格力电器董事长、总裁董明珠：

关键要有所创新有所坚守

本报记者 **许意强**

党的二十大报告明确提出，“加快建设制造强国”“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”。日前，格力电器董事长、总裁董明珠在接受《中国企业报》记者采访时表示，作为制造业，格力电器的发展绝对不能以“破坏环境”为代价，要把“绿水青山”的理念体现在工业发展过程中，还要用“绿水青山”的理念来改造制造业，多年来，格力电器身体力行贯彻“绿水青山”的理念，在家用空调、暖通设备、智能装备、再生资源、新能源等各个业务领域积极响应国家“双碳”目标。

以自主创新，创造改善品质生活的产品

“创新是引领发展的第一动力，企业家的创新活动是推动企业创新发展的关键。”董明珠认为，创新精神是优秀企业家不可缺少的特质。作为民族工业企业代表，格力电器经充分市场化和多元化业务转型，成为中国制造业崛起的一个缩影，董明珠也随之成为中国企业家的代表人物。

格力电器从一家专业的空调企业，发展成为家电等消费品企业，再到覆盖完整产业链，打造“核心零部件+整机”垂直一体化的工业企业，发展与转型的最大底气正是来自于“坚持自主创新”。

“中国制造业走向世界，必须要用产品质量、技术支撑，以及源源不断的创新来赢得消费者的尊重。”董明珠表示，格力电器在过去30年里走对了一条路，就是坚定地走“自主研发”的创新道路。因为，创新技术会带来巨大的市场以及消费者的认同。“只有自己掌握技术，才能打造出更好的产品。过去我们是属于一种模仿、跟随型，而今天则成为一个创造者。”

目前，在家电等消费品市场上，格力电器以消费者的需求为导向，打造品质产品，赋能美好生活，实现了向“好电器 格力造”的转变。同时，在工业板块上，格力智能装备产品已覆盖数控机床、工业机器人、智能仓储物流、智能环保设备、工业自动化五大品类，市场从中国向北美、欧洲等海外扩大。董明珠直言，“制造业就是要不断创新，改变自己，不断地创造出提高大家品质生活的产品，这才是真正有价值的企业。”

制造业要掌握硬功夫，还要打持久战

在董明珠看来，企业家精神也有鲜明的时代特征，新时期的企业家精神关键要有所创新，有所坚守。“这十年来，格力电器一直在做一件事，就是敢于投入创新，这并不是以盈利为目的，更多的是社会责任。”董明珠表示，“即使你走在山顶上，你的头顶还有星空，研究技术永无止境，我们设计研发经费从不设上限，要多少给多少，只要有需要。”

中国作为制造大国，拥有完整产业链，以及成熟供应链，可以为全球生产各类产品，但多局限于简单的“粗加工”、缺乏技术含量和市场竞争力。而且，很多时候中国制造企业盲目地追求市场，只有价格优势没有品质的保障。

“中国制造要发展，必须要解决质量问题、技术问题。习近平总书记在2018年到格力电器视察时，也教导我们一定要掌握关键核心技术。这四年多来，我们发展的速度更快，对品质的认知更深刻”。董明珠透露，这次卡塔尔世界杯采购了格力空调，因为当地温度特别高，有时候室外最高能到60℃，所以对技术、品质的要求超乎一般，我们都满足了，几万台格力空调为足球赛事保驾护航。

专注创新，坚守主业，成为董明珠经营企业的秘诀。她透露，“在企业成长过程中，也会遇到很多选择。比如，当年有很多制造企业去投资房地产，而当时的格力电器去做房地产是很容易的事情，但我们还是坚决抵制，因为做实体、做制造需要坚守，打持久战。只有秉持创造信念、持久理念，就能心无旁骛，哪怕是看到别人发财了，或者看到别人一下子飞黄腾达了，你也能依然坚守。”

十多年来，在董明珠的带领下，格力电器始终把“自主研发和创新”视为企业的生命，坚持“不把消费者当成试验品”，严格把关设计研发源头，科技创新能力不断提升。截至2022年11月，格力电器累计申请专利105979件，其中发明专利申请55066件；累计发明专利授权16442件，是唯一一家连续六年进入中国发明专利授权量前十的家电企业。



用自立自强赋予中国制造更强韧的底气！

祝贺《中国企业报》创刊35周年！

董明珠

海信集团控股公司副董事长、总裁贾少谦：

长期主义是一种格局

本报记者 **许意强**

党的二十大报告提出，“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”。海信集团控股公司副董事长、总裁贾少谦在接受《中国企业报》记者采访时表示，这为中国制造迈向高质量发展指明方向。在海信发展过程中，始终将高端化、智能化、绿色化作为重要着力点，以慢求快，行稳致远，不断提升高质量发展水平。

贾少谦还认为，作为技术立企的海信，所处行业面临的是全球化竞争，按照“马太效应”，强者愈强，弱者愈弱，只有不断基于海外市场进行国际品牌建设、产业布局、技术学习与自主创新，才能在世界范围内实现生存、发展和参与竞争。长期主义将是企业穿越周期的精神底色，而高质量发展则需要中国制造一起努力。

长期主义是穿越周期的精神底色

对于企业和企业家来说，长期主义是一种格局。贾少谦认为，中国企业探索的中国式管理在未来会成为管理学的重要内容，而长期主义构成了商业管理的基本内核。这恰恰是海信半个世纪里穿越一个又一个周期的精神底色。

而在具体实践中，贾少谦坚信，“技术才是筑牢企业持续增长的厚实根基。”多年来，海信在技术研发、产业拓展以及自主品牌建设等企业经营各方面都坚持长期主义的战略定力，不断跨越周期与不确定性获得稳健增长。

贾少谦表示，从1995年开始，海信创造并践行技术孵化产业模式，坚持“没有技术含量的产业和产品不涉足”原则，开拓出由技术研发到产业拓展的有效路径。不追逐，不逢迎，无论是芯片、智慧医疗还是智能交通，抑或是光通信，海信这些行业内优势明显的产业无一例外都经过了寂寞的忍耐和长久地坚持。海信更是7次荣获国家科学技术奖项，用技术筑牢持续增长的厚实根基，让企业不断找到新的增长空间。

在当前全球充满“不确定”因素的市场环境下，“强品牌”具有超强的抗风险能力和自愈能力。海信则在行业中很早就放弃OEM，选择做自主品牌。从市场国际化，到制造当地化，再到研发本土化，海信基于“三位一体”深耕当地市场，扎根本土化运营。实际上，这就是坚持“长期主义”的国际化和坚持“重资产”的国际化。

“在海信，我们常说，做企业不可有功利之心，我们将‘永续经营’写进企业价值观，坚决不为眼前的收益或短期的利润而自乱阵脚，而是要获得足以成为百年企业的良性增长。”贾少谦直言，“我们相信当长期主义成为每个海信人的自觉行为时，百年海信的梦想也将照进现实。”

高质量发展需要“中国制造一起努力”

党的二十大报告明确提出，要完善中国特色现代企业制度，弘扬企业家精神，加快建设世界一流企业。新时代新征程上，企业家要弘扬企业家精神，努力成为推动高质量发展的生力军。贾少谦表示，“中国制造有实力，也有底气不断向全球价值链高端化迈进。智能化是推动制造业转型升级实现高质量发展的重要支撑，高端化则是中国制造未来发展升级的必然选择。”

贾少谦认为，高端化是中国制造的必然选择，中国拥有全球最全面的产业体系，从日本在全世界抢占制造业的实践规律看，中国制造业达到一定水平后，只要坚守好高端产品，只要把制造业的高端产业做出来，至少还有数十年的“好饭”吃。

回忆海信十多年的成长历程，贾少谦感慨万千，“在显示产业，过去不管是在CRT时代还是在液晶时代，中国企业一直处于跟跑、并跑，尤其是高端显示技术方面一直被日韩企业主导。”贾少谦接着介绍，从十多年前开始，海信相继开展国产电视芯片、激光电视和ULED技术的研发，就是打破电视高端显示技术由国外企业垄断的格局，掌握对未来竞争的话语权。

激光电视正是海信显示产业高端化的成果。在海外市场，普通的中国电视售价是300—500美元，而海信激光电视能卖到3000—5000美元。大屏沉浸、色彩真实、健康护眼等差异化优势，让激光电视成为全球精英人群消费“新宠”。作为全球激光电视行业的领跑者，在激光电视领域，海信做到“专利第一、市场第一、标准第一”。

“回望过去，中国用40多年就走完外国数百年的工业发展之路，海信有幸见证、参与了这一伟大的历史进程。在迈向全球产业链‘微笑曲线’的征程上，中国制造还有很长的一段路要走。”贾少谦透露，海信在本届卡塔尔世界杯赛场上打出“中国制造 一起努力”的围挡广告，目的就是为高质量发展之路的同行者加油鼓劲。未来，中国制造完全有实力和底气，不断迈向全球价值链高端，给世界带来更多惊喜，这不只是海信一家企业的奋斗与信心，也终将是属于全体中国制造业的光荣与梦想。



与企业改革发展伴生，与中国经济共同成长。

祝贺《中国企业报》创刊35周年！

贾少谦