

深圳台鈴盛裝亮相天津電動車展

【本報記者梁維果、劉思皇】備受矚目的第12屆中國北方國際自行車電動車展覽會於2012年3月23~25日在天津梅江國際會展中心隆重舉行。來自國內外的500餘家車企攜新產品亮相展會。台鈴家族作為中國電動車行業創新領導大師，憑藉其四大發明、防盜牆等高新技術全新震撼亮相，成為本次展覽的關注焦點。

台鈴展台盡顯冠軍元素

「南台鈴，北天津」，說的是中國電動車行業兩個標杆性的城市，為我國電動車研發、生產及銷售中心。在天津成長為世界最大的自行車、電動車產銷基地的同時，中國北方國際自行車電動車展覽會已發展成為亞洲規模第二的專業展會，吸引眾多國內外業界知名企業踴躍參加。

走進梅江國際會展中心的台鈴館，展台整體風格與眾不同，突出了諸多奧運與科技的元素。展台的搭建以藍色為基調，水立方為原型，襯映出台鈴冠軍品牌與奧運、科技和運動相結合的冠軍氣質形象。展台牆面上，觀眾可以看到台鈴與中國國家田徑隊劉翔、李麗鳳、王浩、張文秀、劉虹、史冬鵬的世界冠軍宣傳畫，盡顯台鈴品牌在創新、專利發明、銷售業績等方面的冠軍氣概，這也是台鈴品牌與其他電動車產品的最大區隔點。

台鈴四大發明技術受追捧

此次台鈴盛裝亮相天津車展，展台上台鈴3C電摩、電動自行車、電單車等代表當今中國最新技術的車型交相輝映，吸引了展現場眾多參觀者目光。來自河北的許先生表示，台鈴電動車科技含量高、品質一流、價格符合大眾消費水準。這樣有錢賺的

品牌，我回去後準備投資，經銷台鈴電動車，為家鄉的普通老百姓綠色出行出力。

台鈴ARS全自動行駛故障修復系統、AES全自動智能電池管理系統、ARL全自動智能剎防盜系統、TES兩段式省力雙撐四大發明車款，憑藉過硬的科技、時尚勁感的外觀設計、馳騁無憂的跨界表現、載譽而來的迅猛動力和全自動智控隨心的豐富配置鋒銳登場，讓綠色生活暢行無阻。

有着「全自動、故障自檢、修復；耐用、便利、防盜、防搶、高檔；手自一體、力矩補償結構、防意外結構設計；兩段式、省力」等優勢的台鈴四大發明電動車，更時尚，更安全，更環保。其暢銷的車型、時尚絢麗的造型一直是台鈴電動車攝人心魄之處，可愛的外觀、精細的配置和優越的動力結合，讓台鈴電動車2012款保持着市場領先的地位。

本屆車展突出電動車低碳環保的便利性，台鈴作為曾獲得「深圳市知名品牌」、央視網「值得消費者信賴的電動車品牌」、中國電動車「行業盛典創新品牌」、「國家家電下鄉政策首批中標電動車品牌」等眾多榮譽的旗幟品牌，此次精采亮相天津車展，憑藉可愛的外形，靚麗的色彩和上市以來積累下來的良好口碑吸引了各界廣泛關注。



▲富有奧運冠軍精神的台鈴展館全貌



▲富有個性的台鈴鋰電車



▲台鈴展廳參觀人員絡繹不絕



▲台鈴ER全自動防盜電單車



▲參觀者爭相了解合鈴「3C」電摩

時尚輕盈

台鈴2012款炫新上市

目前，台鈴炫新上市的運動時尚電動車——台鈴ER系列全自動防盜電單車、Z系列簡易款電動車、R系列全自動修復型電動車、TR系列全自動省力修復型電動車、TRL系列全自動省力修復防盜型電動車，除了滿足眾多消費者口味外，產品涵蓋高、中、低、端幾大系列，成為眾多青年一代最關注的車型。

無論是精品、炫動的全自動防盜電單車，還是時尚、跨界、心自由的全自動修復型電動車，高性能全自動電動車正竭盡所能的用自己的個性吸引年輕一代消費者的目光。台鈴「魅影」電動車，全面融合了ARS和AES技術，形成台鈴全自動防盜電動車系列，能防盜、防搶、高檔、耐用、安全，起到「防盜牆的作用，還有省力自動修復功能，更有動力更強、里程更遠，代表最新、最高端的電動車技術水平，已集聚了火爆的人氣。除了大氣耐看、

時尚動感的造型貼合年輕人審美外，運動型的車款，洋溢著年輕人朝氣蓬勃的氣質，使得很多時尚、個性的年輕人成為其擁躉。

台鈴2012款個性的外觀、冠軍的品質、經濟且實用的內在，顯然已走在車市前端，其驚人的銷量與用戶的口碑，以及台鈴整車質保等優勢，充分證明了它在中國電動車市場中的領先地位。

▼技術人員現場演示台鈴「防盜牆」功能



▲台鈴冠軍營銷策略研討會現場（左二：姚立總裁、左一：孫木楚副總裁/研發總工、左三：曾亞非副總裁/營銷總經理）

格力領軍 中國正逐步走出「貼牌時代」

作為中國家電行業年科研投入最高的企業，格力電器目前已經擁有技術專利超過5000項，其中發明專利710多項，自主研發了高效直流變頻離心式冷水機組、1赫茲變頻技術、R290（丙烷）環保空調等一系列國際領先技術。憑藉1赫茲變頻技術，格力被中國國務院授予中國科技領域的最高獎項——國家科技進步獎，是唯一獲得該榮譽的專業化空調企業。 本報記者 陳艷君

紐約時報廣場

出現了全新的「中國製造」臉譜

說到「中國製造」，你能想到什麼：廉價、低附加值、山寨……如今，這些聯想到了需要改變的時候。最近，來自中國珠海的格力電器登陸紐約時報廣場的「中國屏」，在展示其非凡實力的同時，也展示了全新的「中國製造」臉譜。

時報廣場是紐約曼哈頓的一塊街區，被稱為「世界的十字路口」，每年吸引約4000萬來自世界各地的遊客。這塊聚集了無數老匯劇院、霓虹燈廣告和電視式廣告屏的三角地，是紐約人集會倒數新年、觀看棒球比賽或等候總統選舉結果的地方，也是紐約和美國最重要的城市文明象徵。這裡還是世界上廣告最貴的地方，一塊電子顯示屏的租金每個月高達30萬至40萬美元。

然而，就是在這個地方，中國元素自去年以來不斷匯聚。2011年1月，「中國國家形象」電視片在此播放，吸引了世界的目光和傳媒的關注；8月，新華社在此租下一塊高約19米、寬約12米的巨型顯示屏，用以展示自身形象；隨後上海、成都等城市的形象宣傳片也在此登陸……

這次登陸紐約時報廣場「中國屏」的是格力電器。這家成立於1991年的中國製造企業，專注於空調生產，2005年產銷量就位居世界第一，並保持至今。它的形象宣傳片時長30秒，最多每天播出160次，最少每天播出40次，初定連續播出5年。格力電器也有望成為「駐留」紐約時報廣場時間最長的中國企業。這引發了海外媒體的關注。《洛杉磯時報》、《僑報》、《中國日報》等媒體都用大幅版面報道了此事，大呼「空調行業的格力時代正在來臨」。

「我們和可口可樂、三星站在一起，會向消費者傳遞新信息，格力是高檔產品，而非廉價的便宜貨。」格力電器總裁董明珠說，她理解的國際化，是靠品牌和技術贏得全世界消費者的過程，而不是簡單地依靠低價策略無限擴張。

技術創新使格力電器

告別了「貼牌」時代

董明珠在中國是一位家喻戶曉的人物。她36歲才開始辭職赴廣東打工，15年間董明珠從最底層的業務員一直做到格力電器副董事長兼總裁，並多次被美國《財富》雜誌評為全球最具影響力的50位商界女性。執著和倔強的「鐵娘子」氣質支撐著這位傑出女性不斷前行。

格力的技術發展也是憑藉著這麼一股精神。在沒有任何技術積累的情況下，他們依靠大量投入和不懈努力，站到了空調技術的國際前沿。

談及格力的技術追求，有這麼一個故事：馬爾代夫是一個平均海拔不足1米的島國。全球氣候變暖、海平面的上升，讓這個美麗的國家面臨著「滅頂之災」，因此節能減排是該國最核心的政策。2011年5月，馬爾代夫政府從中國採購了世界上第一批真正的「無氟空調」，其中一部分供國會大樓使用。馬爾代夫為何要不遠萬里來中國呢？因為，這種氟排放量為零的空調生產技術只有格力一家企業掌握，並已得到世界的認可。

貼牌是在缺乏核心技術的前提下，依靠大量廉價的勞動力、超長的加班時間和默默無聞的產品，創造著艱難而痛苦的財富積累。與熱衷於此的一些中國企業不同，格力正在逐步遠離這個簡單賺錢的領域。2008年，國際金融危機蔓延之時，有的企業因為找不到訂單而苦悶掙扎，格力卻在此時拒絕了伊萊克斯數百萬台套的空調貼牌生產訂單。

「格力在海外的發展，是想輸出好的產品和品牌，讓全世界的人都信賴格力空調，就像人們信賴「奔馳」、「寶馬」一樣。」董明珠說，堅持自主品牌、遠離貼牌是格力的必然選擇。

進駐紐約時報廣場「中國屏」的舉動，被外界解讀為格力即將進一步加大海外市場開拓力度的信號。董明珠說，格力的國際化步伐將全面提速。在歐美市場，格力今年將有新的動作。但她同時強調，格力的海外發展不會依賴加工貿易，而是要輸出品牌和管理。

格力電器的國際化發展戰略

正在全面深化

董明珠熱衷於談論蘋果公司。她說，我現在追求的一件事是「穿越」，格力用20年的時間掌握超越百年企業的技術，就像喬布斯用了10年的時間把蘋果市值做到超過微軟。

董明珠所指的「穿越」是什麼？記者發現，其底牌就是格力電器早已啓動的國際化發展戰略。除了紐約時報廣場的大手筆，今年3月12日至15日，格力電器又在俄羅斯大展雄風——不但以強大的新品陣容參加了第八屆俄羅斯國際專業暖通展，而且以中國制冷行業代表企業的身份成為本次展會的唯一官方贊助商。其代表還在本次展會的開幕式上作為重要嘉賓發言。

此次展會，是俄羅斯唯一以供暖、制熱、空調及通風為主題的專業展會，也是全球知名空調廠商展示最新技術和產品的重要舞台。格力電器已對俄羅斯市場進行了長達10年的經營，格力中央空調、家用中央空調、家用空調已在俄羅斯的年銷售量穩居前兩名，佔據了俄羅斯空調



格力電器形象片在美國紐約時報廣場亮相

市場近一半的份額。強勢參與此次展會，表明格力電器正在對這個歐洲第一大市場的深耕細作。

為了進軍新興市場，格力電器已在強化對展會尤其是海外展會的投放。同時，還加大了對歐美成熟市場的滲透力度，2011年上半年，格力海外銷售額達92.9億元，佔全部銷售額的24.39%，同比增長達61.78%。如今，格力在全球已經擁有2億用戶，其自主品牌空調產品已遠銷全球100多個國家和地區，在渠道建設方面，它已在海外也開設了多家銷售公司以及500多家專賣店。

董明珠說，在這條道路上，我們有越來越多的同行者——如今，在珠三角、長三角地區，由於轉型升級的推進，越來越多的企業走上了格力的道路。據統計，2011年廣東高新技術產品產值達3.4萬億元，同比增長17%。先進製造業、現代服務業增加值佔製造業、服務業增加值的比重均超過50%。高端新型電子信息、新能源汽車、LED等8項戰略性新興產業總產值達1.3萬億元，同比增長18%。

目前還有很多中國企業在「貼牌」，但與此同時越來越多的企業正在告別「貼牌」。痴迷技術、神往蘋果、嘗試著在海外樹立品牌、謹慎而堅定地推行國際化……這就是「中國製造」的新臉譜。



2011年6月，格力電器美國分公司在加州成立