

金帅集团2012年工作标兵事迹材料

(一) 集团总部

胡立明，男，31岁，2005年3月进入宁波金帅集团外贸部，现任集团外贸部经理。该同志在本职工作岗位上始终兢兢业业、任劳任怨，勇于开拓。过去的一年中，他积极采取有效措施，努力克服各种困难，对外不断开拓市场，寻求业绩增长新模式，多次不获自身荣誉，在返于埃及等中东战事不稳定的国家。特别是埃及项目的顺利实施，为企业外贸出口找到新的增长点。

对内外不断加强管理提高能力，用自己的工作态度和责任心去影响下属，部门内部形成良好的氛围，团队精神面貌焕然一新。在他的带领下，出口创汇和效益稳定持续增长，2012年外贸出口总量同比增长15%，销售总额同比增长20.3%。

黄俊鑫，男，三十八岁。该同志1993年2月进入金帅集团注塑车间，服务金帅二十多年，担任车间班组长多年，2012年8月担任注塑车间主任。在这么多年来，始终努力工作，把本职工作放在第一位。在长期工作中一步一个脚印，任劳任怨，在本车间有较高的知名度。车间员工遇到任何困难他都能热心帮助，经常放弃自己的休息时间为员工排忧解难，得到一致好评。

李昌华，男，三十九岁。1997年入伍担任边防连战士，服役五年，1998年加入中国共产党，2005年8月进入冲床车间，担任冲床操作工。2007年担任该车间主任，主动加班加点，在车间内树立良好的形象。积极参加公司的各项文艺活动。特别是拿手的武术表演，在公司组织的表演活动中

中得到一等奖，同时还代表金帅到其它公司演出，得到一致好评，为金帅集团争得荣誉。由于平时表现较好，2009年被评为先进工作者，2012年被评为机修工。在担任机修工期间，刻苦钻研，刻苦钻研，工作尽心尽力，团结同事，得到其他员工的一致好评。

彭海洋，男，2011年6月加入宁波金帅集团安徽洗衣机有限公司，现任计划供应部部长。自进入公司以来，在岗位上努力学习，刻苦工作，对自己岗位的要求牢记于心，对品质要求一丝不苟。在这短短的一年半时间里，始终努力工作，把本职工作放在第一位，坚决服从领导的安排，从不提个人要求，肯吃苦。能较好地处理部工厂、成都工厂、销售公司、外贸部、OEM事业部等的对接，确定产品销售需求，平衡成品库存结构，编制生产计划。充分保障物料供应，促使生产计划稳定性和作业计划准确率，为总装车间生产顺利投产及注塑车间正常生产做出较大贡献。平时工作中能够遵守公司的各项规章制度，团结同事，树立良好形象，起到模范表率作用。

李昌华，男，47岁，滁州金帅电器有限公司总装二段焊接班组长。该同志为人正直、踏实肯干。在日常工作中，能活学活用是抢着干，尽自己所能帮助同事。公司总装生产任务重，经常加班加点，车间临时安排生产任务，随叫随到，从无怨言。在日常工作中，严格要求自己，严格遵守纪律，不迟到不早退，熟知操作规程，绝不违章作业。在自任的情况下，坚持督促员工安全行为，及时发现及时制止，杜绝不安全行为的发生，不使自己和二段的安全工作上一个新的台阶。

该同志多年来始终在一线辛勤工作，立足本职、严于律己、无私奉献，本着一个工人应有的精神，撰写了属于自己的时

代风采。

(六) 成都洗衣机公司

简文模，男，2005年10月进入宁波金帅集团外贸部，现任集团外贸部经理。该同志在本职工作岗位上始终兢兢业业、任劳任怨，勇于开拓。过去的一年中，他积极采取有效措施，努力克服各种困难，对外不断开拓市场，寻求业绩增长新模式，多次不获自身荣誉，在返于埃及等中东战事不稳定的国家。特别是埃及项目的顺利实施，为企业外贸出口找到新的增长点。

对内外不断加强管理提高能力，用自己的工作态度和责任心去影响下属，部门内部形成良好的氛围，团队精神面貌焕然一新。在他的带领下，出口创汇和效益稳定持续增长，2012年外贸出口总量同比增长15%，销售总额同比增长20.3%。

黄俊鑫，男，三十八岁。该同志1993年2月进入金帅集团注塑车间，服务金帅二十多年，担任车间班组长多年，2012年8月担任注塑车间主任。在这么多年来，始终努力工作，把本职工作放在第一位。在长期工作中一步一个脚印，任劳任怨，在本车间有较高的知名度。车间员工遇到任何困难他都能热心帮助，经常放弃自己的休息时间为员工排忧解难，得到一致好评。

李昌华，男，三十九岁。1997年入伍担任边防连战士，服役五年，1998年加入中国共产党，2005年8月进入冲床车间，担任冲床操作工。2007年担任该车间主任，主动加班加点，在车间内树立良好的形象。积极参加公司的各项文艺活动。特别是拿手的武术表演，在公司组织的表演活动中

中得到一等奖，同时还代表金帅到其它公司演出，得到一致好评，为金帅集团争得荣誉。由于平时表现较好，2009年被评为先进工作者，2012年被评为机修工。在担任机修工期间，刻苦钻研，刻苦钻研，工作尽心尽力，团结同事，得到其他员工的一致好评。

彭海洋，男，2011年6月加入宁波金帅集团安徽洗衣机有限公司，现任计划供应部部长。自进入公司以来，在岗位上努力学习，刻苦工作，对自己岗位的要求牢记于心，对品质要求一丝不苟。在这短短的一年半时间里，始终努力工作，把本职工作放在第一位，坚决服从领导的安排，从不提个人要求，肯吃苦。能较好地处理部工厂、成都工厂、销售公司、外贸部、OEM事业部等的对接，确定产品销售需求，平衡成品库存结构，编制生产计划。充分保障物料供应，促使生产计划稳定性和作业计划准确率，为总装车间生产顺利投产及注塑车间正常生产做出较大贡献。平时工作中能够遵守公司的各项规章制度，团结同事，树立良好形象，起到模范表率作用。

李昌华，男，47岁，滁州金帅电器有限公司总装二段焊接班组长。该同志为人正直、踏实肯干。在日常工作中，能活学活用是抢着干，尽自己所能帮助同事。公司总装生产任务重，经常加班加点，车间临时安排生产任务，随叫随到，从无怨言。在日常工作中，严格要求自己，严格遵守纪律，不迟到不早退，熟知操作规程，绝不违章作业。在自任的情况下，坚持督促员工安全行为，及时发现及时制止，杜绝不安全行为的发生，不使自己和二段的安全工作上一个新的台阶。

该同志多年来始终在一线辛勤工作，立足本职、严于律己、无私奉献，本着一个工人应有的精神，撰写了属于自己的时

致力健康家电，营造洁净生活

过年的喜庆气氛 金帅的年终总结



2012年已经到了尾声，关于金帅电器的各项工作也渐渐进入总结阶段。回顾2012年，是奋斗的一年，开拓的一年，更是收获的一年。

首先，在金帅产品线方面，2012年新款产品日新月异。双桶洗衣机的面板造型有了很大的改进和提升，连片式的圆弧玻璃漂亮大气，成为双桶洗衣机最大的卖点。全自动洗衣机主要在产品品质上下了功夫，舍去了古老的型号，开发出操作更简便的“一键通”模式，大

型产品陆续排上生产日程。滚筒洗衣机开始全面打出市场。在冰箱产品方面，新品推出尤其明显。特别是节能型、大冷冻等产品的开发上下了大功夫，此举也为对开门冰箱的开发开了一个导向。

其次，在金帅产品国内市场方面，2012年也是开拓力较强劲的一年。在几个原本销量顶尖的区域保持原有销量并有所增长，安徽、河北等区域有了很大的开拓。部分原有的狭长渠道结构逐渐变成扁平的渠道结构，大大降低了渠道流通的费用和管理的混乱性。厂家直做乡镇的渠道终端模式正逐渐提上日程。销售和售后分离的模式使得专业性更明显地体现出来，于是，公司对售后服务提出了更高的要求。2012年，售后部门确实做出了很大的努力，成效也不错。特别是对配件及时发货，终端考核跟踪，400报修投诉服务方面进行了重大改进，售后服务日益完善。

第三，在金帅团队方面，2012年团队壮大到顶峰。销售公司员工突破80位，包括内部管理层、销售业务员、售后服务人员、400呼叫中心。每位员工各司其职，都有单独的考核机制。所有这些对于金帅产品在市场上的销售流通起到了至关重要的作用。环环相扣的沟通环节和渠道客户上的服务理念，都需要人力来完成，更需要一个团队精诚团结、互相配合来发挥出更大的效益。

最后，在金帅的运营方面，我们一直都没有变。我们的核心价值观是：金的品质、帅的品牌。我们的质量目标是：产品出厂合格率达98.5%，产品一次装配合格率达96%，我们的承诺是：100%处理好顾客投诉，让金帅用户永远放心。为了我们坚守的诺言，我们一直在努力，从未停止过。我们跨越了一个又一个的困难与坎坷，只求与顾客心中的期望无限接近。今后，我们还将秉承这个理念，用更加完美的产品、更加真诚的行动来诠释金帅这“金的品质、帅的品牌”的含义。

(销售公司 杨鑫竹)



根据中国家用电器协会提供的数据，2012年国内市场虽然起伏跌宕，但是产品结构持续调整的特点仍然突出，消费者越来越青睐于品质优越、时尚美观、节能环保的中高端产品。根据奥维咨询的数据，2012年1-11月，国内一二级市场变频空调的销售占比已达到了53.3%，超过定速空调，增幅达到8.4%；滚筒洗衣机的销售占比达到了36.6%，比上年同期增长3.3%；对开门、多门高端冰箱的市场占比也进一步提升，销量增幅分别达到12.6%和9.5%。中怡康的数据也显示，2012年1-11月，对开门、多门高端冰箱的销售占比分别为20%和6.5%，合计占据了市场近三成的份额。2012年中国家电展会上首设的高端家电展区受到企业、媒体及参观者的广泛注意，并取得了良好效果。在当今天传统家电产品普及率几近饱和的形势下，高端家电市场的快速发展和消费者的更新换代需求将为行业带来新的增长动力。

中国家用电器协会秘书长徐东生表示，通过技术进步实现产业升级，满足消费升级需求，撬动市场已成为家电行业大多数企业的共识，并已部署力量，积极布局。从产业发展规律上看，调整期恰恰是行业钻研技术的好机会，也是企业修炼“内功”的关键时期，通过调整期的技术积累和沉淀，行业将迎来更持续和稳定的增长。

事实上，在中国政府、中国企业的共同努力下，中国家电行业最艰难的时期已经过去，2013年被认为是一个逐渐回暖的年份。城镇化发展以及消费升级的升级都是支撑家电市场发展的重要动力。与此同时，在艰难过冬中持续调整、加大步伐转型升级的中国家电企业已经取得了阶段性成果，一大批技术含量高、节能环保的新产品将集中亮相在2013年上半年推出，整个业界对这些成果的展示极为关注。

(科技平安 稿子 中国家电网)

金帅集团2012年先进集体事迹材料

一、慈溪市金帅电机有限公司冲床车间

慈溪市金帅电机有限公司冲床车间能积极响应集团降本增效、提高人均生产率的号召，在设备新增设备投资的情况下，通过精简车间管理人员、提高效率等措施，使2012年黄冲片月人均生产率比2011年提高1728%，比2011年提高243%。在人均生产率提高、员工收入增加的情况下，设备新增成本没有产生超额情况，有效地控制了公司财务成本费用。在质量及成本控制管理方面，新增检测工具、调整调整等部分产品工艺，结合员工教育，使产品质量和生产效率不断改善和提高。全体员工共同努力，安全意识增强，防护措

施得力，按章操作，全年无事故，确保公司财产与员工安全。车间全体员工有较高的凝聚力，积极参与集团的各项活动并多次获奖。

二、宁波金帅减速机有限公司

宁波金帅减速机有限公司成立于2011年，主要负责生产洗衣机的配套供应产品减速机。为提高产量与质量，公司进行了不断探索与创新，特别是注塑车间，通过技术改造现已基本实现机械手自动操作。在减少人工成本的情况下，注塑总量增长20%。在节约能源方面，每吨铝耗电下降16%，产品单台工资下降10%。2012年公司总产量增长15%。

减速机公司在大胆投入技改，降低成

本，提高效率方面勇于争先，公司上下团结一心，在2012年的工作中取得了较好成绩。

三、安徽金帅洗衣机有限公司电机车间

安徽金帅电机车间成立于2011年10月，从刚开始的30人发展到现在的70余人，是一个积极向上、兢兢业业的集体。为提升产量与质量，公司进行了不断探索与创新，特别是注塑车间，通过技术改造现已基本实现机械手自动操作。在减少人工成本的情况下，注塑总量增长20%。在节约能源方面，每吨铝耗电下降16%，产品单台工资下降10%。2012年公司总产量增长15%。

电机车间在大胆投入技改，降低成

本，提高效率方面勇于争先，公司上下团结一心，在2012年的工作中取得了较好成绩。

四、安徽金帅洗衣机有限公司电机车间

安徽金帅电机车间成立于2011年10月，从刚开始的30人发展到现在的70余人，是一个积极向上、兢兢业业的集体。为提升产量与质量，公司进行了不断探索与创新，特别是注塑车间，通过技术改造现已基本实现机械手自动操作。在减少人工成本的情况下，注塑总量增长20%。在节约能源方面，每吨铝耗电下降16%，产品单台工资下降10%。2012年公司总产量增长15%。

电机车间在大胆投入技改，降低成

春节，是我们国家最隆重的传统节日。为了能与家人团圆，与好友相聚，回家过年，与父母吃顿年夜饭，便成了每位游子岁末的最大愿望，也是最基本的愿望。我深深理解这种背井离乡的情怀，因为自从来到慈溪，常年漂泊在外，在宁波金帅集团的大大家庭里，工作生活已12年有余，期间回家过年仅仅两次：一次是2002年春节，一次是2013年春节。回家过年，是游子们最期盼的节日。在除夕与家人团聚的心情都一样。年复

一年，我总在想多拿点钱来以便日后能办较多的事情，也总会以回家路途遥远，乘车人数太多，车票实在难买为由，努力克制住自己想回家过年的上下起伏的心情。

时间过得真快，转眼间2012年的岁末又临近了，我决定今年一定要与家人带上孩子一道回家过年！因此，我提前20天在网上订购了1月31日回家的火车票。这时，我的心情一下子踏实了许多。很快

就能见到家乡的亲人了！不觉间喜悦涌上心头。我要让更多的人感受到“就要回家过年了”的喜悦心情！为了给公司里像我一样期盼着今年能回家过年的同事们带来便利，我用我自己的电脑与网络无偿帮助了十多位朋友成功预订车票。看着他们开心的笑脸，听着他们真诚的谢意，我心里比什么都高兴，因为我预知我完成了他们回家过年的愿望，一个春节里探亲访友的愿望，也是一个外乡人最朴实的愿望！

1月31日，我将与爱人牵着孩子的手，高兴地踏上回家的列车……

(电机公司 黄崇林)

回家过年



十八大提出收入倍增计划给家电业带来什么

2012年11月8日，中国共产党第十八次全国代表大会（以下简称“十八大”）在北京开幕。胡锦涛代表第十七届中央委员会向大会作报告。报告第三部分即“全面建成小康社会和全面深化改革开放的目标”提出，到2020年实现全面建成小康社会的宏伟目标，实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番。

这个收入倍增计划在网络上引起热议，也引来各路专家给出各种解读。然而，对于包括中国家电业在内的制造业来说，如果要实现这一目标，让居民收入在2020年翻番，就意味着企业必须有更强的盈利能力。很显然，这对于某些行业而言是盈利和不盈利边缘的制造业来说，是个难题。

这个难题的答案只有两个字——“转变”。具体到家电业，从2009年国务院颁布《轻工业调整和振兴规划》，工业和信息化部颁布《加快我国家用电器工业升级的指导意见》，再到2010年中国家用电器协会提出《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》，转型升级、结构调整、转变发展方式都是其中的“关键词”。如果说，这些体现了行业发展到某个阶段的主动需求，那么“十八大”的收入倍增计划则要求家电业“不得不”进行转变。要完成收入倍增计划，企业将“不得不”进行转型升级、结构调整、减员增

效，提高盈利能力，在实现员工收入翻番的同时，实现由大变强的行业发展目标。

所谓收入倍增计划，也是在经济持续健康发展的语境中提出的。原文是：“转变经济发展方式取得重大进展，在发展平衡性、协调性、可持续性明显增强的基础上，实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番。科技进步对经济增长的贡献率大幅上升，进入创新型国家行列。工业化基本实现，信息化水平大幅提升，城镇化质量明显提高，农业现代化

和社会新农村建设成效显著，区域协调发展机制基本形成。对外开放水平进一步提高，国际竞争力明显增强。”这与家电行业转型升级、结构调整、转变发展方式的主动需求，实现由大变强到家电强国的发展目标不谋而合，可谓殊途同归。如果我们真的能够实现家电大国到家电强国的转变，那么我们也一定能够完成本行业员工收入倍增计划的目标。

从另一方面来讲，收入倍增计划也为家电业提供了转型升级的机会。居民收入倍增，必然会带来更强的购买力。为更强的购买力准备更高端、附加值更高的产品，也是整个行业必须面对的“转变”。

“转变”势在必行。下定决心，向以往的发展模式挥手说“再见”，重新上路正当其时。

(科技平安 稿子 中国家电网)