

2005年11月30日出版  
 总第158期  
 登记证号：粤C0007号  
 http://www.gree.com.cn  
 主办：珠海格力电器股份有限公司  
 (内部资料免费交流)

# 格力电器

GREEELECTRICNEWSPAPER

## 本期导读

- 自主创新成就国际品牌 (2版)
- “格力”入选“深圳名片” (3版)
- 周日登黄杨山有感 (4版)

新任珠海市委书记邓维龙到企业调研第一站选择格力电器并表示：

## 珠海市委市政府全力支持格力电器做大做强



图为邓维龙书记(右)在朱江洪董事长等领导的陪同下参观格力电器生产车间。

◆ 格力电器是从“土八路”成长起来的“大将军”，成为中国家电的“单打冠军”，是珠海人的骄傲，为中国争了光，为中华民族争了光，为珠海争了名，为政府挣了钱；

◆ 珠海因格力电器而出名，格力电器是珠海人的精神支柱，在珠海社会经济发展中做出了很大的贡献；

◆ 同样是国有企业，为什么很多企业搞不好，而格力电器能搞好？主要是因为格力电器的领导班子好，科研队伍好，职工队伍好，产品质量好；有了好的领导班子就可弥补国企体现的不足；

◆ 格力电器要在科技自主创新、创造民族品牌、建立现代企业制度方面带好头。

**本报讯** 11月24日下午，珠海市委书记邓维龙在市委常委、秘书长刘振新，市政协副主席刘清华的陪同下，率市委办、市委政研室、高新区、市国资委、市经贸局、市科技局有关部门领导，专程到格力电器调研，他充分肯定了格力电器所取得的成绩，勉励格力电器大力开展自主创新，进一步做大做强。

格力电器是邓维龙到任珠海后前往调研的第一家企业。当天下午，在朱江洪董事长等公司领导的陪同下，邓维龙一行兴致勃勃地参观了公司的产品展厅、研发中心和生产车间，并听取了朱江洪董事长关于企业技术创新、管理创新、营销创新的汇报。朱江洪董事长表示，在家电行业尤其是空调

行业激烈乃至残酷的市场竞争中，格力电器能够连续多年来保持业绩稳步健康增长，主要就在于技术创新、营销创新和管理创新。朱江洪董事长介绍说，格力电器自1991年组建以来，发展迅猛，从一个默默无闻的小企业，发展成为全球知名的空调企业，十多年来，格力电器净资产不断增长，国有资产增值了200多倍，累计创造的净利润超过30亿元，累计上缴国家和地方税收超过30亿元，目前拥有珠海、江苏、重庆、巴西四大生产基地。现有员工近15000人，家用空调年产能达1300万台(套)，商用空调年产能30亿元，成为全球规模最大的家用空调生产基地。同时，公司在空调产品的研发水平上也

始终处于行业领先地位，共有科研人员1000多人，170多个专业实验室并通过了国内外多家权威认证机构的评审，格力空调研发中心也已经成为全球规模和技术均首屈一指的专业空调研发中心。

邓维龙对格力电器的发展十分感慨，他说，以前只是知道格力的名，但还没有看过格力的人，今天参观过格力电器后，让人大开眼界，格力电器是从“土八路”成长起来的“大将军”，是珠海本土成长起来的优秀企业，是珠海的骄傲，珠海人为格力电器感到自豪。邓维龙指出，格力电器成为家用空调的世界冠军，是中国家电的“单打冠军”，为中国争了光，为中华民族争了气，为珠海争了名，

为政府挣了钱。邓维龙表示，珠海是因格力电器而出名，格力电器是珠海人的精神支柱，在珠海的社会经济发展中作出了很大的贡献。

邓维龙动情地说，同样是国有企业，为什么很多企业搞不好，而格力电器却能搞好？他指出，格力电器能有这样的成绩，主要是领导班子好，是个少说空话、多干实事的班子；研发队伍好，科研力量强；职工队伍好，员工素质高；产品质量好。格力电器的实践证明，领导班子好可以弥补国有企业在机制上的缺陷。

邓维龙表示，珠海市委、市政府要全力支持格力电器做大做强。他对格力电器的下一步发展提出了殷切期望，希望格

力电器继续在科技自主创新方面带好头，在创造民族名牌方面带好头，在建立现代企业制度方面带好头，特别要把制度建立好，使企业长盛不衰。他对格力电器的发展充满了信心。

对格力电器反映的发展用地等问题，邓维龙说，这些问题不是过高的要求，而是实实在在的，对格力电器的未来发展是有利的。他表示要认真研究，尽量为企业排忧解难。

朱江洪董事长表示，格力电器的长远目标是成为“百年企业”，并把“格力”打造成为世界级的品牌，在珠海市委、市政府的大力支持下，格力电器全体员工干部对此非常有信心。

(本报记者综合报道)

## 格力空调消费者认可度最高

**本报讯** 11月28日，在中央电视台1套《东方时空》的《时空调查》节目中，“格力”成为消费者认可度最高的空调品牌。

此次调查主题以围绕中国家电业的自主创新能力展开。专家表示，一个企业是否有自主创新能力，一方面体现它在技术、品牌、专利以及行业技术标准等硬指标的占有量，另一方面体现在这家企业在制度、管理、营销等软实力领域内有没有过人之处。尽管消费者的口碑与产品的企业的创新能力还不能完全划等号，但如果一个家电产品连消费者都不认同

的话，生产它的企业必然没有创新能力，也无所谓自主开发能力了。

此次“格力”成为消费者认可度最高的空调品牌，从另一侧面再次佐证了格力电器的强大自主创新能力。



## 评论员文章

### 传承企业责任构建和谐社会

社会是企业的依托，企业是社会的细胞。企业只有在发展的同时，推出有利于社会进步与发展的实际举措，被社会承认和接纳，才能有足够的发展空间。

探讨企业的社会责任，是将企业在市场竞争的环境中，从单纯的价格竞争转变为综合客户、服务、品牌的战略竞争，在自身发展中与社会形成良性互动。格力电器自成立伊始便倡导“取之于民，用之于民”，在历次抗洪救灾、扶贫帮困中始终表现出忠诚的企业公民使命感和社会责任

感，今次又在湛江市麻章区田寮村小学捐资设立“南都—格力电器奖学金”，鼓励和培养品学兼优的学生，寄望他们将来运用所学知识改变自身命运，建设美好家园，从根本上改变当地的贫困局面。

倡导企业社会责任，其最终目标应当是建立和谐社会。企业有目的、有计划地主动承担对员工、对消费者和对社区的社会责任，其结果是企业在创造利润的同时，获得了良好的品牌形象和社会赞誉，实现企业与社会共同可持续发展。

# 格力电器：自主创新成就国际品牌

格力每年从销售额中提取超过3%的技术研发费用,成为中国空调业技术投入费用最高的企业。正是格力的崛起,彻底结束了中央空调市场由日本、美国等发达国家品牌一统天下的历史。

今年格力电器在自主创新上可谓好戏连台、高潮迭起。

8月24日,格力电器自主开发、具有自主知识产权的离心式冷水机组正式下线。它的下线,打破了美国企业长期以来对离心机技术的垄断,填补了国人在这一技术上的空白。

11月7日,世界第一台超低温数码多联机在格力电器中央空调生产基地顺利下线,使我国的中央空调在冬季超低温制热和节能技术上一举达到世界领先水平。

空调大王靠创新起步腾飞

“我们国家空调行业起步比较晚,技术水平不如先进发达国家的老牌企业。在全球空调制冷行业基本上由美国、日本企业垄断的形势下,我们要使中国生产的空调跟上甚至赶超发达国家的水平,就必须创新。”格力电器董事长朱江洪如是说。

从创当时最高能效比纪录的“空调王”到以“更冷更静更省电”风靡大江南北的“冷静王”,从独一无二的“灯箱柜机”到至今仍是空调极品的“数码2000”,格力人用对自主创新技术的不懈追求,打造了一个“空调大王”诞生的神话。

### 自主创新赶英超日

“作为专业化的空调企业,我们不仅要在销售量和销售额上领先于对手,更要在技术研发上领先于对手。只有拥有自主

的核心技术,我们才能在竞争中取得主动权”,回想起格力多联式中央空调的诞生历程,朱江洪感慨良多。

如果说变频空调是空调行业技术的“皇冠”,那么多联式中央空调就是“皇冠上的明珠”,该项技术长期以来垄断在日本企业手中。2001年底,朱江洪带队到日本考察,准备从日企手中购买这一技术,却遭到了断然拒绝。满怀希望而去的朱江洪一行深受刺激。

痛定思痛,回国后,朱江洪决定由格力电器自行研发多联式中央空调。没有任何技术图纸,仅仅凭着一本说明书,格力人卧薪尝胆,凭借雄厚的技术实力,不到两年的时间便在中国第一家宣告自主研发出“多联式中央空调”技术。而日本企业开发这一技术,整整用了16年的时间!此后,格力又相继自

主研发生产出了GMV变频多联中央空调、变容多联中央空调等系列产品,形成了较为完备的中央空调产品群。

8月24日中国首台离心式冷水机组在格力电器的问世,更使格力电器在大型中央空调上取得了先发制人的优势,彻底打破了美国、日本等发达国家对中央空调技术的垄断。正是格力的崛起,彻底结束了中央空调市场由日本、美国等发达国家品牌一统天下的历史。

11月7日,世界第一台超低温数码多联机在格力电器顺利下线,有效解决我国北方寒冷地区冬季中央调制热和采暖效果差的技术难题,大大提高了中央空调的冬季制热和节能技术水平。

### 依靠创新打造百年老店

格力电器在自主创新技术

上投入巨资,每年从销售额中提取超过3%的技术研发费用,成为中国空调业技术投入费用最高的企业。格力电器还组建了中国第一家专业的制冷技术研究院,专门跟踪研究空调业的中长期发展技术和尖端技术。大力倡导自主创新技术的硕果,使格力电器获得了700多项国内外专利技术。

格力电器总裁董明珠称,格力电器今后将继续加大自主创新技术研发的投入,致力于成为国际一流的品牌,并打造一个真正属于中国人自己的世界级知名品牌。同时,格力电器在研发更多的核心技术、提高产品性能的同时,将更多倾向于节能环保,为构建和谐社会作出贡献。

(根据2005年11月18日《南方日报》报道整理)



## 强强联手互利双赢 格力电器深化与上游企业的合作

本报讯 11月26日,格力电器与山东东岳化工签订战略合作协议;29日,格力电器与河南金龙精密铜管集团签订战略合作协议。格力电器采购部负责人表示,今后公司还将陆续与其它供应商结成战略同盟,进一步做大做强格力电器。

近年来,为适应日趋激烈的市场竞争,格力电器积极与上游优秀供应商建立了战略合作伙伴关系,强强联手,逐步构建长期、稳定的供应链,充分发挥竞争优势,实现格力电器的

跨越式发展。

根据协议,在同等条件下,格力电器将优先采用山东东岳、河南金龙的最新产品和技术,做到收益共享,风险共担。与此同时,双方还将建立上游战略物资市场分析机制和战略采购机制。

金龙集团董事长李长杰先生表示,今后金龙集团将义无反顾地为格力电器提供最优质的铜管,全力支持格力电器做大做强。

(记者 温世文)

### 相关链接

山东东岳化工有限公司是我国有机氟和新兴环保制冷剂行业的第一品牌,是国内乃至亚洲地区规模最大的氟化工产品和制冷剂生产基地;河南金龙精密铜管集团

是国内最大的精密铜管生产企业,拥有颇具实力的科研开发创新基地,并以强势的规模经营跃入国际制冷精密铜管制造前三强,年产能能力22万吨。

### 简讯

11月12日,格力电器第五支部党员前往闻名全国的“南海前哨钢八连”参观,学习“钢八连”吃苦耐劳、乐于奉献、勇于创新的革命优良传统。(人力资源部钟继伟)

11月18日,格力电器英语协会组织的第一届格力“精英杯”英语演讲比赛圆满落幕,出口部郑志鹏以8.71的高分夺得第一名。(总裁办欧阳俊)

## 知名经济学家高度评价格力电器

本报讯 11月24日,由全国政协常委、经济委员会副主任厉以宁为组长,全国政协经济委员会副主任林毅夫、颜延龄为副组长的全国政协经济委员会“珠三角地区经济协调发展”专题调研组莅临格力电器展开调研活动。

在朱江洪董事长的陪同下,厉以宁一行参观了产品展览厅、研发中心和生产车间,详细了解了格力电器在优化产业结构、加大自主创新、注重人才培养以及企业主动走出去,参与国际市场等相关情况后予以高度评价。



▲知名经济学家厉以宁(右二)对格力电器的现代化厂区大加赞赏。

## 格力电器荣获“全国用户满意企业奖”

本报讯 11月18日,2005年全国用户满意企业表彰会议在江西南昌召开,格力电器荣获“2005年度全国用户满意企业奖”。

“全国用户满意企业奖”由中国质量协会、全国用户委员会等审定并颁发,是目前质量

工作最高的奖项。格力电器在历年的评比中均有不俗表现。

评选结果是依据第三方用户满意度测评结果,经地区、行业质量协会、用户委员会推荐,全国用户委员会审定而评选出的。从“一流的产品+一流的标准化安装服务=零

烦恼的消费体验”到“整机6年免费包修”,格力电器凭借这种踏实、细致的服务精神和优质的产品,轻松入选“全国用户满意企业”。据悉,格力电器是唯一获得该殊荣的专业化空调制造企业。

(江西销售公司 邓悦)

## 格力电器在湛江田寮小学设立奖学金



本报讯 11月28日上午,“南都—格力电器奖学金”成立仪式在湛江市麻章区田寮村小学隆重举行。

麻章镇是湛江乃至粤西地区的重镇,田寮村人均年收

入3500多元。目前,田寮小学的教育设施相对滞后,为了改善该校的办学条件,鼓励学生努力学习成才,南方都市报和格力电器共同发起设立了“南都—格力电器奖学金”项目,旨在鼓励和培养品学兼优的学生,整个项目分五年分批奖励给品学兼优的学生。

南方报业传媒集团党委副书记、副总编辑、南方都市报总编辑王春芙,中共湛江市委常委、组织部长严植婵出席

了“南都—格力电器奖学金”成立仪式。

“我们一定努力学习,以优异的成绩向南方都市报、格力电器汇报……”在签约仪式上,学生代表小陈激动地发言。

王春芙勉励田寮小学的全体同学:“没有文化、没有知识,要改变一个人的一生是不太可能的,万丈高楼平地起,希望同学们将来都成为祖国的栋梁。”

# “格力(空调)”品牌入选“深圳名片”

**本报讯** 在刚刚揭晓的“深圳名片”十大家电企业中，“格力(空调)”品牌出现在了榜单中，成为深圳一张响当当的“名片”。

此次评选活动由《深圳商报》特别策划，以推荐“最能代表25年深圳形象的深圳知名品牌”为主题，通过公众投票评选，全景式反映深圳经济特区成立25年来的突出成就。截至11月15日，已收到涵盖27个行业及条块的有效选票20余万张。其中，家电行业由于近年来的飞速发展，成为27个条块

中最受消费者瞩目的行业，点击率高达15329次，名列第一。

在这次活动评选出的家电企业中，既有本土老字号，如康佳、创维，也有来深不久，却融入深圳，并为之带来新气象的外地品牌，如格力。抛开企业历史与文化不同，它们都无一例外地成为深圳市民心中最能代表深圳精神的“名片”。“我们欢迎这样的活动，能够参与评选代表深圳的名片让我们感到非常高兴。”一位市民在接受记者采访时表示。

专家表示，“格力”较高的消费知名度和良好的品牌信誉及格力电器对深圳市场的足够重视使其赢得了众多深圳消费者的喜爱。历经几年的市场洗礼，“格力”品牌已逐渐融入到深圳家电市场之中，成为本地居民家电消费中不可或缺的一部分。

据悉，格力空调一年在深圳的销售额接近8亿元，位居深圳空调市场首位。此次入选“深圳名片”，再次佐证了格力电器无论在规模，还是在市场营销上都是中国家电业最成功的企业。



▲全部采用格力中央空调的深圳中银大厦

## 电论家语

“一个地方开数家店，事实上总的销售没增长多少，更多的是为逼迫其中一家零售商退出。”一位业内人士坦言。

——摘自11月22日《每日经济新闻》之《家电连锁业高速扩张迎战外资入侵》

### 评论：

家电业界“口水战”已成过去式，“开店战”正在进行时。某大型家电连锁企业平均每2.2天开一家门店，速度骤升20倍；另一国内家电连锁巨头亦发布《2006年新网点白皮书》，计划06年门店数量将达到75—80家。如此疯狂开店，一方面为了抵御外资家电企业的进入，另一方面是为了迫使同行知难而退。这样的竞争态势存在着不少弊端，门店数量越多，密集程度就远远超过了市场所需，最后将导致卖场出现关闭大潮。

新进入北京的家电连锁老总：“开店，我们亏什么？”

——摘自11月23日《财富时报》之《家电连锁巨头冒死开店究竟为哪般》

### 评论：

大家都很清楚多开店与关店多风险并存。家电连锁冒死也要开店，究竟为哪般？“开店，我们亏什么？”一语道破天机。家电连锁开店资金大部分是从供应商身上榨取，变相收费多如牛毛，有进场费、管理费、上架费、广告费、代理费等等，并恶意拖欠货款，从而将自己的经营成本全部转嫁到供应商身上。不动一毫一厘就可开店，家电连锁商自然就马不停蹄地开店了。

“双新风、三维风、生态风、至尊风，甚至还有聪明风，这些看不见摸不着的概念，真让我们老人无所适从。”

——摘自11月28日《解放日报》之《电商玩概念 顾客腰包糊涂“瘦身”》

### 评论：

家电企业渴望用新技术改造产品，值得称道。但也有些企业急功近利，热衷于炒作“概念”，不仅妨碍消费者正确选购，更会危害整个行业的健康发展。企业只有在提高产品技术含量上下功夫，把好质量关，让品质和售后服务走在“概念”之前，才能真正赢得消费者的信赖。

## 地震无情 格力有情

**本报讯** 11月26日，江西九江、瑞昌发生5.7级地震，余震波及南昌、宜春等市市区，此次地震造成九江地区十余人死亡，八千余人受伤，上万间房屋倒塌。

地震发生当天，江西销售公司赵卿总经理紧急指示公司人员以电话、短信等形式问候震区各格力经销商，并第一时间准备好慰问金，派公司人员奔赴震区，及时将慰问金送到震区县乡级格

力经销商手中。同时考虑到灾区用户空调的使用安全，江西销售公司在灾后还迅速开展对灾区格力空调用户的免费检测、保养活动，惠及九江地区的数千名用户。

格力电器这一义举，让广大经销商和用户感动至深，大家纷纷表示：地震无情，格力有情，格力电器不愧为广大经销商和用户值得信赖的空调第一品牌。

(江西销售公司 黄挺)

## 中央空调培训热潮不断

**本报讯** 继广州、深圳等华南销售公司组织中央空调产品及安装、服务知识培训后，这股“热潮”正逐渐向全国扩散。11月23日至26日江苏销售公司也在南京举行了为期四天的中央空调技术培训会。

此次培训得到了江苏销售公司领导的高度重视，公司特地选择了一家全部安装格力中央空调的酒店作为培训地点，使理论知识和现场示范有机结合，起到了很好的教学效果。原定八十人的培训会也激增到近

一百三十人，不少经销单位不仅派出相关人员积极参加此次培训，而且单位的负责人也亲临培训现场，认真聆听珠海本部商用空调经营部和技术部同事的讲课。

据悉，格力电器其他的各地销售公司也正积极筹划中央空调培训活动。这股“热流”将给广大格力中央空调经销商送上一个温暖的冬季，同时也为新年度的中央空调销售战打下扎实的基础。

(江苏销售公司 李鸿翔)

## 湖北 用军训打造营销铁军



▲通过军训，湖北销售公司全体员工的精神面貌焕然一新。

**本报讯** 11月4日至13日，江城寒风阵阵，湖北销售公司近160名员工分两批进行了为期三天的全员军训。

三天军训中，大家顶着寒风暴雨的考验，在海军军事工程学院的操场上进行了站军姿、队列行走等一系列训练。参训员工纷纷表示要学习部队官兵令行禁止、集体荣誉高于一切的优良传统，并将其融入到今后的工作中。

谈及这次活动的初衷，湖北销售公司黄光渝总经理进行了发

肺腑的剖析：2006年是湖北销售公司营销革新年，改革的绩效不能仅仅停留在营销层面，还要深化到人员管理和企业文化的革新，因为任何一项改革最后还是需要人去贯彻执行的。此次军训虽然很艰苦，但可喜的是，所有的员工本着“流汗流血不流泪，掉皮掉肉不掉队”的精神顽强地坚持了下来。军训对于鼓舞士气、提高团队凝聚力，进一步加强员工队伍的组织纪律、团队精神和行动能力起到了积极的作用。(湖北销售公司 高艳萍)

### 媒体观察

## 空调坏了，店家没了，咋办？

### 事件 >>>

**浙江普陀桃花镇孙勇反映：**2003年7月23日，我在沈家门东海中路一家名为“春晖制冷”的电器店，买了两台某品牌悬挂分体式空调。8月9日上门安装完毕后，我又让店家补开了正式发票，同时拿到了一张保修单。保修单上注明：“自开票日起空调保修三年，压缩机保修五年”。由于我平时使用较小心，所以自购买后空调一直没

出什么大毛病。谁知到今年10月，两台空调的遥控器均出现故障，空调只能手动开启，最近又出现了空调不能制冷制热的故障。为此，我只好去找商家要求维修，谁知到沈家门一看，商家“春晖制冷”早已不知去向。无奈之下，我只得找保修单上的生产厂家联系。可拨打单上的两个服务热线后，才发现一个已经停机，另一个虽可拨通，却一直处于无人接听的状态。

而厂家的地址，又远在深圳市。

**问：**面对这种情况，我怎样才能维护权益？

**市消委答复：**鉴于孙勇所述的情况，消委认为可向生产厂家维权。至于维权方式，消委建议，可先采用信函询问的方式，向深圳厂家予以说明。如协调不成，可再通过消费维权部门，通过与深圳消费维权部门联手，予以跨地区维权申请。

**经验：**像孙勇这样的案例，消委以前接受的也有许多。“12315”维权人员建议广大消费者，尤其是乡镇消费者，在购买大宗家电时，应尽可能去大的正规商场或专卖店，并尽量选购知名空调品牌。因为一般情况下，这些产品的质量和售后维修服务更有保障。

(根据2005年11月28日《舟山晚报》报道整理)

# 周日登黄杨山有感

陈阳军/文

上周日我们一些同事相约去攀登珠海第一高峰——黄杨山。坐车行至西湾小学，大家便开始弃车徒步的壮举。在山脚下对“美女和野兽”的组合方案经过一番激烈讨论之后，分成四个小队，我们胸怀昂扬斗志朝山顶进军。

山路确实崎岖险峻，有几次我差点滚下去，只是考虑那样的话后面同事将像多米诺骨牌一样给撞下山去，众目睽睽之下我不愿成为人民群众的罪人，于是不得不努力抵制地心对我的吸引。终于明白爬山和登山的不同之处在于爬山可以让我们锻炼四肢之间的协调能力，团队合作能力在艰苦的条件下能得到激发和锻炼。我想格力电器今日能成

就空调王国的神话，当年在艰苦条件下创业时的团队凝聚力一定功不可没。攀登在前的几个娇柔的女同事让男同事汗颜，成了大家的压力更是动力。

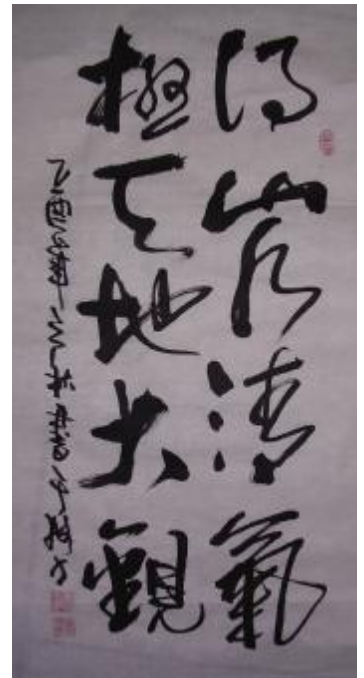
我们翻山越岭，跋山涉水，终于到达群山之巅。此时已是中午，大家拿出所带食物创造共产主义的繁荣昌盛！解决温饱问题后，我们俯瞰大地，极目苍穹，心胸开阔！此时路上的一切艰辛与代价都是物有所值的，无需介怀。我们格力电器十五年的风雨兼程也正是见证了一个志在高峰的企业的执着与收获！“独上高峰望八都，黑云散后月还孤，茫茫宇宙人无数，几个男儿是丈夫？”今天的格力电器在空调行业环顾华夏大地，谁能匹敌！在全行业成本上

升，竞争激烈，乃至重新洗牌的情况下，格力电器维持行业秩序，开拓自己的销售模式，勇闯技术难关，攻克最后堡垒。试问全国乃至全球，多少企业有这份气魄？

下山时，几位同事把垃圾全部打包，听大家讨论这些垃圾能换几根冰棒，从财务角度说，这笔帐可以作为营业外收入。环保是好的，能在环保的时候创收更是难得。我想我们公司的成本控制同样需要在细小方面注意如何节支创收。只可惜大家把这些收入留在金台寺了，我相信在佛祖无我相无他相的慧眼里，垃圾和金钱没有太大的区别，我只觉得冰棒泡汤了。我们在执行节成本的项目应该具备坚持的精神，正

如余世雄的贯彻执行讲座所说一样。所以当我回到宿舍打开自己背包，发现里面居然有不知哪位高风亮节的同事留下的垃圾时，甚是欣慰。

很多时候，在山脚下准备爬山的队伍总是颇为壮观，能坚持到山顶的却是寥寥无几，这些人或是遇险而返，或是迷于半山腰的花草而不思前进。正如少年时怀抱满腔热血理想的不乏其人，但又有多少能坚持下去！对于我们这些刚来公司工作的新员工，回想年少时的激情、校园里的青春抱负，我们又能否矢志不渝地攀登理想高峰？坚持最初的梦想，坚信最后的笑容，愿与所有在山脚下整装待发的同事和在山腰中间上下徘徊的同事共勉！



“得山水清气，极天地大观”

管路分厂·张余勇/书



## 雪海一色

江西销售公司·邓悦/摄

## 眼睛

婕妤/文

日月，是上苍的眼睛，自有光辉万丈，在白天和黑夜的轮回中，交替地睁只眼，闭只眼，它已将世间的一切见惯，宠辱不惊，爱恨无牵。

湖水，是大地的眼睛，自承云峰倒影，托苍山暮色，在它的深处，是暗如夜色的幽寂。

花，是四季的眼睛，在信风的催化下，次第地张开合拢，并作一番适时的感悟。它耐不住夏日冬雪的辗转与反侧，服从于季节安排的起居日程。

彗星，是宇宙的眼睛，它缘起于天地初开的瞬间，它也渴望眼睛与眼睛的重逢，它会因那些巨大星体的运动，而转

变回归的方向，将目光投向那遥远之外的遥远。

青春，是我们的眼睛，生命源于自然，生活在四季的交替，下周而复始，岁月经不起时间的流逝，青春则应当激情澎湃、洒脱自如。青春应在压力的催化下尽情挥洒，它不似日月的无情与固执，不似湖水的平淡与幽寂，不似花朵的娇弱与妥协，不似彗星的守望与遥远。如果今生注定于那份坚定，那份守望，那份激情，那份关切的光芒相遇，那就请放在绝对的零度之下，以青春的力量、以金属般的冷毅、以轻舞飞扬的姿态换取那通往幸福大门的钥匙。

心灵因爱而纯美，青春因爱而跳动，生命因爱而延续，世界因爱而精彩。

爱有着博大精深的渊源，有着多姿多彩的形式，亲情之爱、友情之爱以及那充满神秘色彩的恋爱。没有了爱，世界将一片漆黑，寸步难行！

亲情是血浓于水的。父母对子女的爱是一种天性，是发自内心的关爱，是无欲无求的情怀。子女能感受到母爱如海、父爱如山；而子女对父母的爱让父母感到满足，感到舒心。无论子女与父母的距离有多远，永远隔不断那一份绵绵亲情。亲人在日常生活中往往不会显得很亲密或者重要，可是

一旦发生什么事，一旦你悲痛难忍，只有亲人才能抚平你的伤口，让你的心真正得到慰藉，真正安宁下来。

友情是纯如白雪的。真正的朋友之间没有猜忌、没有嫉妒，同风雨、共患难。友情同时也是深浅不一的，它可以是浩瀚的大海，也可以是清澈的小溪。我们会为拥有一个真正的朋友而欢呼雀跃，也会为友情的逝去而难过，更会懂得曾经拥有一段真挚友情的珍贵。高山流水，钟子期和俞伯牙的默契让无数后人感叹不已，更让人发出知己难求的感慨！

爱情既简单又复杂，说它简单因为它干脆，说爱就爱，不爱

就不爱，这种感觉可能稍纵即逝，每个人都要学会珍惜；说它复杂，是因为对爱情的憧憬、体验爱情的滋味、失去爱情时的百感交集，谁也说不清道不明。而要问爱情是什么颜色？每个人心里都有自己的回答。为了爱情，人们可以穷其一生不舍追求或苦苦守候，直至天荒地老、海枯石烂。

每个人都有自己的回忆，贯穿回忆的东西不正是爱吗？爱是永恒的温情，爱是正大无私的关怀，爱是脑海中抹不去的甜蜜回忆，爱是世界缤纷明亮的动力之源。关于爱，无论亲情，友情，爱情你都应该用心去聆听和感受，学会珍惜拥有……

## 故乡的冬季

浪舟/文

在记忆中，故乡的冬季，总使我难以用言语来形容。

偏远山村寒冬的印象是深刻的，是萧瑟冷清的，给人一种伤感的记忆。

人大了，飘泊在他乡，而我记忆中的冬季总是给人一种莫名的感触。无论身在南国还是北疆，是冬日的清晨还是黄昏，总让我回想起故乡的点点滴滴。在冬季，最大的快乐莫过于老家的大雪。在大雪纷飞的傍晚，飘飞的顽皮的雪花悄悄撞击着我冰冷的脸，渗入我幼稚的心灵。我小心翼翼地追逐着那飘舞的雪花儿，情不自禁地仰望夜色袭来时的冬日上空，天空中无数自由自在的飘雪仿佛让我置身于一个白色的世界，给我无限的想象和快乐，让我忘记身在何方，心在何处，很多不愉快但又无力抗拒的往事和现状都在此时伴随着漫天飞舞的大雪消失得无影无踪，只剩下童真的笑容……

就这样，在雪花飘舞和寒风呼啸的夜色笼罩中，我极不情愿地走向了灯火昏黄的家。这时，天已经黑了下来，地上白茫茫的一片，山川起伏的轮廓渐渐模糊了。静冷漫长的冬日黑夜里，唯有飞雪声和寒风呼啸声，偶而夹杂着山村不远处传来几声凄惨的狗叫声，一曲曲单调而伤感的交响曲伴我进入又一个漫长的冬日冷夜。我偷偷地从窗户的门缝往外看，大雪仍在狂舞，明儿准是一尺积雪，别的地方也是这样吗？别的地方冬夜也是如此冷清吗？我不怕黑暗和孤独，长大了我也要走出这个山村，看看外面精彩的世界……我痴痴地想着，不知何时，我入睡了……

在南国的珠海，又到了冬季，可这儿的冬季依然是那样的暧昧，我的故乡呢？还是和记忆中一样吗？在灯光辉煌的街头我静立着，回忆着，沉思着……

## 因为有爱 所以精彩

悠扬/文