

2023年董明珠汇报工作 董明珠销售语录 心得体会董明珠销售语录读后感(大全5 篇)

从某件事情上得到收获以后，写一篇心得体会，记录下来，这么做可以让我们不断思考不断进步。那么我们写心得体会要注意的内容有什么呢？下面小编给大家带来关于学习心得体会范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

董明珠汇报工作 董明珠销售语录心得体会董明珠销 售语录读后感篇一

在董明珠看来，制度、规范，这是不允许任何人打破的，包括她自己在内，每个人都必须按照制度去履行，不能随意改变。言必信、行必果，正是董明珠这种强硬的作风深深地影响着格力的企业文化。今次重温董明珠经典语录，领略这位铁腕木兰的远见卓识和惊人的原则性。

01、传奇是干出来的

02、我不怕外企来挖人

03、我绝不唯唯诺诺

04、工业精神就是一种吃亏精神

05、眼前不挣钱的，并不代表永远没有钱赚。

06、我从来没有错，也不许别人说我的错。

07、可以在台上拿一百万，但绝对不允许在台下拿一分钱。

08、眼前不赚钱的，并不代表永远没有钱赚。没有淡季的市场，只有淡季的思想。

09、产品的核心竞争力在于质量，在质量方面不偷工减料，自然可以做到不摆虚架子，不以概念炒作糊弄消费者。

10、推销和营销不同，推销是交易，而营销则是培育市场。

11、如果跟国美苏宁这些大卖场大面积地合作，可能很多企业死得更快。

12、非常偶然。其实，我不该做营销的。

13、企业一方面要在技术研发和自主创新方面多干实事、少说空话、长期作战，要耐得住寂寞；另一方面更要关注消费者的根本需求，主动承担社会责任，用企业力量推动社会发展。

14、书里的人是人，我们也是人，为什么不能像书中一样生活！

15、对手们这样形容她的厉害：董姐走过的路；都长不出草来。

16、我从来就没有失误过，我从不认错，我永远是对的，

17、我呼吁国家建立节能惠民工程的长效机制。

18、没有‘zg创造’，就没有出路！

19、格力电器专业化发展，是‘自断后路’的做法。道理很简单，我们只能成功，不能失败。

20、无氟空调其实都是有氟的，纯属企业炒作概念、撒谎欺骗消费者。

21□zg通过自己自主创新掌握核心技术的能力而不靠买别人的

技术，只有这样zg企业才能在国际市场打出自己的品牌，赢得世界的尊重。

22、工作中没有任何柔情可言，不可能即能把工作做好，又不苛刻、咄咄逼人。和谐是斗争出来的。

23、我要给zf讨回400万元的差价损失。

24、阳光的东西永远都是阳光的。我们相信zf和法院会做出公正裁决。

25、我们现在给员工一人一房(干到这个程度的国企真不多)

26、不能因为我的退休，这个企业不行了

28、在董明珠看来，推销只是单纯地把东西卖出来，而营销则要复杂得多，不仅仅要把产品卖出来，更重要的是培育市场。

29、董明珠认为，只有诚信的人才能做营销，一个企业没有先进的管理和技术，再成功的营销都只能是昙花一现。

30、董明珠表示，她取得成功的原因，最重要的是能坚持原则——把钱放在第一位的人只能赚眼前的钱，赚不到以后的钱，只有把事业放在第一位的人才能赚一辈子的钱。

1、一个人在他的一生中，一定会经历很多的困难，我们就是因为有能力去克服这些困难，才显示了个人的价值。虽然累，但是因为有价值，所以也就觉得不累了。所以，人要有一个很好的定位。

2、以价值为生存，以价值去经历，可能就会得到很好的结果，这是我的理解。我当业务员的时候，我说我这一辈子就做业务员。而且我当时的目标是做业务员一定要做到最好。因为

你是业务员，你要给企业创造价值，这就是目标。

3、作为一个企业，对于整个社会来讲，它是一个个体细胞。只有每一个细胞健康，这个社会整体才会显得健康。如果每一个细胞都不好，社会怎么样保持健康？如果具有癌细胞，很快这个癌细胞就会蔓延，最终就会死亡。所以企业承担了社会责任，他这个“细胞”一定要健康，怎么样才能健康呢？我们要有严格的管理制度。

4、作为企业来讲，特别是企业的领导者，你不要说我企业一年赚了多少钱，员工都居无定所，我觉得你就不是一个优秀的企业家。你应该承担起这个责任，给他解决。实际上员工最需要的是安全，有一种依靠。这种依靠给他们，就是我们要给他们创造这样的环境。

5、任何一个成功人士首先要有一种奉献的精神。尽管这个词有点老掉牙。但是我觉得还是要坚持。一定要有奉献精神，奉献精神涵盖得面很广，我们都为别人想一想，你在为别人着想的过程中，其实你已经得到了别人对你的尊重。

6、物质不是一种幸福，他要不要，你作为企业都应该给他考虑。一个国家、社会的发展需要年轻人不断的成长起来，要成为有用的人，这才是真正的幸福。我把这个基础给他打好以后，他出去以后就有了竞争力。一个企业、一个人，你不能太浮躁，你一定要牢牢记住，你的行为要对别人负责任。

7、企业做大了以后，最重要的问题，一个是制度的延续性，一个是人才的培养。特别是现在80后的孩子们已经成为社会的主流了，你要对这些孩子们负责任，让他们快速成长起来，要培养一批优秀的、有责任感的年轻人。我们要承担的不仅是自身企业利润的变化，你还要承担，你要牢牢记住你的使命。

8、我们自己赚钱的目的不是为了自己过得更好，而是让能够

跟你认识的人，或者你能帮助的人，让他们也能过得更好，如果有这样的心态，我觉得我在制冷领域做到最好。让我的配套产业，因为我的发展，他们也更多的发展，这就是我的责任。

9、从“中国制造”到“中国创造”最终要体现在技术突破上，如果没有技术突破，还是像过去一样依赖于别人的技术，或者是模仿，甚至简单地买一些核心部件回来自己组装，就不能实现真正“创造”的意义。一个企业要生存必须要有研发，否则就会在竞争中被淘汰出局。

10、很多人曾经动员我说，你做空调干嘛，一台才赚几百块钱，做房地产一夜就赚多少亿。我说那个钱不是我赚的，我就是劳苦命，就干这件事(笑)。不去做别的产业，是因为我们在空调这个领域里面还有很多事情要去研究，真的要静下心来，沉得住，不眼红，不急躁。

11、有人将投资失败称为“交学费”，并问“董明珠你交了学费没有”，我说如果他交完学费我还交学费，那我更蠢。国际化更多地是要总结，成功的经验、失败的教训都要总结。因为我觉得这个财富不仅是企业的，也是社会的。

12、在格力，有个不成文的规定，只要是从同行企业出来的，无论多能干，原则上不收留。不是说别人不优秀，但如果仅靠别人培养人才，本身就是一个贪婪的行为。跳槽的人，在原来企业“叛逃”有很多，但大部分都是利益上的问题，或者说个人的利益，比如个人愿望达不到满足。在珠三角，其实存在许多“商业间谍”，在原公司授意下，跑到别的公司“潜伏”几年，然后辞职，将后来公司的一些经营秘密带回原公司。

13、很多人说，你到我这儿来我给你高薪，但在我看来，如果一个人的着眼点就是为了能挣更多的钱，以自我为中心，永远带一种贪婪的心情去做事，很难建设好的企业文化。格

力坚持培养一种奉献精神，我们的幸福感和价值观在于能够让更多人幸福起来，这就是你的价值。因此从格力出去的人，相对单纯，不会搞人际关系，因此在别的公司往往显得格格不入，很难融入。

14、我对接班人的要求有三点：第一要忠诚，第二要有奉献精神，第三要讲诚信。如果这几个最基本的要素不具备，他的能力再强，对企业来说可能是埋了一个定时炸弹。我在格力倡导的文化就是“忠诚”，看到韩剧里面的警察见面打招呼就是互相说“忠诚”，这让我很得意。我希望以后格力的员工见面也是这样打招呼，从而形成格力独特的文化。我认为一个领导者应该具有一种奉献的精神，就是不能考虑个人得失，而应该将自己更多的精力全身心地投入到企业里面，把自己的生命与企业联系在一起。我想这也是企业的生命力所在。

15、有人传言说格力进入了房地产，但事实上我们没有进入，我觉得我要静下心来，坚持一个吃亏的精神，宁可少赚，我也要在这个行业里做到最精，做的最好。如果房地产中1平米赚几千块钱，回过头来一台冰箱赚几十块钱，那么心静不下来。可能我的产值在某个时间段来讲，没别人多，但我具有竞争力。

16、管理是效益，如果要做一个百年企业，它要有一个完整的体系，这个体系不是墙上挂的制度，而是真正的人的文化，这个企业文化就必须要求我们把员工素质全面提升。

17、不需要售后服务的产品才是真正的好产品。

18、消费者的每一件小事都是我们的大事。

19、世界上最难的就是认真。认真是做成一件事的基础。

20、没有亏损的行业，只有亏损的企业。

21、坚决不打价格战，坚决走专业化道路。

22、只有敢抓自己错误的人才能成为伟大的人；只有敢于揭自己伤疤的企业，才有可能成为伟大的企业。

23、即使在和局里，每个人也是可以创造出新局面的，人的价值的实现并不在全局的改变，而在局部的创造。

24、越是单纯的东西，越是需要付出百倍的努力去捍卫它，把一种单纯的信念贯穿于生活之中，往往需要付出并不简单的代价。

25、生活就是这样，总会有乌云遮眼的时候，但也总会有云开雾散的一天。只要你坚持按自己的理想走下去，就一定会有成功的一天。

26、如果要做成事，就必须要做好有所牺牲的准备，而自己所做的牺牲仅仅是暂时失去一个局部，但却得到了一个整体。

27、控制力不是让员工听话，而是给员工自我发挥和创造的空间。

28、顺手就可以拿到的东西，不叫目标，一定要跳起来才能达到的东西才是目标。

29、我做总裁期间最大的成就是用了人才。我们要打造120xx年企业，必须要有一支相应的百年人才队伍。

30、用心做好产品就是最佳营销。

1、我在格力创造的是一种奉献精神，一种工业精神，要务实，不能有投机心理，所有行为都必须对未来负责任，这表现在每个员工的每个行为中。有了这种精神，我们会努力打造一个好的产品，企业内部的管理会更加严谨，这样的团队可以

克服各种困难。

2、工作就是工作，生活就是生活，工作中没有柔情，就像打仗一样，在战场上能用柔情来解决问题吗？必须用严格的制度和纪律来完成。

3、管理是效益，如果要做一个百年企业，它要有一个完整的体系，这个体系不是墙上挂的制度，而是真正的人的文化，这个企业文化就必须要求我们把员工素质全面提升。

4、没有亏损的行业，只有亏损的企业。

5、只有敢抓自己错误的人才能成为伟大的人；只有敢于揭自己伤疤的企业，才有可能成为伟大的企业。

6、一个好的营销队伍必须是一个诚信的队伍，你只有讲诚信，你才能赢得别人对你的尊重，也只有这样，才能赢得别人对你的信赖，才可能得到别人的支持。

7、 三道：

业道：做百年企业，其实就是做人，一个与企业息息相依，生死与共的人。

8、坚决不打价格战，坚决走专业化道路。

9、如果有人认为我们在营销方面有什么秘诀的话，那么最大的秘诀就是不玩花样，厂商平等合作，把靠市场创造效益作为一致的目标，并以此作为基本的游戏规则。

10、我们都在寻找共同的游戏规则，期待“正和博弈”，不是你吃掉我，也不是我吃掉你。棋行天下，并非统一天下，而是和所有人一起走下去。

11、带着欺骗的心态去做一个企业，这样随着时间的推移，

会逐步就被消费者所淘汰，被市场所淘汰。

12、不能单纯地以营销谈营销，为销售而销售。一个企业，一种品牌，他们的内在联系到底是什么，还有思维方式、经营理念、价值取向都是整体构成这个企业最终市场的依据。所以说，我们的营销工作，有时会忽视一些眼前的利益，因为我们注重的是长远利益。

13、市场就是消费者用人民币投票。我坚信，要做好营销工作，必须牢牢抓住消费者的心。

14、“价格战”不是中国特色。科学技术的发展、生产规模的扩大、制造工艺的提高，都会使生产成本不断下降，销售价格不断降低，合理的价格竞争，才是造福于消费者，有利于促进企业不断发展的手段。这就要依靠规模效益及成本挖潜。一味地拼市场份额，设置挤垮竞争对手，低价倾销，对消费者对企业本身是不负责任的。

15、同质化完全是个谎言，第一用材不同；第二设计不同；第三经营理念不同。

16、质量是诚信的根本。我们要在保证质量的基础上，化解价格问题。格力电器要在材料供应、生产、管理、技术和销售、服务的每一个环节上促成良性的诚信循环，这样才能使市场和消费者对格力有信心，使“百年企业”的梦想不会落空。

17、不需要售后服务的产品才是真正的好产品。

18、消费者的每一件小事都是我们的大事。

19、世界上最难的就是认真。认真是做成一件事的基础。

20、越是单纯的东西，越是需要付出百倍的努力去捍卫它，

把一种单纯的信念贯穿于生活之中，往往需要付出并不简单的代价。

21、生活就是这样，总会有乌云遮眼的时候，但也总会有云开雾散的一天。只要你坚持按自己的理想走下去，就一定会有成功的一天。

22、不能坚持原则的人，一定是有私心的。我没有一点私心，所以我能坚持原则。

23、今天的成绩已成为过去，当你满足的时候，就是失败的开始。

24、在制造业中，如果商业精神占据了主导地位，就会更富于投机性、更短视和产生更多的不正当竞争。这种状况会使企业的生存发展远离“工业精神”，使得工业家们也像商人一样行事，其结果必然是工业行为的短期化和商业化。

25、即使在和局里，每个人也是可以创造出新局面的，人的价值的实现并不在全局的改变，而在局部的创造。

26、在格力电器只奉行两个字“简单”。目标“简单”——好空调，格力造，“打造百年企业，创立国际品牌”；管理“简单”——机构扁平化；“宣传简单”——不搞炒作，频繁出现在消费者眼前的只有六个字“好空调，格力造”；营销“简单”——厂商分工；“服务“简单”——质量好，八年不维修。

27、可以在台上拿一百万，但绝对不允许在台下拿一分钱。

28、眼前不赚钱的，并不代表永远没有钱赚。没有淡季的市场，只有淡季的思想。

29、产品的核心竞争力在于质量，在质量方面不偷工减料，

自然可以做到不摆虚架子，不以概念炒作糊弄消费者。

30、推销和营销不同，推销是交易，而营销则是培育市场。

共2页，当前第2页12

董明珠汇报工作 董明珠销售语录心得体会董明珠销售语录读后感篇二

36岁以前，她的生活也是平淡无奇，可是36岁以后的董明珠，却用自己的坚韧和执著创造了让人无不佩服的职场传奇。以下是本站小编为你整理的有关董明珠的传奇故事，欢迎大家阅读。

1995年，董明珠成为格力的销售经理，下属们是这样看当时的这位女上司：一个从不按牌理出牌的人，她的“牌理”只有一个：自己的原则，自己认为对的。

董明珠上任后面对的第一个问题是在隆冬时分积压了19000套空调。对此，大家通常的做法是每台降价300元卖出了事。董明珠说：“不行，正常产品降价有损形象。”她出人意料的做法是把积压空调分摊给每个经销商。销售员没想到新官上任的三把火会烧到自己身上，而且烧个没完。

生活细节上，这位铁娘子还做了这样一个规定“上班时间不许吃东西，一经发现，第一次罚五十，第二次罚一百，第三次走人”。当所有人以为这也就说说而已的时候，一天，董明珠走进办公室，发现8名员工正在吃东西，仅过了10秒钟，下班铃就响了。董明珠毫不客气，每人收了50元。大家目瞪口呆。董明珠说，只要违犯原则，再小的事，都是大事，都要管到底。

一天，有一个年销售额达1.5亿元的大经销商，来格力厂要求

特殊待遇，语气中透着不容商量的傲慢。董明珠非但没有理他，反而狠狠反击：把他开除出格力经销网。所有人都在为这位女上司捏一把汗，一个位子还没有坐稳的销售经理，一天之内，竟毫不犹豫地扔掉1.5亿元的年销售额。董明珠的回答很简单：只要违犯原则，天王老子也给我下马。

女强人的铁腕让经销商们不得不服软。许多空调厂往往纵容大销售商，允许他们跨地区经营，这样本地小经销商根本竞争不过，也把市场搞乱了。董明珠这样一做，小经销商可以把规模搞大，也就有了奔头。

拖欠货款是中国零售批发行业普遍存在的现象，这让很多经销商头疼，不信邪的董明珠一年里就把全部问题解决了。她的做法很简单，也很霸道：凡拖欠货款的经销商一律停止发货，补足款后，先交钱再提货。

不过这说起来容易，做起来难，她这下捅了马蜂窝，小小的经销商纷纷向格力老总朱江洪告状，有的甚至宣称：“有她没我。”董明珠没有服软，针锋相对的说：“那就有我没他。”朱江洪劝董明珠：“是不是可以补完款，先发货再收钱？”董明珠微微一笑说：“好啊。”结果款一到账，货却把住不发。董明珠说：“要货？先拿钱来。”董明珠振振有词：“就算别人全这样，我格力也偏偏不。”即使100次撞墙头破血流，董明珠也要撞101次。欠款这堵破墙一定要倒。

董明珠的强硬带来的效果是：1997年、1998年格力没有1分钱的应收账款，也没有1分钱三角债。此后，大家都相信董姐，不划款，你拿不到一个货；只要划款过去，从不拖欠货的。董姐办事，服气，放心！

年轻的时候董明珠每天只睡5个钟头，据说现在董明珠也往往是在睡眠或打盹时想问题，一有什么想法，半夜一两点，董明珠会跳起来，拿起本子就记下来，甚至半夜打电话给老总。正是她的这种奋斗精神，许多营销绝招就是这样诞生的。

1995年，董明珠发明了“淡季返利”，即依据经销商淡季投入资金数量，给予相应利益返还。这样把“钱—货”关系，变成“钱—利”关系，既解决了制造商淡季生产资金短缺，又缓解了旺季供货压力。1995年格力淡季回款比上年增加3.4倍，达11亿元，为1996年与春兰总决战做好了市场准备。

1995年，格力又发明“年终返利”，将7000万元利润还给经销商。

1996年，空调淡季，格力靠淡季返利拿回了15亿元回款。在淡季价格战中，各个品牌只得纷纷降价，甚至零售价低于批发价，批发价低于出厂价，大伤元气。董明珠规定格力1分钱也不能降。到了8月31号，格力却宣布拿出1亿元利润的2%按销售额比例补贴给每个经销商。这样在空调业最困难的1996年，格力销售增长17%，第一次超过春兰。

格力不仅把缩小营销队伍省下的钱补给了经销商，1997年还拿出2.5亿元返还经销商。

董明珠认为：只有经销格力赚钱，才能长治久安。她不仅将紧俏空调品种平均分配，避免大经销商垄断货源，扰乱市场，还推出了空调机身份证，使每台空调在营销部备案。

一般来说，空调9到3月份是淡季，4到8月份是旺季，淡旺季有不同的价格，淡季比旺季低2个万分点。一般厂家都在挖空心思把旺季从4月提前到3月，以获得更大利润。

就这样□20xx年的时间里，董明珠从一名基层业务员成长为格力的总经理，从20xx年至今，她一直担任着格力的副董事长、总裁职务。自从董明珠出任总经理后，她和董事长朱江洪，创造了我国商界独一无二的奇迹。在她的领导下，格力电器从1995年至20xx年，连续20xx年空调产销量、销售收入、市场占有率均居全国首位□20xx年以后，销售额每年均以30%的速度增长，净利润保持15%以上的增幅！

董明珠汇报工作 董明珠销售语录心得体会董明珠销售语录读后感篇三

董明珠，给人的印象好像已经定格，一个非常强硬，似乎有点男性化的女人。而是是什么成功因素成就了今天的她呢？以下是本站小编分享的董明珠成功的因素，一起来和小编看看吧。

董明珠经营格力的成功我认为主要是以下几条：

- 1、专注(专业化经营)
- 2、超越同行的技术研发投入
- 3、良好的品质
- 4、不投机取巧、不迎来送往、无贪腐，老老实实、扎扎实实的把全部精力用于做好本份内的事情。

7月18日下午，珠三角大地骄阳似火，在毒辣辣的阳光下，连草儿都枯萎了。

珠三角的许多企业家心情好不起来——不是因为天气，而是经济形势——次贷危机造成国外需求减少、人民币升值、油价上涨、劳动力成本增加，每一条都是对珠三角出口导向型企业一记重拳。

尽管这些不利因素早在一两年前就已酝酿，但不约而同地选择在20xx年爆发。造成的恶果显而易见——无论是广东还是浙江，都出现了企业利润增长和出口增长速度快速下滑，数以万计的中小企业停工半停工。

面对如此严峻的经济形势，格力电器总裁董明珠却气定神闲：

这位举止打扮优雅大方、但举手投足都能看出硬气的女企业家，她有理由镇定自如——尽管这些不利因素对家电行业影响很大，国内许多家电巨头利润下滑甚至出现巨额亏损，但格力电器的日子却过得很好：继20xx年销售收入达到380.41亿元，同比增长44.33%，净利润12.70亿元，比上年增长83.56%后□20xx年一季度，格力电器的净利润增长又达100%以上。

董明珠获得的成功让许多企业家和职业经理人艳羡不已。出生在南京的董明珠在她34岁时加入格力电器，从未做过销售工作的她，却在营销岗位上做得如鱼得水，董明珠刚加盟时，格力电器只是一家产值上亿元的家电小厂，但如今，格力电器已连续3年拿下世界空调销售冠军。董明珠也伴随着格力电器一路成长，她作为明星业务员一路升迁至总经理、总裁，并获得价值1亿多元的股权激励。

格力电器为什么能取得成功？董明珠认为原因很简单，那就是掌握核心竞争力。而核心竞争力的四要素就是销售、技术、管理和服务。董明珠在许多场合始终强调一句话：做企业不需要搞太多的政府公关、也不需要太多的国家资金支持、不需要借助媒体，通过炒作来扩大影响力，也不需要通过大量广告，把自己包装成名牌。只要把产品质量和技术研发做好了，销售科学，服务真诚，企业的竞争力自然而然就上去了。

“现在有人说目前的经济形势很严峻，我觉得夸张了，其实企业只要掌握核心竞争力，就能面对经济调整。”董明珠底气十足地告诉记者。

34岁的金牌业务员

董明珠出生在江苏南京，这座位于江南、靠近苏杭，但凭着六朝古都的遗韵而从来不乏阳刚气的城市，似乎成了董明珠日后的性格写照。

和那个年代的女孩子一样，董明珠也是一个天真的女孩子，她想当兵———因为这个职业需要保护别人，觉得特别崇高和伟大。但女孩子当兵始终不是一件容易事，没有当成兵，董明珠后来选择考学，进入安徽芜湖干部学校学习，毕业后，回到家乡，进入南京一家化工研究所做技术工作，一直到1990年。

当年，董明珠南下广东，加入格力电器。创造格力电器奇迹的“黄金搭档”———董明珠和朱江洪，也在那一年相遇。董明珠的人生命运从此改变，同时，她也将成就格力电器的辉煌。

这一年，格力电器当时的掌门人朱江洪47岁，是这个“无名”小工厂的头。

他于1991年接手格力电器前身———珠海海利空调器厂，并于1992年，正式将海利空调改为格力电器。彼时的格力电器只是一个小厂，产能只有2万台左右，而当时的空调企业有几百家，格力电器在其中毫不起眼。

1992年秋天，加盟格力电器没有多久，董明珠被派往安徽负责淮南和淮北市场，在别人眼中，当时的淮南、淮北是中部经济落后地区，这个地区的空调销售潜力不被看好，作为格力电器老总，朱江洪当时也并没将这个区域作为作为战略重点。

但就在这个贫瘠市场里，董明珠硬是做出了1600万的销售额，占公司当时的销售额的1/8。

这样的业绩让朱江洪十分惊讶：与安徽市场迥然不同的是江苏市场，作为中国最为富庶的地区，格力空调只拿下了300万的销售额，不及安徽两淮地区的零头。

董明珠由此进入朱江洪的视野，在考察华东市场的时候，朱

江洪点名要董明珠陪同考察。

1992年冬天，朱江洪调董明珠负责江苏市场，董明珠一到江苏，效果就立竿见影。1994年，一场销售大战终于让董明珠的销售天赋淋漓尽致。

1994年夏天是空调厂商最不愿意看到的凉夏，到了5月份，作为“四大火炉”之一的南京，天气比往年要凉快不少，许多空调厂家乱了阵脚，由于产品季节性强，5月到9月是空调销售黄金时间，如果天气不变热，将使厂家的产品销不出去，造成库存积压。

空调厂家纷纷祭出降价的大旗，广东一家大牌家电企业率先对其中一款产品降价20%，其他厂家纷纷跟进，董明珠没有盲目跟随其他厂家的降价行为，在调查市场之后，毅然决定顶住降价压力。将暂时销不出去的产品分流到经销商那里。

最终，市场证明董明珠是对的。5月过后，天气开始热起来，空调价格未调整的格力电器赚得盆满钵满，经销商也乐开了花。

董明珠一战定乾坤，为格力赢得了江苏市场，也为自己赢得了晋升空间，不久，她被调往总部，后升任为格力电器营销部长。

从此，董明珠开始在格力电器扮演重要角色，一路升迁至副总经理、总经理、总裁。

走出去要对得起国家形象

无论是彩电、空调、冰箱、洗衣机还是微波炉、燃气具，中国是当之无愧的世界第一大家电大国。许多产品的销量占世界30%-50%的市场份额。

在这种背景下，家电企业走出去成为必然命题。尽管成功案例很多，但失败的也不少。tcl集团收购汤姆逊公司的业务，就是其中的不幸案例。

对于海外扩张，董明珠始终坚持稳扎稳打的战略，决不盲目冒进，“一挥手投几十个亿也可以，格力电器有实力做到，但冤大头的买卖我们不会做。”董明珠这样强调。

20xx年，在格力电器的年报中，海外销售收入达78.18亿元，同比增长48.69%，增长速度超过了整体销售收入的44.33%，即便如此，董明珠给格力电器的20xx年海外销售任务定的指标还是和国内市场一样：增长25%。

除了销售外，格力电器在海外的生产布局也正在逐步展开。4月18日，格力电器对外宣布，经过一年多精心筹备，格力空调越南生产基地的厂房建设、生产设备安装调试及人员培训工作已基本完成，第一台在越南生产的“格力”牌空调于4月中旬正式下线。越南基地也是格力继在南美巴西、南亚巴基斯坦建厂之后，在海外建立的第三个空调生产基地。

董明珠称，格力电器对“走出去”一直坚持“先有市场、后有工厂”的国际化战略，根据国际市场的需要在合适的地区建立基地。

除了不盲目冒进外，董明珠的另外一个原则是走中高端路线。董明珠认为，中国企业家有必要改变世人认为的“中国是世界廉价商品制造基地”的成见。“中国企业走出去，就代表着国家形象，我们格力电器要对得起国家形象。”董明珠反复强调国家利益、国家形象。

与一些中国企业依靠低价走市场的做法不同，格力空调在国际化的过程中，一直坚持自主品牌出口为主的发展战略和高品质产品、优质服务的市场定位。

据董明珠介绍,目前“格力”牌空调已经出口到世界80多个国家和地区,在巴西、俄罗斯等多个国家,“格力”是当地的第二大空调品牌。而在巴西,因为价格较高,格力空调已成为当地身份象征,需要一定收入的人群才消费得起。

董明珠表示,格力商用空调的出口两三年之前就已经开始,目前产品出口地区已经遍及西班牙、美国等几十个国家,南非20xx年世界杯的场馆也用了格力商用空调。“格力对商用空调市场也是志在必得。”董明珠认为,这块市场潜力很大。

和很多企业出口到国外的产品利润微薄不同的是,据董明珠介绍,格力的巴西工厂,毛利率有30%以上。

为了更好地推广格力品牌,格力正在海外复制其国内成功的专卖店模式。据介绍,目前格力全球的专卖店数量已经突破1万家。董明珠表示,格力的专卖店不仅已经开到了发展中国家,也开到了发达国家,这项工作还在稳步进行之中。

只要具备核心竞争力,就能面对经济调整

20xx年7月,中国最热的经济话题无疑是美国次贷危机、人民币升值、从紧的货币政策等大背景下,中国经济到底会受多大冲击。

当同样的命题抛给董明珠时,她的回答是:企业只要具备核心竞争力,就不怕经济调整。

在董明珠看来,核心竞争力来自销售、技术、管理和服务,而最为核心的又是优质的产品和先进的技术。

“格力电器对科研经费从来不设比例限制,可以说是只要在格力能承受范围内、对格力发展有利,多少科研经费我们都愿意拿出来。”对于科研经费,董明珠从不吝啬。正因为这种大方,让格力电器拿到了1500多个专利技术、300多个发明

专利。

之所以如此强调核心技术，和格力的一次经历有关□20xx年格力进入多联机领域，按照当时中国企业的惯常做法，走捷径到国外买技术，但被对方一口回绝，他的理由是：这个技术是目前世界上最领先的，我怎么可能卖给你呢？格力从此明白，单靠引进，最多只能买到二线技术，而永远不可能领先世界潮流。

正因为较高的科研投入，格力电器在海外市场才有话语权。高精度空调领域对技术研发要求很高，但格力在这个领域做得同样有声有色。

近年，格力电器拿到了印度电信基站定制得商用空调大单，这笔价值20xx万美元的订单，是中国空调史上最大的单笔订单。

董明珠认为，格力能在竞争中脱颖而出，正是得益于格力技术人员针对通讯行业的特殊要求，不断进行技术攻坚，连续攻克了智能化高精度温度控制、远程监控、故障自行诊断与处理、高显热运行等技术难关。

格力电器能承受得住困难，但有些规模较小的家电企业则加入了停产半停产的行列。格力电器会不会乘这样的机会加速扩张？董明珠认为，格力电器不能乘人之危。

“我们可能还会做一些并购，但我们不会乘人之危恶意去收购别人，而且，并购对象能不能执行格力的管理体系，是否认同格力的企业文化，是我们考虑最多的。而且，兼并、收购也要讲双赢，如果我能扩大产能，被并购企业也能起死回生，这样双赢的事情才可以干。”董明珠十分注重被并购对象的兼容性。

面对这轮经济调整，许多企业经营发生困难，纷纷伸出手希

望政府援助。董明珠认为，好的企业面临现在这样的经济形势，照样可以顺利过关。

董明珠经常强调一句话：做企业不需要搞太多的政府公关、也不需要太多的国家资金支持、不需要借助媒体，通过炒作来扩大影响力，也不需要大量广告，把自己包装成名牌。只要把产品质量和技术研发做好了，销售模式和服务还可以，企业的竞争力自然而然就上去了。

之所以这样认为，董明珠的理由是：现在是市场经济，政府也要按照市场经济规则办事；你把企业的产品包装成名牌，但自身质量和服务不过关，怎么能经得起考验？只有产品品质好，掌握核心技术，企业才能真正掌握主动权。

企业应该做国家栋梁

在访谈中，董明珠强调最多的就是企业的发展要服从国家利益，要讲社会责任。

这位说话时激情十足的女企业家，谈及经营失败的企业时，她直言不讳地痛斥：经营企业失败是对自己的不负责任，是对企业的不负责任，是对员工的不负责任，是对国家的不负责任。董明珠坦言，她决不允许格力电器失败，所以每一步决策都要考虑细致周到。

董明珠认为，如果算上格力电器的上游企业、下游经销商，格力电器经营好坏，可能关系到几十万人甚至上百万人的生计。

正因为如此，董明珠才不允许自己失败。那么，企业到底对国家、对社会哪些责任呢？董明珠归结为一句话：企业不但是市场经济的主体，还要做国家栋梁。

“走出国门就代表国家形象，缴纳税收是国家财政收入来源，

企业快速发展是国家经济增长的源泉，企业还要提供大量的就业岗位，无论哪个方面，企业都要对得起国家与社会。”董明珠认为，企业的社会责任含义十分丰富，覆盖到企业发展的各个层面。

“格力电器已连续8年列家电企业纳税榜首位□20xx年上半年，我们的纳税额就超过了10亿元。”董明珠认为，一家企业效益好不好，对国家贡献大不大，不应该只看销售收入，而更应该看纳税额。

除了纳税外，董明珠还十分看中员工待遇、福利和发展空间。董明珠给自己定下一个指标，那就是让格力电器的80%以上的一线产业工人拿到大专文凭。“这样的话，他们哪怕以后离开格力，在别的地方也有发展空间。”董明珠不但考虑到了员工的现在，还想到了他们的未来。

有人参观后格力电器的宿舍区后感慨，格力电器的产业工人住宿条件比北大学生宿舍要好。

正是因为董明珠的精心考虑，在珠三角连年闹“民工荒”、“技工荒”时，格力电器的员工流动率很低，格力电器的员工中，90%以上在格力服务4年以上。

员工队伍的长期稳定，也给格力电器的发展带来了无穷动力□20xx年10月，格力电器的产业工人张树源当选为xx大代表，引起了社会各界的轰动。一位来自河南农村的搬运工，成长为拥有多项发明成果的大型国企机修班长，张树源因此成为农民工的典型代表。

董明珠对格力电器要求很高，她对自己也是如此。

“现在许多民营企业，总是在许多场合强调自己有多少资产，许多媒体也老是关注个人财富榜，我觉得这是一种很浮躁的心态。企业家应该注重自己给社会创造了什么。”董明

珠对各种财富榜一脸的不屑。

“我不会炒股，不会卖掉手里的格力股票，我董明珠算不上什么富豪，但我知道自己的价值所在。”临近采访结束时，董明珠这样意味深长地表示。

董明珠汇报工作 董明珠销售语录心得体会董明珠销售语录读后感篇四

1. 可能别人听起来觉得我太霸道，但我还是要说，格力可让别的企业模仿，但绝不允许被超越，你想让别人不超越你，必须要不断地去创新，这句话不是针对别人，而是对自己苛刻的要求。

2. 更多的是人在一起工作，不是狼，所以平时工作中，我喜欢用真诚去打动别人。

3. 格力电器专业化发展，是自断后路的做法。道理很简单，我们只能成功，不能失败。

4. 无论在什么岗位，坐在什么位子上，我总有一种紧迫感，我认为人要每天发现自己的问题，不断地去总结，那样才能成功。即使成功，我也认为它是新的开始，并不是永远的成功，因为别人也在进步，别人也在往前走。

5. 我呼吁国家建立节能惠民工程的长效机制。

6. 如果有人认为我们在营销方面有什么秘诀的话，那么最大的秘诀就是不玩花样，厂商平等合作，把靠市场创造效益作为一致的目标，并以此作为基本的游戏规则。

7. 无氟空调其实都是有氟的，纯属企业炒作概念、撒谎欺骗消费者。

8. 一个人的成功不是一个人的问题，要有一帮人，有人说，红花靠绿叶配，有的时候我希望自己做绿叶而不是红花，既然大家这么信任我，对我来说可能会付出的更多，更多会失去更多。

9. 不能坚持原则的人，一定是有私心的。我没有一点私心，所以我能坚持原则。

10. 没有淡季的市场，只有淡季的思想。

11. 我就是不愿意靠别人，不愿意让别人来对我进行可怜的施舍。

12. 企业家应该注重自己给社会创造了什么。

13. 越是单纯的东西，越是需要付出百倍的努力去捍卫它。把一种单纯的信念贯穿于生活之中，往往需要付出并不简单的代价。

14. 竞争是为了进一步提高能力，共同进步，不是把对方置于死地，要有足够的胸怀容纳别人与我们共同成长。

15. 只有敢抓自己错误的人才能成为伟大的人；只有敢于揭自己伤疤的企业，才有可能成为伟大的企业。

16. 企业家要站在更高的层次看问题，站在社会的角度看待企业的发展，这样不仅有利于企业自身的发展，更多是有利于社会整体的发展。

17. 我们格力对宣传功能的基本看法是实事求是，问心无愧。我认为只有以优质的产品为支撑的广告宣传才能取信于消费者，而格力每卖出一台空调，每增加一个用户，就是一个广告，因为格力的高质量会让消费者满意，而且以一传十。

18. 今天的成绩已成为过去，当你满足的时候，就是失败的开始。

19. 做企业不需要搞太多的政府公关、也不需要太多的国家资金支持、不需要借助媒体，通过炒作来扩大影响力，也不需要大量广告，把自己包装成名牌。只要把产品质量和技术研发做好了，销售模式和服务还可以，企业的竞争力自然而然就上去了。格力不靠广告轰炸、不靠吹嘘售后服务，格力靠消费者的互相推荐，靠口碑。

20. 对于国际化，我们不能有投机心理，必须做到诚信，这样才能长久。

21. 忠诚于企业，忠诚于事业，忠诚于消费者。

22. 同质化完全是个谎言，第一用材不同；第二设计不同；第三经营理念不同。

23. 带着欺骗的心态去做一个企业，这样随着时间的推移，会逐步就被消费者所淘汰，被市场所淘汰。

24. 生活就是这样，总会有乌云遮眼的时候，但也总会有云开雾散的一天。只要你坚持按自己的理想走下去，就一定会有成功的天。

25. 没有想过做格力的领导，无论在哪里，做一件事，就把它做好了。

26. 质量是诚信的根本。我们要在保证质量的基础上，化解价格问题。格力电器要在材料供应、生产、管理、技术和销售、服务的每一个环节上促成良性的诚信循环，这样才能使市场和消费者对格力有信心，使百年企业的梦想不会落空。

27. 可以在台上拿一百万，但绝对不允许在台下拿一分钱。

28. 没有亏损的行业，只有亏损的企业。
29. 能力越大，对社会和企业的影响就越大，企业家要承担起对社会的责任和企业责任。
30. 一个没有创新的企业是没有灵魂的企业！
31. 对于企业的生产管理和企业管理比营销重要100倍。
32. 中国通过自己自主创新掌握核心技术的能力而不靠买别人的技术，只有这样中国企业才能在国际市场打出自己的品牌，赢得世界的尊重。
33. 不保证质量就是对消费者谋财害命，对质量管理的仁慈就是对消费者的残忍。
34. 如果没有比尔盖茨放弃房地产暴利不赚，专心软件产业的傻劲，就不会有今天的微软。所以，真正能支撑一个企业走向未来的不单是技术，还有精神，这种精神就是工业。
35. 只要心中充满信念，就能一路拾级而上。
36. 市场就是消费者用人民币投票。我坚信，要做好营销工作，必须牢牢抓住消费者的心。
37. 我从来就没有失误过，我从不认错，我永远是对的！
38. 任何一件事，只要用心去做，扎扎实实去做，想方设法要把它做好，我认为就一定会把它做好。
39. 工作就是工作，生活就是生活。工作中没有柔情，就像打仗一样，在战场上能用柔情解决问题吗？必须用严格的制度和纪律来完成工作。
40. 不需要售后服务的产品才是真正的好产品。

董明珠汇报工作 董明珠销售语录心得体会董明珠销售语录读后感篇五

- 1、世上没有不会的，只有不学的。
- 2、一个人蹒跚学步时的步态是笨拙的，也是容易被人遗忘的，但一个初涉商海者的脚步却是令人难忘的。
- 3、一个人只要付出艰辛的努力，没有爬不过去的山，也没有趟不过去的河。
- 4、我董明珠不是一个轻言放弃的人，我的性格里有非常倔强的一面，一旦认准了一件事情，不成功就绝不会罢休。
- 5、一个人如果想在这个社会上做出一点成绩的话，如果一个人想向社会证明自己的能力的话，她就得去拚去搏，而不是成天坐在房间里怨天尤人。
- 6、不管公司给我什么样的条件，不管公司给我什么样的宽松环境，我也不能因为这个宽松环境就放弃了我要追求的东西，这是我的原则。
- 7、开弓没有回头箭，我不能轻易就认输。
- 8、我认为自己没有什么神奇的地方，也没有什么深奥的地方，一切的一切，都是两个字：勤奋。勤奋是我成功的第一步，只有勤奋，才能使我迈进成功的大门。
- 9、我常想，一个人在成功的道路上不管走多远，当她回首往事的时候会发现，能使她义无反顾地往前走的，也就是那么几个人。
- 10、一个人的精力总是有限的，要把一件事做好，必须深入进去。

11、我做好了一切迎接挑战的心里准备。

12、一个人是否是优秀人才，权力在手的时候最能充分体现出来。人的权力地位上升到一个较高的层次，更容易暴露其内在的品质。这个阶段的人最容易犯错误，他最需要的是信任，而不是监督。

13、大部分被信任的人都会兢兢业业，对他们来说，放手意味着责任。由于这种信任，人们会拼命地工作，以证明上级对自己的信任是正确的，他会给自己加大工作的压力。

14、一个人在他的一生中，一定会经历很多的困难，我们就是因为有能力去克服这些困难，才显示了个人的价值。虽然累，但是因为有价值，所以也就觉得不累了。所以，人要有一个人很好的定位。

15、以价值为生存，以价值去经历，可能就会得到很好的结果，这是我的理解。我当业务员的时候，我说我这一辈子就做业务员。而且我当时的目标是做业务员一定要做到最好。因为你是业务员，你要给企业创造价值，这就是目标。

16、物质不是一种幸福，他要不要，你作为企业都应该给他考虑。一个国家、社会的发展需要年轻人不断的成长起来，要成为有用的人，这才是真正的幸福。我把这个基础给他打好以后，他出去以后就有了竞争力。一个企业、一个人，你不能太浮躁，你一定要牢牢记住，你的行为要对别人负责任。

17、我们自己赚钱的目的不是为了自己过得更好，而是让能够跟你认识的人，或者你能帮助的人，让他们也能过得更好，如果有这样的心态，我觉得我在制冷领域做到最好。让我的配套产业，因为我的发展，他们也更多的发展，这就是我的责任。

18、很多人曾经动员我说，你做空调干嘛，一台才赚几百块

钱，做房地产一夜就赚多少亿。我说那个钱不是我赚的，我就是劳苦命，就干这件事（笑）。不去做别的产业，是因为我们在空调这个领域里面还有很多事情要去研究，真的要静下心来，沉得住，不眼红，不急躁。

20、有人传言说格力进入了房地产，但事实上我们没有进入，我觉得我要静下心来，坚持一个吃亏的精神，宁可少赚，我也要在这个行业里做到最精，做的最好。如果房地产中1平米赚几千块钱，回过头来一台冰箱赚几十块钱，那么心静不下来。可能我的产值在某个时间段来讲，没别人多，但我具有竞争力。

21、三道：商道：既要适应市场，更要创造市场，掌握市场变化，才能取得更大话语权；棋道：经济活动中的“博弈”，不是谁吃掉谁的问题，而是通过合作取得共同发展；业道：做百年企业，其实就是做人，一个与企业息息相依，生死与共的人。

22、世界上最难的就是认真。认真是做成一件事的基础。

23、越是单纯的东西，越是需要付出百倍的努力去捍卫它，把一种单纯的信念贯穿于生活之中，往往需要付出并不简单的代价。

24、生活就是这样，总会有乌云遮眼的时候，但也总会有云开雾散的一天。只要你坚持按自己的理想走下去，就一定会有成功的一天。

25、不能坚持原则的人，一定是有私心的。我没有一点私心，所以我能坚持原则。

26、今天的成绩已成为过去，当你满足的时候，就是失败的开始。

27、即使在和局里，每个人也是可以创造出新局面的，人的价值的实现并不在全局的改变，而在局部的创造。

28、可以在台上拿一百万，但绝对不允许在台下拿一分钱。

29、如果要做成事，就必须要做好有所牺牲的准备，而自己所做的牺牲仅仅是暂时失去一个局部，但却得到了一个整体。

30、顺手就可以拿到的东西，不叫目标，一定要跳起来才能达到的东西才是目标。

31、工作中没有任何柔情可言，和谐是斗争出来的。

32、传奇是干出来的。

33、我绝不唯唯诺诺。

34、把钱放在第一位的人只能赚眼前的钱，赚不到以后的钱，只有把事业放在第一位的人才能赚一辈子的钱。

35、我从来就没有失误，我从不认错，我永远都是对的。

36、我从来没有错，也不许别人说我的错。