



凉爽世界杯报道上篇

格力 VS 巴西队

作为世界杯夺冠最多一支球队,国内空调界能与其匹配的品牌恐怕只有格力了。作为空调界的龙头老大,格力的核心技术、产品线之长、品牌影响力之大都是其他品牌难以撼动的。做惯了老大的巴西球员有一种必胜的笃定,面对三四个对方后卫,他们权当是展示自己的舞台。这份霸气和空调唯一世界名牌格力的企业风格非常相似。

格力,走到哪里都是主场

有人说,巴西队走到哪里都是主场,此言不虛。纵观世界足坛,将足球和桑巴舞蹈完美结合的只有巴西队能做到。这也使得桑巴足球无论走到世界各地都会有数量可观的铁杆粉丝。而在国内空调市场,不论在哪个城市,也都能找到数量庞大的格力用户。说到主场作战,本届世界杯也是格力的主场。南非世界杯的场馆以及运动员下榻的酒店,使用的就是格力中央空调。随着世界杯进入倒计时,格力安装在南非各场馆的中央空调设备都已经完成了检查验收工作。目前格力中央空调在南非球馆、配套酒店、世界杯办公大楼运行非常良好。早在2008年的南非世界杯各类配套设施的招标工作就吸引了国际数十家知名中央空调品牌的参与,作为参与此次竞标唯一中国品牌,格力中央空调再次凭借其独特的低碳节能核心技术、灵活的设计、可靠的安装脱颖而出,一举中标了在约翰内斯堡的世界杯

开闭幕式和决赛主体育馆工程、世界杯官员办公大楼、世界杯比赛训练体育馆工程项目,以及机场、酒店等中央空调设计、制造、安装、调试等一系列工作。世界杯期间南非昼夜温差相差10多摄氏度,为此,格力将其获有“国际领先”水平技术认定的高效能数码多联热回收技术运用到南非的场馆和办公场所,在特殊的气候环境下可以同时运行制冷和制热模式。

可以说,本届世界杯格力也是“东道主”。格力电器总裁董明珠对此骄傲地表示,经过多年自主创新,格力中央空调厚积薄发,依靠自主品牌和自主创新的核心技术进入南非世界杯球馆,是技术与实力的体现。格力将不断努力践行“中国创造”之路,让世界看到更多中国民族品牌的崛起。让中国将不再是“世界工厂”,更是一个拥有自主知识产权和自主品牌的世界品牌强国。

四年历程 2006年上届世界杯南京温度非常闷热,格力空调的销售与当年天

气一样火热,仅6-7月份销量就比2005年同期提高了50%,四年前格力空调已经是空调界领军企业。格力能够长期领跑空调行业,最关键的一点,就是拥有自己的核心技术和专业的策略。格力空调在世界家用空调已经保持五年领先的绝对优势,经过十多年的技术积累,不仅掌握了空调的各项核心技术,很多高端技术更是达到了国际领先水平。四年来,格力继续秉承自主创新成就“中国创造”,格力的一位技术主管告诉记者,格力绝对领先的技术优势是最大地节约成本;尤其不需要与国外企业采购核心技术,给国外企业牵着鼻子走。所有的配套技术都控制在自己手上,不会出现采购国外技术带来与自主整机不配套的质量问题。另外,专业制造更促成了格力的品质口碑。

杀手铜 如同巴西队的“桑巴之魂”卡卡,格力空调目前最耀眼的成就就是变频空调低频技术,2010年4月

27日,在广东省轻工业协会组织的新一代G-Matrix(又称“G10变频引擎”)低频控制技术科技成果鉴定会上,格力电器自主研发的“G10变频引擎”低频控制技术被专家组一致鉴定为国际领先水平,这是我国空调产业第一项“国际领先”的变频技术,填补了行业空白,标志着我国变频空调产业开始从“跟随型制造”向“引领型创造”转变,在空调产业史上具有里程碑式的意义。

其自主研发的G10变频引擎低频控制技术,不但有效解决了压缩机低频运行时的振动难题,而且实现了压缩机在1赫兹低频状态下的平稳运行,避免了空调室外机达到设定温度后停机的现象,从而进一步提高了空调整机的节能性、可靠性和舒适度。突破了世界变频空调行业的低频极限,达到了国际领先水平。

快报记者 杨成



主帅感言

江苏恒信格力空调销售有限公司总经理 江逸明

语言不过是蜻蜓点水,实际行动方能入木三分!格力是一个务实的企业,它从不讲空话、说大话,面对挑战与困境从容应对,面对成绩与荣誉淡然视之。在追求掌握核心技术、实践自主创新的道路上,它用自己付诸的一次次实际行动和取得的一项项科研成果诠释着一个自强不息追求自主创新的优秀企业对行业、对社会的责任。

空调「凉爽世界杯」提前开打

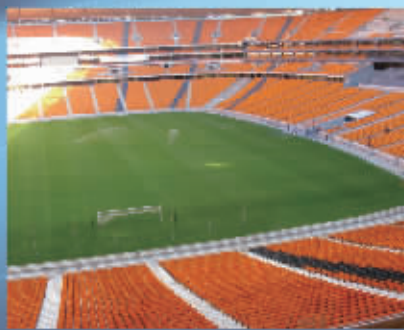


掌握核心者掌握未来 握品质者握天下

格力空调——掌握核心科技，缔造卓越品质，成为世界名牌！

格力对品质的苛求，始于业内独一无二的筛选工厂，每个零部件都经过精挑细选的格力空调，在全球受到一亿多用户的信赖！

格力空调掌握核心科技，近2000项技术专利，多次填补行业国际空白，引领低碳潮流，以最强的产品阵容为中国空调产业赢得了国际声誉！



热烈祝贺
格力空调中标南非世界杯主场馆
办公大楼及系列工程项目

到南非世界杯比赛场馆体验
中国创造★格力空调

