在皖全国政协委员今赴京

星报特派记者和委员们同车共赴“中国梦”

星报讯（记者 李皖婷） 每年的3月，春风总是如期而至。从3月3日起，北京将再次成为全国乃至全世界瞩目的焦点。市场星报社、安徽财经网今起特派4名记者赴京采访全国两会，和首批在皖全国政协委员同车赶往北京，在一线为大家描绘出这个宏大、绮丽的“中国梦”。

2013年，行进在复兴征程上的中国，也面临着不同寻常的历史节点——这是党的十八大后的开局之年，是“十二五”进程过半之年，也是为全面建成小康社会夯实基础的重要一年。站在新的历史起点上，中华民族离伟大复兴的梦想从未如此之近。

2013年全国“两会”召开在即，今天起，在皖的首批全国政协委员将带着全省人民的重托前往北京参会。4名星报两会特派记者也将和委员们同车出发，发挥集团作战的优势，为读者及时传递全国两会热点，奉献最有价值的信息。

这一年，中国将朝着什么方向发展？物价、房价能否稳住？人民能否增收？看病难、住房难、上学难，能否得到真正解决？作为凝民心、聚民智、谋发展的盛会，如何用好改革这个“关键一招”，举国关注，万众期待。

为把“两会”中的重大信息和代表、委员声音及时、准确地传达到每个读者面前，星报今年将派出祝亮、王玉、俞宝强、李皖婷等四位骨干记者前往北京，全面展开“两会”的采访报道工作。此次在全国两会报道方式上，除在报纸上向读者全方位展示两会进程，从多个角度和侧面反映两会盛况、热点问题，以及民生举措外，我们还将在安徽财经网www.ah-caijing.com进行同步直播，第一时间为您传递两会热点信息。

特派记者出征感言

两会新闻盛宴 星报精彩呈献

3月，我们再聚北京！

北京，我又来了！作为本报第一位参加“两会”报道的记者，自2007年以来，这已经是我参加过的第6次全国“两会”了。

参加全国“两会”，对每一个新闻工作者来说，是一种荣誉，是一个绝好的锻炼机会，还是一场激烈的“战斗”。

还记得去年在京期间，我们采访了数十位省部级官员，近百位明星代表、委员，马不停蹄地奔波在人民大会堂和代表、委员驻地之间。在每天超负荷、超密集的采写、编辑工作中，星报的全国



两会报道没有出现一处错误。

累过，怨过，甚至哭过，但看到一条条新闻资讯随着报纸飞入千家万户，一切付出都是值得的。因为，传递“两会”声音是星报记者的光荣使命。 记者 祝亮

北京，我来了；两会，你好！

又到全国两会时间，大家还记得我吗？我又准时奔赴北京，参加全国两会现场报道了。

还记得2008年的全国两会，我和搭档在全国两会的15天时间里，共同演绎了一场“两会双人舞”；还记得去年，我和同事们一起，将全国知名人士几乎“一网打尽”。15天的辛苦、汗水，15天的紧张、疲惫，换来了星报帅哥接机时的一捧鲜花，换来更多喜悦、收获，值了！

今天，我们再次出发，我



们的报道组成员个个都是精英，我们的搭档已经有着默契的配合，在北京、在全国两会，相信我们，一定会给你带来更多精彩。

星级记者 王玉

面对“战争”，我很平静

今年是我第三次参加全国“两会”采访报道。脑海中，很清楚地记得，以往全国两会我们的每一条新闻，往往要经过反复修改，一个采访提纲往往要经过再三提炼，一个标题甚至经过彻夜苦思，一个采访任务没有完成，有可能第二天才能吃上一顿。但一切付出都是值得的。如今，面对长达两周的“新闻大战”，我已很平静。

今年，我们会在本报后方大本营的运筹帷幄下，成功打出漂



亮的“歼灭战”、“狙击战”。我坚信，这15天并肩战斗的日子，与我的“战友们”一起，每一次采访、每一个独家新闻，所有认真付出所换回来的，都足以让我们微笑并仔细回味。 星级记者 俞宝强

星报看两会，走你！

全国两会虽是年年开，今年之于我的意义却是大不同——我终于不用再借助报纸、电视、网络来搜寻两会的“一颦一笑”，而是可以近距离地感受两会带给我们的惊喜和震撼。

今天，我们出发了。第一次出征前往全国两会，我真是既兴奋、激动，又忐忑、紧张。

虽是第一次报道“两会”，但面对全国乃至全世界的精英记者团队，我不害怕。不仅因为“初生牛犊不怕虎”，还因为我的身边有



最好的团队；在我的身后，更有全体星报人注视着我、支持着我，鼓励着我。我的报道，一定会最精彩。星报看两会，走你！

记者 李皖婷

格力空调3天大惠：提前认筹是关键

—— 安徽格力依据每个网点的历史销售和认筹数量分配活动资源，活动期间优先接待已认筹顾客

本报持续关注的格力空调千亿分享感恩活动——“千亿格力，3天大惠”活动目前已经进入最为关键的认筹阶段。据安徽格力方面透露：由于此次千亿分享特惠力度较大，活动资源有限，公司将依据各网点认筹情况和历史活动情况分配活动机型，因为提前认筹是关键。未认筹的顾客，网点将不保证都能在活动期间购买到心仪的机型。

另据了解，目前格力全省经销商已经积极行动起来，资源分配、认筹、活动人员配置等工作都在有序开展，欢迎广大读者到格力专卖店及各卖场格力专柜参与认筹，一探究竟。

无品质不赢销，格力千亿的背后是品质

“如果没有质量做支撑，营销就是行骗。‘笨功夫’其实是不折不扣的真功夫，换来了格力产品坚如磐石的市场美誉。”

格力电器的展厅有一组展板，展示着来自山西、江西、安徽等地20位老用户的故事和他们的“古董空调”，其中使用年限最久的空调长达25年。据格力的长期市场调查和用户跟踪反馈记录统计，使用年限15年以上的老用户，保守估计在10万人以上。

质量是企业的生命线，格力的营业额能破千亿元，产品能使用那么多年，根本原因就在于格力踏踏实实地把质量管控做到了位、做到了家。

“如果没有质量做支撑，营销就是行骗。”做过多年营销工作的董明珠对1994年的一次事故记忆犹新。“当时采购了一批进口的电容器，质量出了问题。结果害得我们抬不起头。”为此，1995年格力建立了行业独一无二的筛选分厂，这被外界评论为“最笨的方法”。这个筛选分厂不直接创造效益，进厂的每一个零配件，不论大小，都要经过各种检测，合格后方能上生产线。如此一来，格力空调的可靠性、稳定性大大提高，维修率大大减少。

此外，为了让空调能够经受住岁月风吹雨打的考验，格力先后斥巨资建成了热平衡、噪声、可靠性、电磁兼容、全天候环境模拟等300多个专业实验室，确保空调出厂前都经过了千锤百炼。此外，格力还通过“放蛇行动”进行监督。所谓放蛇，就是在生产线上的某个环节故意加入一个有瑕疵的配件，看下面的质检程序能否发现。如果没发现，那就要惩罚了。

“放蛇行动用了很多年了，能让质量监督人员更加专注，不能有丝毫的松懈，不能说昨天好，今天就好，过去的好不能代表未来的好。”格力电器副总裁望靖东说。

有了切实的措施作为保障，格力才可以在行业内率先推出6年免费维修、两年包换的服务，才可以稳稳地突破千亿营业额大关。“从这一点看，‘笨功夫’其实是不折不扣的真功夫，换来了格力产品坚如磐石的市场美誉。”董明珠说。

千亿格力背后的中国梦

“一个国家只有通过实干才能进步，一个企业只有通过实干才能获得实实在在的增长。格力的脚步正和中华民族的复兴脚步一同迈进。”

如今的全球家电市场中，曾经的霸主日本家电正在衰退，中国家电则强势崛起。中国制冷行业最早是从家用空调领域起步的，从贴牌生产、散件组装走到自主研发，格力率先一步抓质量，后来率先一步抓技术，成就了中国整体家用空调行业的崛起。

“有人说格力成功是因为重视技术，我认为不完整。”董明珠说，“一个优秀企业不能单靠一个点来实现成功，而是在面上发力，每一个环节都高度重视。比如技术研发出来了，可生产工人不认真，产品就不会好；如果销售服务不好，产品也卖不出去。”

20年来格力一直坚守主业，坚守实业，不因为现金流充裕炒快钱，尤其经济形势不好的情况下仍坚持做空调。