豪感，而世界一流的制造流水线让我见证了海尔征服世界的背后是所有海尔人的共同努力，最令我记忆犹新的是一个生产线上的细节——传送车，这是一个不复杂而且工作简单的部件，它的任务只是将组装好的产品由一条线传送到检验的流水线，但是正是这样的设计为整个流水线节省了2个人力以及宝贵的时间，在这之前流水线间的搬移都依靠人力，更可贵的是这样的作业流程是由海尔最基层的员工提出并实现的，“创新是海尔文化的灵魂”，海尔人人为之做了最有力的诠释。



敬请关注明天7月3日周五的连续报道“海尔文化之旅②”

本版整理 快报记者 王多 摄影 快报记者 辛一

Haier  
一个世界一个家

### 贺海尔冰箱世界销量第一

# 海尔节能家电节盛大开幕

## 健康生活 防霉入侵 洗干一体 轻松度梅

<b>WE跨界系列</b> <b>XQG60-QHZB1281</b> S-Drive变频 洗净即停技术 JIT衣干即停 北欧美学外观 AMT防霉窗垫 尺寸(高x宽x深 mm): 810x595x570 活动价: <b>6180元</b>	<b>WE跨界系列</b> <b>XQG60-QHZB1287</b> S-Drive变频 洗净即停技术 JIT衣干即停 北欧美学外观 AMT防霉窗垫 尺寸(高x宽x深 mm): 810x595x570 活动价: <b>5880元</b>	<b>白领丽人系列</b> <b>XQG55-H12866</b> JIT衣干即停 加速洗功能 AMT防霉抗菌窗垫 即停即开电磁门锁 全面料洗涤 尺寸(高x宽x深 mm): 810x595x570 活动价: <b>4980元</b>	<b>大容量烘干系列</b> <b>XQG80-HB1286</b> 4KG大烘干容量 变频电机变频洗涤 洗净即停 JIT衣干即停 泡沫自检 自清洗 尺寸(高x宽x深 mm): 810x595x610 活动价: <b>6799元</b>	<b>净享系列</b> <b>XQS60-T9288</b> 双动力技术 脱水功能 洗羊绒毛毯 风干功能 蒸汽二合一 尺寸(高x宽x深 mm): 900x520x530 活动价: <b>2780元</b>
---	---	--	---	--

## 第一殊荣 感恩回馈 力度空前

<b>对开门系列</b> <b>BCD-551WSY</b> <b>551升</b> 变频新品 吧台保鲜 全升级 活动价: <b>8980元</b>	<b>六门系列</b> <b>BCD-331W</b> <b>331升</b> 变频保鲜 可全拆卸制冰机 活动价: <b>8980元</b>	<b>六门系列</b> <b>BCD-301W</b> <b>301升</b> 最畅销6门 冰箱限量款 活动价: <b>6980元</b>	<b>三门系列</b> <b>BCD-318WSL</b> <b>318升</b> 全球首款 抽屉式意式 活动价: <b>5980元</b>	<b>三门系列</b> <b>BCD-278WBSV</b> <b>278升</b> 全温区变频 全新酷钢外观 活动价: <b>5380元</b>
--	---	--	---	--

购买海尔产品两类以上,可获得相应套餐礼品,数量有限售完为止

- ◆温馨套餐: 购物满6000元, 送价值400元的海尔豆浆机SYD13P03一台
- ◆健康套餐: 购物满9000元, 送价值800元的海尔手机M260一部
- ◆时尚套餐: 购物满12000元, 送价值1000元的海尔欧式小家电两件套(多士炉+电水壶)一件
- ◆经典套餐: 购物满15000元, 送价值1500元的海尔电压力锅CYS 502一台和海尔手机K70一部
- ◆至尊套餐: 购物满25000元, 送价值3000元的海尔欧式小家电四件套(电水壶+多士炉+搅拌机+柳橙机)一件

### 爱家新主张 套购有好礼