# 海尔授权体系

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-08-12

*第一篇：海尔授权体系海尔：充分的授权必须与监督相结合。海尔集团制定了三条规定：在位要受控，升迁靠竞争，届满要轮流。“在位要受控”有两个含义：一是干部主观上要能够自我控制、自我约束，有自律意识，二是 集团要建立控制体系，控制工作方向、工作目...*

**第一篇：海尔授权体系**

海尔：充分的授权必须与监督相结合。海尔集团制定了三条规定：在位要受控，升迁靠竞争，届满要轮流。“在位要受控”有两个含义：一是干部主观上要能够自我控制、自我约束，有自律意识，二是 集团要建立控制体系，控制工作方向、工作目标，避免犯方向性错误；再就是控制财务，避 免违法违纪。“升迁靠竞争”是指有关职能部门应建立一个更为明确的竞争体系，让优秀的人才能够顺着这 个体系上来，让每个人既感到有压力，又能够尽情施展才华，不至于埋没人才。“届满要轮流”是指主要干部在一个部门的时间应有任期，届满之后轮换部门。这样做是防止 干部长期在一个部门工作，思路僵化，缺乏创造力与活力，导致部门工作没有新局面。轮流 制对于年轻的干部还可增加锻炼机会，成为多面手，为企业今后的发展培养更多的人力资源。人材、人才、人财 张瑞敏首席执行官对何为企业人才进行了分析，他提出企业里人才大致可由高到低分为如下 三类：人材---这类人想干，也具备一些基本素质，但需要雕琢，企业要有投入，其本人也 有要成材的愿望。人才---这类人能够迅速融入工作、能够立刻上手。人财---这类人通过其努力能为企业带来巨大财富。对海尔来说，好用的人就是“人才”。“人才”的雏形，应该是“人材”。这是“人才”的毛坯，是“原 材料”，需要企业花费时间去雕琢。但在如今堪称“生死时速”的激烈的市场竞争中，我们没有 这个时间。“人才”的发展是“人财”。“人才”是好用的，但是好用的人不等于就能为企业带来财 富；作为最起码的素质，“人才”认同企业文化，但有了企业文化不一定立刻就能为企业创造 价值。光有企业文化还不行，还要能为企业创造财富，这样的人方能成为“人财”。无论是经 过雕琢、可用的“人材”，还是立刻就能上手的、好用的“人才”都不是我们的最终目的；我们 要寻求的是能为企业创造财富和价值的“人财”！只有“人财”才是顶尖级人才！来了就可以为 企业创造财富、创造价值！我们企业要想兴旺发达，就要充分发现、使用“人财”。今天是人才，明天未必还是人才 人才的定义，就要看为社会创造价值的大小，每一位海尔人都应该而且能够成为人才，为社 会创造更大的价值。人才是一个动态的概念，现在市场竞争非常激烈，今天是人才，明天就 未必还是人才，海尔人应该不断自我超越，不断提高自身素质。如何不断提高自身素质，做永远的人才？一定要有自己的理想、自己的目标！如果没有坚定 的目标，在提高自身素质、自我挑战的过

**第二篇：公司授权体系及财务规范.**

公司授权体系及相关财务操作规范 第一部分、基本原则

1、本规范制定并公布于 2024年 5月 24日,并自 2024年 5月 24日起生效。本规范自公布 之日起,取代所有既往颁布的与此相关之公司制度、方案或政策,所有既往制度、方案 或政策中有与本规范不一致之处,以本规范为准。

2、本规范适用于“万宝盛华人力资源(中国 ”所属所有总公司、分公司和办事处。

3、公司保有在必要时修改规范之权利,并将在修改后及时向所有员工公示。第二部分、公司授权体系

鉴于公司业务的迅速发展和公司管理架构的日趋完善,同时基于符合 Manpower 全球对 内部控制的要求,公司制定了下述授权体系:

一、授权体系的原则:

1、所有受此授权体系规范的公司和员工行为,都必须得到适当权限人员的批准;

2、所有需要授权之行为,应当遵循逐级授权之原则;若某授权职级人员暂缺并未有合法之 后备授权人员,则须其再上一级人员进行直接授权;

3、在授权行为中必须严格遵循对每一权限的授权金额的规定, 任何超过授权限额的批准都 将被视为无效;

4、合法的授权形式包括:书面签字、电子邮件批复。除此以外的任何授权形式将不被公司 接受;并且应当使用公司规定的标准文件、申请表格等;

5、财务部门负有监督和协助此授权体系正确、严谨实施的责任;并应当将任何严重违背此 授权体系之行为及时通告总经理,以避免对公司可能造成的损失;

二、授权体系:

当此附件无法正常打开时,请参阅内部 FTP 网站上的 FinanceFin PolicyReimbursement 1 上的内容。

二、对授权体系的说明:

1、授权体系的组成: ●业务合同(Sales Contract的签字、批准权限: ●非业务合同(Non-Sales Contract的签字、批准权限;●非业务的项目 /计划(Non-Sales Project/Plan的签字、批准权限;●各类费用、支出申请的签字、批准权限;●款项支付时的授权管理;

2、授权体系的流程示意图:

注:业务合同的订立流程须遵 循公司有关业已公布的规范

3、授权体系中所需要使用的标准文件、申请表格: 当此附件无法正常打开时,请参阅内部 FTP 网站上的 FinanceFin PolicyReimbursement上的内容。

第三部分、授权体系相关之财务操作规范

为了保证授权体系的顺利实施,现对部分相关之财务事项的操作加以规范如下:

一、员工费用报销规范:

1、员工费用报销的范围 :

●员工可以报销的基本内容: ◆交通费用(为业务所发生的 :出租车费;公交车、地铁费等;◆个人(符合公司报销规范的通讯费用;◆差旅费用;◆(符合公司报销规范的交际应酬费用;◆(符合公司制度的可以由个人申请报销的福利项目(如入职体检费;●可以由 BM/部门经理 /分公司后勤人员负责统一报销的员工费用项目: ◆员工集体福利项目(如团队活动费用、员工生日福利费等;●除以上费用项目外的任何费用都不得由员工个人申请报销, 特别是以下容易混淆的 项目,严禁员工个人采购或报销: ◆资产(包括固定资产、一般资产、电脑软件 /硬件等的购买;◆办公用品(包括报刊、书籍的购买;

2、报销时间: ●所有员工应当在 每月 10日 前将截至 最近一个工作日 的所有个人费用整理,并填写 《员工费用报销单》 ,递交其直线经理审阅后,送至当地财务人员;●若报销申请得到批准,则在 当月工资发放日 予以支付;●凡是当月没有及时递交申请的,须延至下个月递交,当月不予补办报销;

3、其他规范: ●费用报销需要提供合法票据,如有遗失需要在报销单上注明;●所有员工费用报销款都会付到员工工资卡上;

●交通费用: ◆出租车费、公交车费等必须在报销单上列明:起止地点、时间、事由;◆工作时间因工作需要所产生的交通费用可以予以报销;◆加班的交通费用必须符合以下条件方可以报销:-加班的必要性得到直线经理的事先批准;-加班至 21:30以后产生的交通费用;●手机费用: ◆凡是使用公司手机号码的员工一律不可以自行报销手机费用;◆凡是低于上限的报销申请, 据实支付;凡是超过上限的报销申请, 按照上 限支付;◆通讯费用报销必须提供电信部门的账单或单据;3

●报销单的填写: ◆员工在填写报销单时需要按照时间顺序列示;严禁重复报销;◆除差旅费用需要单独报销单格式外, 其他员工费用都使用同一报销单格式;◆但是,不同费用类别需要在报销单上列明编号(见报销单下方说明;

二、主要员工费用项目的说明:

1、交际应酬费用:

●公司规定交际行为限定在和客户 /Candidate喝茶、工作餐等形式;凡是不属于此 范围的交际行为必须事先得到地区 Director 的批准;●对于 “ 的招待事项, 需要得到地区 Director 的批准, 并填写《交际应酬费用申请》;●对于单次招待金额在 100元以下的招待事项(且交际形式合规 ,可以在征得 BM 同意后使用;

2、差旅费用报销: ●规范 : 出差必须填写《雇员差旅申请计划》表,并在出差前得到有差旅批准权限 的上级的批准;差旅批准权限: A.各地分公司人员的差旅申请必须得到地区总监或临时授权人员的书 面(或电子邮件的批准;B.总部各 Support Function人员的差旅申请必须得到部门负责人的书面(或电子邮件的批准;C.地区总监和总部部门负责人的差旅必须得到总经理的书面(或电子邮 件的批准;若未得到批准就擅自出差,公司财务部门将有权拒绝报销其差旅费用;公司对机票、宾馆、保险等已指定全国性供应商, 并由上海总部统一结算, 故个人不得自行购买;同时各地的原供应商将不再使用。

公司在上海专们设立 “员工差旅服务中心” , 在供应商的协助下, 全面负责 公司所有地区员工的差旅事宜(包括机票 /宾馆预订、预支差旅费、签证申 请等;

所有预支差旅费一律根据《申请计划》表中的申请预支金额,在员工出差 日前直接划入员工费用报销银行卡中;各地财务不再提供现金预支。

差旅费用的报销必须严格依照公司差旅费用报销标准执行;●出差回来后,须在 1周内整理出差单据,填写“ 差旅费用报销单 ”;如 有超过原申请预算、超标准支出的情况,必须在报销单上填写详细说 明原因;如果实际差旅费少于预支费用,需要及时退回财务部门;●报销单经复核、批准后方可获得报销;超《申请计划》表中预算、超标准支出的费用必须得到地区 Director 或总 经理批准方可以报销;4 ●操作流程 : 见《公司差旅报销标准及流程》。

二、关于公司费用 /支出项目的说明:

1、对于依照既往已经签订的合同、或得到批准的项目 /计划等, 所需要的费用 /支出的支付, 如果支付申请未超过原合同、项目 /计划, 则财务部门可以直接支付;否则需要重新履行 审批程序;

2、公司 IT 资产(包括固定资产和一般资产的采购,需要得到总部 IT 部门的批准;

3、所有资产采购项目都必须填写 《资产购置申请计划》 , 对于没有此计划的任何支付申请, 财务部门都将拒绝支付;

4、公司费用 /支出项目,都应当由当地财务 /后勤人员负责申请和处理;

三、关于公司对于收支集中化管理的说明:

1、收款

●公司在全国仅有一个银行收款账户 – 在上海指定银行开立;其它任何公司开立的 银行账户、各地分支机构的银行账户都不得用于收取业务款项;●除上海地区的客户可以使用支票外, 对其他客户只能接受直接汇款至我司的收款账 户;

2、付款

●全国付款集中于上海处理;●全国员工的工资由上海直接支付至其工资账户;●全国员工的费用报销由上海直接支付其工资账户;●各地的公司费用 /支出原则上也必须在上海通过 Web Bank统一支付;●各地可以保留 10,000元以下的日常现金余额, 但在支付时必须得到总部财务经理的 批准;附注: 除区域总监、总部部门经理及全国财务人员需要全面掌握此政策之全文外, 为了便于各地 员工实务操作,特在内部 FTP 网站上的 FinanceFin PolicyReimbursement上放置了简化 操作文本,敬请阅读!5

**第三篇：ERP完善海尔现代物流体系 2024**

ERP完善海尔现代物流体系 2024-12-12

【来源：网络世界】

海尔集团成立于1984年，经过多年的励精图治，已经由一家濒临破产的小厂成长为全球家电企业十强。2024年海尔的全球营业额达406亿元，实现出口创汇2.8亿美元。目前，海尔的产品通过全球3万8千多个营销网点销往世界上160多个国家和地区。在供应方面，海尔的供应商为978家，其中不乏世界500强企业，如GE、爱默生和巴斯夫等。目前，海尔平均每个月接到6000多个销售订单，定制7000多种产品，需要采购的物料品种达15万余种。

目前，如何有效地利用外部资源和提高物流效率已经成为海尔物流面临的最大课题。为了与国际接轨，海尔请来了世界上一流的企业“管家”——德国SAP公司帮助其打造现代物流管理软件系统。

基于协同电子商务的物流体系

在海尔项目中，摆在SAP面前的是一个庞大的系统集合，其中物流本部负责整个集团原材料的集中采购、原材料和成品的仓储和配送；产品本部负责整个集团的生产，下设19个事业部分别生产不同的产品；商流和海外推广本部分别负责国内和国外的产品销售；资金流本部负责整个集团的财务；规划中心负责整个集团发展战略（包括IT）的规划以及集团项目的审批。

经过充分调查，SAP找出海尔项目的最大瓶颈在物料管理和原材料采购等方面。因此，根据海尔的实际情况，SAP先与其合作伙伴EDS为海尔物流本部完成了家用空调事业部MM（物料管理）模块和WM（物流立体仓库）模块的硬件实施。

为了保证整体项目的成功和顺畅运行，SAP在充分听取了海尔的运行意见并考察了海尔的实际情况后，于2024年3月开始为海尔设计实施基于协同电子解决方案的BBP（原材料网上采购系统）项目。经过双方7个月的艰苦工作，海尔项目已经初具规模，并于10月11日使R/3系统下的MM、PP（生产计划模块）、FI（财务会计模块）和BBP正式上线运营。至此，海尔的后台ERP系统已经覆盖了整个集团原材料的集中采购、原材料库存及立体仓库的管理、19个事业部PP模块中的生产计划、事业部生产线上工位的原材料配送、事业部成品下线的原材料消耗倒冲以及物流本部零部件采购公司的财务等业务，构建了海尔集团的内部供应链。海尔通过BBP系统的上线，建立了与供应商之间基于因特网的业务和信息协同平台。该平台的意义在于通过它的业务协同功能，不仅可以通过因特网进行招投标，而且可以通过因特网将所有与供应商相关的物流管理业务信息，如采购计划、采购订单、库存信息、供应商供货清单、配额以及采购价格和计划交货时间等发布给供应商，使供应商可以足不出户就全面了解与自己相关的物流管理信息（根据采购计划备货，根据采购订单送货等等）。对于非业务信息的协同，SAP使用构架于BBP采购平台上的信息中心为海尔与供应商之间进行沟通交互和反馈提供集成环境。信息中心利用浏览器和互联网作为中介整合了海尔过去通过纸张、传真、电话和电子邮件等手段才能完成的信息交互方式，实现了非业务数据的集中存储和网上发布。

“一流三网”与“三个零”

2024年3月31日，坐落在海尔开发区工业园的海尔国际物流中心正式启用。该物流中心高22米，拥有18056个标准托盘位和原材料、产成品两个自动化物流系统，它采用了由世界上最先进的激光导引技术开发的激光导引无人运输车系统、巷道堆垛机、机器人、穿梭车等，全部实现了现代物流的自动化和智能化。至此，海尔的资源管理项目第一阶段的工程已经完成。海尔特色物流管理的“一流三网”充分体现了现代物流的特征：“一流”是以订单信息流为中心；“三网”分别是全球供应链资源网络、全球用户资源网络和计算机信息网络，“三网”同步运动，为订单信息流的增值提供支持。

对海尔来讲，物流帮助海尔实现了三个零的目标和能够在市场竞争取胜的核心竞争力。这里提到的“三个零”就是零库存、零距离、零营运资本。

零库存即三个JIT（Just In Time，即时），JIT采购、JIT配送和JIT分拨物流。现在海尔的仓库已经不叫仓库了，它只是一个配送中心，是为了下道工序配送而暂存的一个地方。由于物流技术和计算机信息管理的支持，海尔物流通过3个JIT实现同步流程。目前通过海尔的BBP采购平台，所有的供应商均在网上接受订单，并通过网上查询计划与库存，及时补货，实现JIT采购；货物入库后，物流部门可根据次日的生产计划利用ERP信息系统进行配料，同时根据看板管理4小时送料到工位，实现JIT配送；生产部门按照B2B、B2C订单的需求完成订单以后，满足用户个性化需求的定制产品通过海尔全球配送网络送达用户手中。目前海尔在中心城市实现8小时配送到位，区域内24小时配送到位，全国平均4.5天到位。零距离就是根据用户的需求，拿到用户的订单，再以最快的速度满足用户的需求。现在海尔的生产过程和生产线，都是为订单来进行生产的。海尔在全国有42个配送中心。这些配送中心可以及时地配送到用户手里去。零距离对企业来讲，不仅仅是意味着产品不需要积压，赶快到用户手中，它还赋予海尔不断获取新的市场，创造新市场的能力。零营运资本，就是零流动资金占用。简单地说，在给分供方付款期到来之前，海尔就可以先把用户的应付货款收回来。其原因在于海尔根据用户的订单来制造，可以做到现款现货。

据海尔相关业务部门的最新统计，海尔集团通过流程整合的运营就获得了非常可观的经济效益：采购成本大幅度降低；仓储面积减少一半，库存资金周转日期从30天降低到12天；截止到2024年，海尔网上交易额达亿元，从而成为中国最大的电子商务公司。

点评

毋庸置疑，海尔凭借其现代物流同步模式已经成为中国物流管理的先行者。有人说“ERP工程是一把手工程”，ERP在海尔的成功实施正说明了这一点。

海尔集团首席执行官张瑞敏将建立物流体系作为获得企业核心竞争力的重要手段。他认为，现代企业运作的驱动力只有一个：订单。没有订单，现代企业就不可能运作。要实现这个订单，就意味着靠订单去采购，为订单去制造，为订单去销售，而支持这一切的最重要的一个流程就是物流。从企业外部来看，全球企业都在搞现代物流，没有现代物流，就没法同国际化的大企业对话。物流可以使海尔寻求和获得核心竞争力。一只手抓住了用户的需求，另一只手抓住了可以满足用户需求的全球的供应链，把这两种能力结合在一起，这就是企业的核心竞争力。海尔的目标就是要获得有能力进行全球竞争的核心竞争力，最终成为一个真正的世界500强的国际化企业。

对海尔来讲，供应链管理、客户关系管理、在线销售以及目录维护仅是目前这一阶段的目标。据悉，海尔下一阶段的目标是新兴商品开发、协作应用和海尔合作伙伴的关系以及内部人力资源管理。再下一阶段，将完成财务上的整合。最后，实施整个电子交易市场。

**第四篇：海尔开放创新体系(海尔梳理资料)**

海尔开放创新体系——持续创新的生态系统

智慧生态圈需要一流的解决方案，一流的解决方案需要开放的创新体系来支撑。

海尔在全球建成美国、欧洲、日本、澳洲、中国五大研发中心，每个研发中心都延伸出众多的触角，形成遍布全球的创新资源网络；同时海尔建立开放的HOPE（Haier Open

Partnership

Ecosystem）线上平台，全球的用户和资源在平台上零距离交互，持续产出创新的解决方案。通过线上HOPE平台对接交互、冒出创新，线下创新资源网络迅速落地转化，海尔确保了指数科技产品的持续快速诞生、升级、迭代。

一、为什么要开放式创新？

“用户个性化”倒逼开放式创新。互联网时代，信息获取越来越简单，用户非常容易获取到完美详尽的产品信息，同时随着互联网原住民的成长，用户的需求变为个性化、碎片化，个性化定制产品的呼声也越来越高。因此企业必须改变传统的创新方式，为了满足用户的个性化需求，需要和用户、一流资源一起创新。

“产品创新加速”倒逼开放式创新。正如《大爆炸式创新》一书中所描述的，技术的指数级发展和产品的快速迭代改变了原有的创新方式。创新产品以迅雷不及掩耳之势不断冒出，倒逼企业缩短产品研发周期，持续迭代产品，提升用户体验，只有利用全世界聪明人的智慧才能做到。

“产业颠覆”倒逼开放式创新。互联网时代，各个行业都受到互联网的冲击，颠覆式创新无处不在。企业的颠覆往往出现在“意料之外”，又在“意料之中”，封闭系统注定消亡。只有变成开放的平台，建立开放的创新生态系统，才能持续创新，涅槃重生。

二、海尔的开放式创新有什么不同？

1、海尔开放创新的基本理念

海尔开放创新的基本理念是“世界就是我们的研发中心”，其本质是全球用户、创客和创新资源的零距离交互，持续创新。

2、海尔开放创新的目标

建立全球资源和用户参与的创新生态系统，持续产出指数科技产品。

三、海尔的全球开放创新生态系统

海尔建立了以全球五大研发中心和HOPE开放式创新平台为载体，线上线下互动融合的开放创新生态系统。

1、海尔全球五大研发中心

目前，海尔布局了中国、美国、亚洲、欧洲、澳洲五大研发中心，通过内部1150名接口人，紧密对接10万多家一流资源、120多万名科学家和工程师，组成一流资源的创新生态圈。这样，每个研发中心都是一个连接器和放大器，可以和当地的创新伙伴合作，形成了一个遍布全球的网络。

五大研发中心拥有全球顶尖的硬件研发实力：

 面积全球最大的产品测试和用户体验中心——超过10万平方米，；  覆盖领域最全的联合实验室——6大类近50个专业技术领域；  行业最具影响力的创新创业基地——中组部授权海尔“海外高层次人才创新创业基地”，吸纳近200位专家；

 创新产品行业最多——具备14大类、数百种不同类别产品的全流程研发能力，每年推出上千款新产品。

2、海尔开放式创新平台HOPE（Haier Open Partnership Ecosystem）

海尔开放创新平台（hope.haier.com）称之为HOPE（Haier Open Partnership Ecosystem）平台，是海尔与全球伙伴交互创新需求、寻求优秀解决方案的网络平 台，通过与全球伙伴知识共享、资源共享、建立专业领域的个人圈子，打造全球创新交互的社区。

HOPE平台定位：

全球最大的迭代引领并联生态圈平台。

HOPE平台模式：

交互开放创新的研发模式，打破了原来单向的研发模式，即企业研发产品卖给消费者，或者从用户的需求和创意获取后，再由企业研发产品卖给消费者。而海尔采用全流程交互的创新研发模式，将用户和资源吸引到HOPE平台上，让用户和资源参与深度的交互，交互出来的产品再去转化、销售，即真正的让用户和资源都参与产品研发过程的并联研发模式。

3）HOPE平台生态：

HOPE平台彻底打破了用户和资源之间的阻隔，目前已经成为中国最大的创新开放社区，也是亚洲最大的创新资源配置平台。现在这个开放创新平台面向全球，建立了超过200万家一流资源的资源网络，超过10万家资源在平台注册，每月交互产生创意超过500个，每年成功孵化创新项目超过200个。

在该平台上形成了空气生态圈，美食生态圈，洗护生态圈，用水生态圈，健康生态圈等7大生态圈，通过用户与合作伙伴之间的交互持续不断产生引领的创新成果和颠覆的用户体验。

在这个平台上，不同的创新机构互相吸引，协同创新。有麻省理工、斯坦福等顶尖大学，有中科院、德国弗莱恩霍夫协会等顶尖的创新机构，有新创的小型技术公司，也有老牌的创新企业，甚至包括很多互联网企业，所有人为了创造美好的用户体验共同努力。

HOPE平台自身使用了大数据、深度学习等智能技术，大大提升了资源配置效

率。平台后台数据可以根据全球技术热力图和用户需求（痛点）图进行叠加匹配，迅速识别出用户的痛点在全球有哪些资源能够满足他的需求，然后把这些方案反馈回来，用创意方案跟用户去交互创新。

4）、HOPE平台的构建——三大版块、五大能力

HOPE平台上分三大板块：社区交互、创意转化和技术匹配。

社区交互：通过社区的运营，平台吸引了大批用户参与各种活动的交互，积累了用户流量以后，通过后台的数据分析与整理，能够全面了解用户使用家电过程中，对各种电器产品的需求，再加工整理，快速转化成产品规划。同时，大用户流量，也能够为创意验证提供阵地和可靠的用户验证基础。

技术匹配：目前HOPE平台已经注册了10+万技术资源，而且每个技术资源都是带着技术方案上平台的，这些技术方案结构化的数据为大数据匹配提供良好的数据基础，任何的用户需求提到平台后，通过后台的大数据匹配，都能能够快速精准的匹配到合适的解决方案，这使海尔快速推出满足用户需求的新产品。

创意转化：HOPE平台上已经拥有了大量的用户需求信息和技术方案信息，再将这两者进行加工整理，就形成多种可行性产品方案，再加上海尔的六大转化基金的支撑，不断推出满足需求的产品并进行产品的迭代创新。

通过以上的三大板块，HOPE平台构建了五大核心能力，并由此支撑平台快速发展，实现快速的创新和颠覆。

能力1：捕捉最新的行业技术动态。除了HOPE平台大数据爬虫系统之外，HOPE平台有专家分析团队，能够对最新科技情报进行系统的分析，第一时间推送趋势分析，为小微提供决策支持。

能力2：建立专业的交互圈子。在家庭生活相关的各类技术领域，HOPE平台都聚集着几十乃至数百个一流专家，这些专家都在线与用户和资源方交互，从而打造出来一个个的细分技术领域交互的圈子，每一个圈子都是解决一类技术问题的子生态圈。

能力3：持续产出各类颠覆性创意并孵化。平台上的发烧友用户和技术大咖不断交互出各种创意。参与创意交互的用户或者资源，都能够获得未来上市产品收益的分享。

能力4：快速精准匹配全流程资源。HOPE强大的搜索匹配引擎，能够快速将后台资源库、方案库、需求库、创意库进行配对，匹配精准度高达70%。

能力5：创意转化全流程支持。海尔为创客提供从创意的提出、交互、孵化，到产业化、营销等全产业链条上的支持。

3、海尔通过各种分享机制和创新伙伴分享市场价值。

——共建专利池。海尔已与DOW、利兹大学等共建专利池，共同纳入的专利数量达到100件以上，联合运营获取专利授权收入。迄今海尔已经和合作伙伴共建了7个专利池，其中2个专利池上升为国家标准。

——模块商参与前端设计，超利分享。

E公司是一家专注于制冷解决方案的公司，凭借优秀的设计能力，和海尔一起开发出极受用户欢迎的产品，成功成为海尔供应商。这种模式比传统的模式提高整体产品研发效率的30%，新产品开发时间缩短70%。目前已有超过50%的模块商参与到前端研发过程中，未来海尔所有供应商将全部参与到产品前端研发过程，实现全流程的交互研发。

——投资孵化。美国某大学孵化出的C公司，拥有固态制冷技术模块顶尖技术，并且处于孵化融资阶段。海尔参与该公司前期孵化，融资，及技术的产业化，成功孵化出全球首款真正静音的固态制冷酒柜。

——联合实验室，成果分享。海尔与D公司、L公司等成立技术研发联合实验室，双方共同投入基本的运营费用，从各个领域实现技术的开放性，实现双方技术的交互与应用共享，技术研发的成果双方共同拥有，产品上市后价值分享。

——成为供应商伙伴获取收益。具备交互用户、模块化设计、模块化检测、模块化供货四个能力的资源，可享有优先供货权，即优先保障享有70-100%的供货配额。同时享有6-12个月的反超期。例如S公司参与天樽空调研发，参与前端模块研发，同时具备供货能力，在量产后直接享受80%的模块供货配额。

除了以上的分享模式，海尔还通过市场量对赌分享、共同孵化等多种合作模

式，与创新合作伙伴共创共赢。

四、对用户的价值

技术供方：零距离接触全球技术需求方，快速对接，实现技术商业化；

技术需方：通过平台可实现新技术全方位搜寻，找到最合适的技术提供方；

设计师：接触全球最领先的技术前沿信息。通过方案展示，最方便的让自己的设计方

案找到买家；

用户：参与各类前沿项目的全流程研发，分享知识，认识志同道合的朋友。

**第五篇：海尔**

海尔集团简介

海尔集团创立于1984年，创业26年来，坚持创业和创新精神创世界名牌，已经从一家濒临倒闭的集体小厂发展成为全球拥有7万多名员工、2024年营业额1357亿元的全球化集团公司。海尔已跃升为全球白色家电第一品牌，并被美国《新闻周刊》（Newsweek）网站评为全球十大创新公司。

海尔要创造互联网时代的世界名牌。互联网时代世界名牌的特点是能快速满足用户的个性化需求，企业需要大规模定制而非大规模制造。海尔抓住互联网的机遇解决这一挑战，积极探索实践“人单合一双赢模式”，通过“倒三角”的组织创新和“端到端”的自主经营体建设，实现从“卖产品”到“卖服务”的转型，创造出差异化的、可持续的竞争优势。

引领潮流的研发优势——海尔累计申请专利1万多项，居中国家电企业榜首，并率先实现国际标准的零突破。海尔累计已经参与了61项国际标准的起草，其中27项标准已经发布实施。海尔通过标准输出，带动整个产业链的出口。

零距离下的虚实网融合——海尔在国内市场有强大的市场营销网络优势，并与互联网进行充分的融合，以“零距离下的虚实网融合”创出第一时间满足用户第一需求的竞争力。“虚网”指互联网，通过网络社区形成用户黏度；“实网”指营销网、物流网、服务网，第一时间送达用户满意。因此许多世界名牌将他们在中国的销售全部或部分委托给海尔；海尔也通过他们在国外的渠道销售海尔产品，形成了资源互换，加快了海尔进军世界市场的步伐。

零库存下的“即需即供”——改变传统企业以产品为中心的发展模式，实施以用户为中心的即需即供大规模定制，实现了“零库存”和“零应收”。在流动资金零贷款的基础上，海尔CCC（现金周转天数）达到负的10天。

在未来发展中，海尔紧扣住物联网时代的需求，将U-Home（智能家居）集成作为重点，掌控专利标准的话语权，进一步发展全球营销网络创造更多的用户资源。同时，以“三位一体”的本土化模式整合全球研发、制造、营销资源，创造全球化品牌。

海尔在发展的同时积极履行社会责任，援建了128所希望小学和1所希望中学，制作了212集儿童科教动画片《海尔兄弟》。海尔是2024年北京奥运会全球唯一白色家电赞助商。

集团品牌 海尔 卡萨帝 统帅

集团战略 企业文化 发展历程 海尔荣誉 海尔在全球 海尔在美洲 海尔在欧洲 海尔在中东非 海尔在东亚&东南亚 海尔在澳洲 海尔在南亚 海尔在中国 新闻动态 集团信息 市场动态 获奖认证

媒体专家关注 展会信息 社会责任 其它

您目前在：首页 > 关于海尔 > CEO介绍 > CEO简介 CEO简介

张瑞敏，山东莱州人，高级经济师，中国科技大学工商管理硕士，现任海尔集团党委书记、董事局主席、首席执行官。张瑞敏是海尔集团创始人，十六、十七届中共中央候补委员。张瑞敏，山东莱州人，高级经济师，中国科技大学工商管理硕士，现任海尔集团党委书记、董事局主席、首席执行官。张瑞敏是海尔集团创始人，十六、十七届中共中央候补委员。1984年，张瑞敏出任海尔的前身——青岛电冰箱总厂厂长，拉开了海尔创业的序幕。在26年的创业发展历程中，张瑞敏以创新的企业家精神和顺应时代潮流的超前战略决策带领海尔从一个亏空147万元的集体小厂发展成为全球营业额1357亿元（2024年）的全球化企业。据欧睿国际（Euromonitor）统计，海尔蝉联全球白色家电第一品牌。海尔品牌价值连续十年位居中国最有价值品牌榜首。

张瑞敏确立的名牌战略指导思想贯穿海尔发展历程，在每一个不同的发展阶段，海尔都抓住时代机遇进行战略创新。上世纪八十年代，海尔抓住改革开放的机遇，实施名牌战略，通过“砸冰箱”事件砸醒员工质量意识，创出冰箱名牌；九十年代，海尔抓住兼并重组的机遇，实施多元化战略，通过OEC管理模式和企业文化的输出，创造“海尔文化激活休克鱼”的经典案例，从一个冰箱名牌拓展至家电领域的名牌群；进入二十一世纪，海尔抓住全球市场一体化的机遇，实施国际化战略，没有依赖国内低成本的优势单纯出口创汇，而是到海外设厂本土化发展，建立“本土化研发、本土化制造、本土化营销”三位一体的体系创造海外用户的需求，创出海尔的国际化名牌；互联网时代，海尔抓住网络时代需求个性化、营销碎片化的机遇，实施全球化品牌战略，通过企业和商业模式的两个转型，即从卖产品到服务、从传统发展模式到人单合一双赢模式的转型，创造互联网时代的全球化品牌。

海尔持续创新不断壮大的过程中，张瑞敏确立的以创新为核心价值观的企业文化发挥了重要作用。在管理实践中，张瑞敏将中国传统文化精髓与西方现代管理思想融会贯通，“兼收并蓄、创新发展、自成一家”，从“日事日毕、日清日高”的OEC管理模式，到每个人都面向市场的“市场链”管理，张瑞敏在管理领域的不断创新赢得全球管理界的关注和高度评价。美国哈佛大学(HARVARD)、欧洲工商管理学院（INSEAD）等发达国家商学院均把海尔管理案例写进教材，海尔的管理探索越来越成为世界的财富。在互联网时代，张瑞敏的管理思维再次突破传统西方管理的桎梏，提出并在海尔实践网络时代创造顾客的商业模式——人单合一双赢模式，通过“倒三角”的组织创新和“端到端”的自主经营体建设，实践“我的用户我创造、我的增值我分享”理念，让每个员工成为自己的CEO。西方管理理论界、学术界和实践领域对张瑞敏在管理理论和实践方面的突破给予高度认可。沃顿商学院、美国管理会计师协会等机构的学者和实践者甚至亲自参与到海尔的管理探索中。

在带领海尔持续健康发展的同时，张瑞敏始终高度重视企业社会责任的践行，积极投身教育、慈善等社会公益事业，真情回馈社会，致力于环境友好，谋求可持续发展。张瑞敏以其创造全球化海尔品牌和创新管理模式的卓著成就赢得世界性的广泛赞誉。张瑞敏主要荣誉： 英国《金融时报》“全球30位最具声望的企业家”（1999）中共中央“全国优秀共产党员”（2024）

世界性慈善组织国际联合劝募协会“全球杰出企业领袖”（2024）美国《财富》杂志“亚洲25位最具影响力的商界领袖”（2024）英国《金融时报》“全球50位最受尊敬的商业领袖”（2024）共青团中央“希望工程20年特殊贡献奖”（2024）美国《商业周刊》“中国最具影响力40人”（2024）美国《财富》（中文版）“中国最具影响力商界领袖”（2024）全球政商领袖基金会“睿智领袖精英奖”（集团品牌品牌介绍 海尔

海尔秉承锐意进取的海尔文化，不拘泥于现有的家电行业的产品与服务形式，在工作中不断求新求变，积极拓展业务新领域，开辟现代生活解决方案的新思路、新技术、新产品、新服务，引领现代生活方式的新潮流，以创新独到的方式全面优化生活和环境质量。海尔将秉持一贯的社会责任意识，在创意、制造、服务、物流、回收等环节坚持践行绿色理念，积极引领消费者、合作伙伴乃至各行各业共同承担对环境的保护与关爱„„ 卡萨帝 卡萨帝的品牌定位为“创艺家电、格调生活”。旨在诠释卡萨帝“传承意大利的艺术传统，依托全球设计和制造资源，以富含人文关怀的艺术家电和嵌入一体化橱电产品，携手热爱生活的精英人群，共同打造格调生活”的品牌内涵。卡萨帝Casarte名字的灵感源于意大利。家，是卡萨帝恒古不变的核心；艺术，作为一种传承，是卡萨帝的传统。以对生活本源的至真追求及对家居艺术的至诚执着作为卡萨帝品牌的基石理念„„ 统帅

统帅电器是海尔集团旗下的家电品牌，是海尔在互联网时代的定制家电品牌。消费者才是统帅产品的“设计者”，统帅产品是完全按照消费者需求进行生产的产品。“实用主义”是统帅家电产品秉承的设计理念。统帅品牌家电在产品设计研发前均会在全球范围内进行最广泛的市场调研，通过对消费者的需求结构进行细分分析，均是根据消费特定需求研制的，因此其部分实用

名牌战略发展阶段（1984—1991）：要么不干，要干就干第一

上个世纪八十年代，正值改革开放初期，很多企业引进国外先进的电冰箱技术和设备，包括海尔。那时，家电供不应求，很多企业努力上规模，只注重产量而不注重质量。海尔没有盲目上产量，而是严抓质量，实施全面质量管理，提出了“要么不干，要干就干第一”。当家电市场供大于求时，海尔凭借差异化的质量赢得竞争优势。这一阶段，海尔专心致志做冰箱，在管理、技术、人才、资金、企业文化方面有了可以移植的模式。多元化战略发展阶段（1991—1998）：海尔文化激活“休克鱼”

上个世纪九十年代，国家政策鼓励企业兼并重组，一些企业兼并重组后无法持续下去，或认为应做专业化而不应进行多元化。海尔的创新是以“海尔文化激活休克鱼”思路先后兼并了国内十八家企业，使企业在多元化经营与规模扩张方面，进入了一个更广阔的发展空间。当时，家电市场竞争激烈，质量已经成为用户的基本需求。海尔在国内率先推出星级服务体系，当家电企业纷纷打价格战时，海尔凭借差异化的服务赢得竞争优势。这一阶段，海尔开始实行OEC（Overall Every Control and Clear）管理法，即每人每天对每件事进行全方位的控制和清理，目的是“日事日毕，日清日高”。这一管理法也成为海尔创新的基石。国际化战略发展阶段（1998—2024）：走出国门，出口创牌 上个世纪九十年代末，中国加入WTO，很多企业响应中央号召走出去，但出去之后非常困难，又退回来继续做订牌。海尔认为走出去不只为创汇，更重要的是创中国自己的品牌。因此海尔提出“走出去、走进去、走上去”的“三步走”战略，以“先难后易”的思路，首先进入发达国家创名牌，再以高屋建瓴之势进入发展中国家，逐渐在海外建立起设计、制造、营销的“三位一体”本土化模式。这一阶段，海尔推行“市场链”管理，以计算机信息系统为基础，以订单信息流为中心，带动物流和资金流的运行，实现业务流程再造。这一管理创新加速了企业内部的信息流通，激励员工使其价值取向与用户需求相一致。全球化品牌战略发展阶段（2024—）：整合全球资源创全球化品牌

互联网时代带来营销的碎片化，传统企业的“生产—库存—销售”模式不能满足用户个性化的需求，企业必须从“以企业为中心卖产品”转变为“以用户为中心卖服务”，即用户驱动的“即需即供”模式。互联网也带来全球经济的一体化，国际化和全球化之间是逻辑递进关系。“国际化”是以企业自身的资源去创造国际品牌，而“全球化”是将全球的资源为我所用，创造本土化主流品牌，是质的不同。因此，海尔整合全球的研发、制造、营销资源，创全球化品牌。这一阶段，海尔探索的互联网时代创造顾客的商业模式就是“人单合一双赢”模式。功能与总体的性价比均是其它品牌无法比拟的

CEO简介 CEO致辞 CEO讲话 集团品牌 海尔 卡萨帝 统帅

集团战略 企业文化 发展历程 海尔荣誉 海尔在全球 海尔在美洲 海尔在欧洲 海尔在中东非

海尔在东亚&东南亚 海尔在澳洲 海尔在南亚 海尔在中国 新闻动态 集团信息 市场动态 获奖认证 媒体专家关注 展会信息 社会责任

其它

您目前在：首页 > 关于海尔 > 企业文化

海尔的核心价值观

海尔创业于1984年，成长在改革开放的时代浪潮中。26年来，海尔始终以创造用户价值为目标，一路创业创新，历经名牌战略、多元化发展战略、国际化战略、全球化品牌战略四个发展阶段，目前已发展为全球白色家电第一品牌。

海尔的愿景和使命是成为行业主导，用户首选的第一竞争力的美好住居生活解决方案服务商。依靠锲而不舍的创新追求，通过建立人单合一双赢的自主经营体模式，成为全球白电行业的规则制定和引领者、由制造业向服务业转型的典范、全球虚实网融合用户零距离的领先者，创造世界级品牌。

“海尔之道”即创新之道，其内涵是：打造产生一流人才的机制和平台，由此持续不断地为客户创造价值，进而形成人单合一的双赢文化。同时，海尔致力于打造基业长青的百年企业，一个企业能走多远，取决于适合企业自己的价值观，这是企业战略落地，抵御诱惑的基石。海尔的核心价值观是：

是非观——以用户为是，以自己为非。发展观——创业精神和创新精神 利益观——人单合一双赢

“永远以用户为是，以自己为非”的是非观是海尔创造用户的动力。

海尔人永远以用户为是，不但要满足用户需求，还要创造用户需求；海尔人永远自以为非，只有自以为非才能不断挑战自我突破自我——实现以变制变、变中求胜。

这两者形成海尔可持续发展的内在基因特征：不因世界改变而改变，顺应时代发展而复制。这一基因加上每个海尔人的“两创”（创业和创新）精神，形成海尔在永远变化的市场上保持竞争优势的核心能力特征：世界变化愈烈，用户变化愈快，传承愈久。创业创新的两创精神是海尔文化不变的基因。

海尔不变的观念基因既是对员工个人发展观的指引，也是对员工价值观的约束。“永远以用户为是，以自己为非”的观念基因要求员工个人具备两创精神。

创业精神即企业家精神，海尔鼓励每个员工都应具有企业家精神，从被经营变为自主经营，成为自己的CEO；

创新精神的本质是创造新的价值。新的价值的创造来源于创造新的用户资源。人单合一双赢的利益观是海尔永续经营的保障。

海尔是所有利益相关者的海尔，主要包括员工、用户、股东。只有员工、用户和股东持续共赢，海尔才有可能实现永续经营。为实现这一目标，海尔不断进行商业模式创新，逐渐形成和完善具有海尔特色的人单合一模式，“人”即具有两创精神的员工；“单”即用户价值。每个员工都在不同的自主经营体中为用户创造价值，从而实现自身价值，企业价值和股东价值自然得到体现。

每个员工通过加入自主经营体与用户建立契约，从被管理到自主管理，从被经营到自主经营，实现“我的用户我创造，我的增值我分享，我的成功我做主”，这是对人性的充分释放。人单合一的自主经营体为每个员工发挥两创精神提供资源和机制的保障，使每个员工都能以自组织的形式主动创新，以变制变，变中求胜。

2024年12月22日 2024年12月22日，“海尔-佛山（三水）市场创新产业园”签约仪式在海尔集团中心大楼举行。广东佛山市委副书记、市长李贻伟，海尔集团首席执行官张瑞敏、总裁杨绵绵等出席了签约仪式。

2024年12月16日 2024年12月16日，美国管理会计师协会，沃顿商学院、意大利博洛尼亚大学等机构的代表相聚北京，共同出席由对外经济贸易大学、海尔集团和美国管理会计师协会发起的“管理会计研究中心”成立仪式。海尔集团首席执行官张瑞敏出席并发表主题演讲。

2024年12月14日 2024年12月14日，海尔集团与沈阳市沈北新区签约，投资建设海尔（沈阳）工业园光电信息产业基地。海尔（沈阳）工业园光电信息产业基地主要以生产led产品为主，一期计划2024年4月开工，2024年底竣工投产。2024年12月03日 2024年12月3日，海尔集团发布送风模块的标准化接口，这是全球白色家电领域内第一个模块的标准化接口，海尔也成为全球白色家电领域第一家做模块化的企业。2024年11月10日 2024年11月10日至12日，欧洲著名管理大师、管理教育家弗雷德蒙德?马利克（fredmund malik）教授来海尔集团，就海尔人单合一双赢的自主经营体创新与首席执行官张瑞敏、总裁杨绵绵进行了探讨交流。马利克教授说：“海尔的自主经营体是一种自治模式。” 2024年11月01日 2024年11月1日，被誉为日本“经营之圣”的稻盛和夫先生来到海尔集团参观访问，海尔集团首席执行官张瑞敏、总裁杨绵绵接待了稻盛和夫先生一行。2024年09月15日 2024年9月15日，海尔集团首席执行官张瑞敏与日本骊住集团董事长兼首席执行官潮田洋一郎在东京签署战略合作框架协议。此举旨在通过整合全球最佳的建材、住宅部品和装修设计资源，提升家居集成模块化设计能力，实现一站式美好住居生活解决方案的跨越式升级。

2024年07月06日 2024年7月6日至13日，长期跟踪研究海尔管理模式的沃顿商学院马歇尔教授和助理教授菲利普对海尔集团进行了理论探究式的管理访谈。访谈话题从自主经营体（zzjyt）的起源、目标、要素、运行原理到自主经营体机制的中国特色、海尔特色，在真知灼见相互碰撞中，海尔zzjyt机制的本质得以体系化的展现。

2024年06月14日 2024年6月14日至24日，国家副主席习近平正式对孟加拉国、老挝、新西兰和澳大利亚四国进行访问。期间，视察了海尔集团在新西兰的战略合作伙伴fpa(斐雪派克电器公司)，海尔集团董事局副主席武克松和fpa董事局主席兰夫?沃特斯（ralph waters）陪同习副主席进行了参观，并简要汇报了双方的战略合作。

2024年05月27日 2024年5月27日，海尔集团与挪威领先的环保技术供应商framtech在上海正式签署节能环保协议，全面引入全球领先的绿色科技。2024年04月30日 2024年4月30日，中共中央政治局常委、中央纪律检查委员会书记贺国强视察上海世博会山东馆。中央书记处书记、中央纪律检查委员会第一副书记何勇陪同视察。在物联互动台前，贺国强书记饶有兴趣地体验了海尔物联网家电。

2024年04月23日 2024年4月23日，由海尔u-home牵头、e家佳联盟主导提报的国际标准项目《家庭多媒体网关通用要求》正式成为iec国际标准。这是中国在iec tc100家庭网络领域通过的第一个国际标准，标志着中国在iec的家庭网络领域有了第一个由我国主导的国际标准。该标准的出台对于推动物联网在数字家庭领域的应用具有重要意义。2024年04月14日 2024年4月14日，青海省玉树县发生7.1级地震。4月20日晚，中央电视台举行《情系玉树

大爱无疆——抗震救灾大型募捐活动特别节目》，节目现场，海尔集团向青海玉树地震灾区捐款1200万元。4月21日，海尔集团降半旗，全体员工深切哀悼青海玉树大地震罹难同胞。2024年04月01日 2024年4月号的《中欧商业评论》以《张瑞敏、胡泳的最新碰撞：海尔的头等挑战》为题，报道了海尔的企业转型与商业模式转型的创新探索。该期《中欧商业评论》在封面上对文章进行了重点推荐。文章的作者是著名财经作家、北京大学胡泳教授。胡泳教授说：海尔当前的头等挑战是打造有竞争力的商业模式。在报道海尔的“人单合一双赢”模式时，他认为“海尔的‘无为而治’开始有了一点感觉”。《中欧商业评论》是中国第一本真正意义上的商业评论杂志，为中国企业提供行之有效的管理方案，读者面向中国最有影响力和最富足的人群。

2024年03月27日 2024年3月27日，海尔集团与山东省上海世博会参展工作领导小组办公室在上海签署战略合作协议，正式成为上海世博会山东馆的合作伙伴。之后，美国海尔、欧洲海尔、澳洲海尔贸易公司陆续赞助了美国馆、意大利馆、新西兰馆。通过上海世博会，海尔将当今全球领先的“创新、智慧、环保”的美好生活体验带给全球消费者。2024年03月10日 2024年3月，国际权威工业设计大奖——2024德国“红点”设计大奖公布获奖名单，海尔集团共有5项产品获奖。其中，“简爱7”笔记本、m系列空调柜机、fiwoo空调挂机获得“红点”设计奖；qha93燃气灶、i wash洗衣机获得“红点”荣誉提名奖。这是海尔集团连续第五年获得此项荣誉。德国“红点奖”是全球最具声望的工业设计奖项，与德国“if奖”、美国“idea奖”并称为世界三大设计大奖，被称为工业设计界的“奥斯卡”。

2024年03月05日 2024年3月5日上午，第十一届全国人民代表大会第三次会议在北京人民大会堂开幕。海尔集团总裁杨绵绵作为全国人民代表大会代表参加了此次会议，听取了国务院总理温家宝所作的《政府工作报告》，并以人大代表的身份在“两会”上提交议案，关注国计民生。这是杨绵绵总裁连续第五届作为全国人大代表参加“两会”。3月5日下午，山东代表团集体审议了温家宝总理所作的《政府工作报告》，杨绵绵总裁与代表们一同审议。2024年01月30日 2024年1月，海尔集团被科技部批准成为全国首家创新方法试点企业，这是科技部、发改委、教育部、中国科协联合推进的创新方法专项工作首次在企业进行试点，获准的试点企业仅有海尔集团和大唐集团两家公司。这是国家对海尔集团一直坚持创新的肯定。

2024年01月26日 2024年1月26日，海尔集团和惠普公司在青岛签署战略合作协议。合作后，惠普将借助海尔日日顺的营销网络，向中国农村市场用户提供高品质产品方案和快捷的服务。海尔集团首席执行官张瑞敏与惠普全球执行副总裁兼惠普信息产品集团总裁托德?布拉德利先生进行了会晤。会谈中，张瑞敏首席执2024年12月17日 2024年12月17日，海尔集团和青岛市残疾儿童医疗康复基金会300万元“海尔爱心专项基金”签约仪式在青岛市儿童医院举行，专项基金每年的8万元利息用于改善病房环境，帮助家庭贫困的病残儿童更好地接受治疗，获得康复。“海尔爱心专项基金”的前身是成立于1999年的“300万海尔爱心救助基金”，十年来，海尔集团向基金会捐款救助了231名家庭贫困的危重病儿。

2024年11月19日 2024年11月19日是管理大师彼得?德鲁克诞辰一百周年纪念日，11月出版的《哈佛商业评论》全球11个语言版本同步推出纪念德鲁克专辑，在全球邀请五位和德鲁克有较深渊源的商业领袖和非营利组织领袖回顾德鲁克管理思想对自己的启发，海尔集团首席执行官张瑞敏是其中一位。另外四位是：宝洁公司ceo雷富礼、领导与领导学会主席弗朗西斯?赫塞尔本（女）、著名管理培训机构amana-key奥斯卡?默托缪拉、deita管理咨询公司执行合伙人彼得?帕舍柯。

2024年11月13日 古巴时间2024年11月13日，在古巴首都哈瓦那市国家宾馆举行了“中国（山东）—古巴经贸合作签约仪式”。海尔集团高级副总裁周云杰代表海尔集团与古巴电子集团总裁帕切高等签署了“海尔集团与古巴电子集团、国家电网关于led路灯项目合作协议书”，根据协议内容，海尔集团向古巴捐助海尔品牌高效节能led路灯。山东省委书记姜异康、古巴外贸部投资部副部长迪亚兹等出席仪式。这次在古巴实施的路灯节能示范项目，不仅有助于推动古巴的“能源革命”，也意味着海尔集团在全球推行绿色理念的进一步实践。2024年10月31日 2024年10月31日－11月2日，由著名财经杂志《中外管理》主办的“第18届中外管理官产学恳谈会”在北京举行。11月2日，海尔集团首席执行官张瑞敏和日本“经营之圣”、日本京瓷公司创始人稻盛和夫同台演讲、对话，为800多位参会者献上企业管理的盛宴，成为大会的最大亮点。

2024年10月01日 2024年10月1日，新中国成立60周年庆典在北京举行，海尔集团首席执行官张瑞敏、总裁杨绵绵和海尔青岛洗衣机事业部员工李子全应邀参加国庆观礼——现场观看阅兵等庆祝活动。其中，张瑞敏首席执行官由全国总工会邀请；杨绵绵总裁由全国妇联邀请；李子全由国家人力资源和社会保障部邀请，是山东省唯一进京参加国庆观礼活动的全国优秀农民工代表。2024年09月15日 2024年9月15日－18日，中国共产党第十七届中央委员会第四次全体会议在北京召开。中国共产党第十七届中央委员会候补委员、海尔集团党委书记张瑞敏出席会议。

2024年08月29日 海尔绿城全运村是新中国史上第一座全运村，是海尔地产和绿城集团强强联手，一次性完成并交付78万平方米的大规模优质工程，为十一届全运会的运动员和媒体记者提供优质的食宿服务。

2024年08月25日 2024年8月25日，在四川省北川县海尔陈家坝中学新校址上，由青岛市政府捐建，海尔集团出资1000万援建的海尔陈家坝中学正式落成并投入使用。这是陈家坝乡的孩子们在地震过去15个月之后，第一次重新踏入学校校园。

2024年08月20日 2024年8月20日，在“跨越海峡的爱心——捐助台湾受灾同胞赈灾晚会”上，海尔集团向台湾同胞捐款200万元人民币。受台风“莫拉克”的影响，台湾同胞遭受了严重的灾害。为了帮助台湾同胞战胜灾害、重建家园，海尔集团向台湾同胞伸出援助之手。2024年07月17日 2024年7月，国家标准委员会发布了2024年第6号（总第146号）中国国家标准批准发布公告，其中由海尔集团牵头制定的gb/t 23777-2024《葡萄酒储藏柜》已通过批准，并于2024年12月1日起开始实施。

2024年07月17日 2024年7月，中宣部向人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中央人民广播电台、中央电视台、科技日报等7家中央级媒体下发通知，宣传企业大力研发、推广高效节能空调，促进节能减排，履行社会责任，惠及千家万户的情况，海尔集团是中宣部所确定的重点报道典型之一。

2024年06月12日 2024年6月12日，美国宾西法尼亚大学沃顿商学院在北京举行全球校友论坛。海尔集团首席执行官张瑞敏应邀出席论坛，并在开幕式上第一位做主题演讲。沃顿商学院管理与社会学终身教授马歇尔先生说：“海尔人单合一自主经营体，这不是方法，是管理的颠覆！”

2024年05月27日 2024年5月27日，海尔集团对外宣布：投资参与新西兰fisher & paykel（斐雪派克）公司一项股权融资计划，其中包括定向增发、股东配股和补充增发三部分。此计划完成后，海尔集团获得该公司20%的股份，成为该公司新的大股东。2024年05月26日 2024年5月26日，中共中央政治局委员、国务院副总理张德江视察指导海尔集团。海尔集团首席执行官张瑞敏向张德江副总理汇报工作。

2024年05月12日 挪威时间2024年5月12日，国际电工委员会（iec）家用制冷器具的安全标准化分技术委员会（sc61c）会议在挪威召开，海尔作为中国唯一代表参会。会上，海尔提报的4项技术提案获得讨论通过，被列入有关国际标准。截至2024年，海尔共参与了23项国际标准的制定，其中“防电墙”技术等7项国际标准已经发布实施。

2024年05月11日 2024年5月11日，山东省委、省政府在济南召开“山东慈善大会”，海尔集团荣获“最具爱心内资企业奖”。会上，海尔集团宣布出资1亿元设立“海尔慈善基金”，每年将增值部分用于希望工程和其它慈善项目。2024年05月11日 2024年5月11日，“中华骨髓库样品库揭牌仪式”在北京举行。中国红十字总会会长彭佩云、海尔集团总裁杨绵绵参加了揭牌仪式。会上，海尔集团向中华骨髓库样品库捐赠部分-86度超低温冰箱，支持中国红十字事业。2024年04月30日 2024年4月30日，美国海尔工厂建厂十周年。海尔已经由之前以缝隙产品进入美国市场、名不见经传的中国品牌，成长为在美国主流渠道销售产品的本土化品牌。2024年04月29日 2024年4月29日，德国前总理哈特?施罗德一行在青岛市政协主席孙德汉，青岛市委常委、副市长张惠等领导的陪同下，来海尔集团参观访问。海尔集团首席执行官张瑞敏接待了施罗德一行，并陪同施罗德参观海尔中心大楼展厅。施罗德先生在参观时，对张瑞敏首席执行官竖起大拇指：“海尔非常有竞争力，相信海尔会赶上德国的米勒！” 2024年04月20日 2024年4月20日，中共中央政治局常委、国务院总理温家宝在中共中央政治局委员、广东省委书记汪洋、商务部部长陈德铭、商务部副部长钟山等领导陪同下视察了广交会海尔展厅。海尔集团董事局副主席武克松向温总理汇报工作。

2024年04月17日 美国时间2024年4月17日，海尔集团首席执行官张瑞敏与ibm前董事长兼ceo路易斯?郭士纳在美国佛罗里达州进行了会面。张瑞敏首席执行官与郭士纳就企业的战略转型进行了深入探讨。

2024年03月27日 2024年3月27日，“海尔大锤”被中国国家博物馆正式收藏为国家文物。文物命名是：1985年青岛(海尔)电冰箱总厂厂长张瑞敏带头砸毁76台不合格冰箱用的大锤。文物收藏编号为：国博收藏092号。

2024年03月15日 2024年3月15日，中共中央政治局常委、国务院副总理李克强到延安进行工作调研。李克强副总理非常关注“家电下乡”惠农政策在延安革命老区的落实情况，视察了延安市宝塔区姚店镇海尔专卖店。海尔集团高级副总裁周云杰向李克强副总理汇报海尔“家电下乡”的整体推进情况，并介绍了海尔满足当地用户需求的产品解决方案。

2024年03月05日 2024年3月5日，中华人民共和国第十一届全国人民代表大会第二次会议在北京人民大会堂开幕。海尔集团总裁杨绵绵作为全国人民代表大会代表参加了此次会议，并以人大代表的身份在“两会”上提交议案。

2024年02月19日 2024年2月19日，海尔集团高级副总裁周云杰与委内瑞拉轻工业内贸部副部长karlinogranadillo，在委内瑞拉总统府签署了《白色家电技术、标准输出及建立生产基地合作协议》。中央书记处书记、国家副主席习近平、委内瑞拉总统查韦斯出席了签约仪式。本次签约标志着海尔将在委内瑞拉发展白色家电制造业及建立相关产业链的进程中扮演重要角色。

2024年02月19日 2024年2月19日，海尔集团高级副总裁周云杰（前排右）与委内瑞拉轻工业内贸部副部长karlinogranadillo，在委内瑞拉总统府签署了《白色家电技术、标准输出及建立生产基地合作协议》。国家副主席习近平、委内瑞拉总统查韦斯出席了签约仪式。2024年01月10日 2024年1月10日，“海尔集团2024总结表彰暨2024年战略发展方针解读会”在中央研究院召开。海尔集团2024年全球营业额实现1190亿元，利润22.5亿元，利润增幅超过销售收入增幅的两倍。

2024年01月06日 2024年1月6日，中共中央政治局委员、国务院副总理王岐山，在河南省委书记、省人大主任徐光春，河南省委副书记、省长郭庚茂等省市领导的陪同下，到河南新郑市“家电下乡”定点商场——海尔专卖店，对“家电下乡”在农村市场的推进工作进行实地考察。

2024年01月01日 2024年1月1日，中共中央政治局常委、国务院总理温家宝，在山东省委书记、省人大常委会主任姜异康，山东省委副书记、省长姜大明等领导的陪同下，到海尔集团考察。行官和托德?布拉德利先生探讨了如何创新更好地服务农村用户

发展历程 海尔荣誉 海尔在全球 海尔在美洲 海尔在欧洲 海尔在中东非 海尔在东亚&东南亚 海尔在澳洲 海尔在南亚 海尔在中国 新闻动态 集团信息 市场动态 获奖认证 媒体专家关注 展会信息 社会责任 其它

您目前在：首页 > 关于海尔 > 海尔荣誉 海尔荣誉我们的荣誉离不开您对海尔的支持！

2024年11月07日 海尔集团连续十年蝉联国家认定企业技术中心评价排行榜榜首 国家发改委公布了2024年国家认定企业技术中心评价结果，海尔集团凭借在科研专利和自主创新的能力，在729家企业中脱颖而出，位居第一名。这是海尔集团自2024年以来连续第十年夺得全国企业技术中心评价排行榜榜首。2024年11月05日 海尔集团获得“20年创新领航奖”

11月5日，第20届中外管理官产学恳谈会暨《中外管理》杂志创刊20年庆典在北京举行，海尔集团获得由“管理中国”评选的20年特别大奖之“20年创新领航奖”。这个奖的获得是对海尔集团20年来持续创新与变革的肯定。2024年11月02日 海尔集团总裁杨绵绵获上海白玉兰质量贡献奖

10月10月31日至11月2日，第八届上海国际质量研讨会暨国际质量科学院院士论坛在沪举行。经过大会组委会评选，海尔集团总裁杨绵绵、质量科学院院士查尔斯与东京大学教授、院士饭塚悦功等5人凭借长期以来在质量工作上的卓越贡献，荣获上海白玉兰质量贡献奖。2024年10月31日 海尔集团获得全球化市场运营奖

由罗兰贝格公司与《环球企业家》杂志共同发起的、第六届“最具全球竞争力中国公司”评选结果日前揭晓，海尔集团与联想等6家企业成为“全球化市场运营”等单项奖获得者，该评选是首个以全球市场为坐标系、以全球化竞争力为测评维度来评价中国企业国际化成熟度的榜单。海尔在美洲

概述制造基地相关资讯

1999年4月30日，海尔在美国南卡州建立了美国海尔工业园，园区占地700亩，年产能力50万台。2024年正式投产生产家电产品，并通过高质量和个性化设计逐渐打开市场。这意味着第一个“三位一体本土化”的海外海尔的成立，即设计中心在洛杉矶、营销中心在纽约、生产中心在南卡州。

海尔在美国的社会贡献得到当地认可和称赞。为表彰海尔对南卡投资和对当地发展所做的贡献，开姆顿市所在的 Kershaw 县政府将 2024 年的 “ 社区贡献奖 ” 颁发给了海尔； 2024 年，南卡州政府更授予海尔美国工厂 “ 创造就业奖 ”，而且为了支持南卡工厂更好更快的发展，南卡州政府还给予海尔美国工厂优惠的工资税返还待遇，该项目被政府认为是贸易带动投资的典范；市政府无偿将市里的一条大路命名为 “ 海尔大道 ”，这是美国国内第一条以中国企业命名的道路。

2024年3月5日，海尔买下纽约中城格林尼治银行大厦作为北美的总部。对海尔来说这是一个质的飞跃，代表着海尔对美国市场的承诺，即海尔要在美国扎根下去。公司成立的时候，只有13名员工，在市场上销售的产品只有两个品种，4个型号，当年的销售额只有不到3000万美元。至2024年，Haier已发展成为拥有200多名员工，销售12大类，2024多个型号的产品，年复合增长速度达到35%，年销售额接近6亿美元的本土化品牌。

海尔美誉飘香美国市场，自进入美国市场到2024年7月，海尔在美国市场上受到来自各界的表彰和奖项，共计30多个，其中来自南卡州政府的3个，来自社会媒体的共20个，来自经销商的共8个，每一个奖牌都展现了海尔在美国的成长和融入当地消费者心中的进展。海尔在拓展市场份额的同时，也为美国消费者留下了美誉取得了赞誉。设计充分满足消费者的个性化需求，产品线从单一的小冰箱、小冷柜，发展成同主流品牌竞争的庞大产品群，2024年荣获全美产品设计“金锤”奖。2024年7月1日，美国Target连锁店与海尔联合在纽约创下了7小时内销售7000台空调的惊人纪录。这种罕见的热销现象，引起了美国著名家电零售周刊《HFN》的关注，并于7月5日用整版大篇幅深入报道了这次空调造势活动。2024年-2024，海尔品牌空调销量超过130万台，占市场21%的份额，连续三年超过LG成为全美排名第二的空调品牌（仅次于Frigidaire）；

美国《消费者报道》（Consumer Report）杂志，在2024年7月份对空调产品的评测中，对海尔的产品给出了“极优”的评价；“Consumer Report”是美国消费者最为认可的第三方评测杂志，海尔在同国际化的竞争对手同台竞争的舞台上表现突出，共有7个型号列入榜单，1个型号排名榜首，3个型号被Consumer Report评为推荐消费者购买的产品； 2024年CES展上，展会组织者之一“Popular Science”大众科学颁给海尔无尾电视“Product of the future-未来产品奖” ； 2024年《Good Housekeeping》（好管家）杂志，推荐选择海尔洗衣机产品； 2024年海尔冰箱和冷柜成功进入美国家具提升渠道Lowe’s，并开始了全线产品进入的计划，目前，海尔产品已顺利入驻美国排名前10大的连锁集团，并获得 “最佳供货商”、“免检供货商资格”等荣誉。

品牌是海尔海外市场发展的根本，在海尔国际化的最初阶段，集团首席执行官张总就提出出口创牌而非出口创汇的战略要求，坚持创牌的战略，围绕品牌的时代性、国际性和超值性，海尔持续在美国进行营销创新：

自2024年与与美国主流文化的代表NBA的合作以来，海尔美国创新的运用NBA的平台，通过与NBA线上线下全面的合作，利用NBA本身的影响力, 加上NBA球员的明星效应使海尔品牌迅速聚拢了人气。“海尔投篮之星”大赛是每一年NBA全明星周末的重头戏。“海尔精彩回放”是最受球迷欢迎的网络内容。通过4年的活动，海尔美国官网的页面访问量增涨了2128%，美国的品牌知名度提升到了37%。

海尔推行环保、可持续发展的战略。在美国，海尔赞助了美国的国家公园保护联盟，倡导为了现代和下一代人保护公园环境。

海尔美国正在与“好管家”绿色认证的产品汰渍冷水洗产品的合作，共同向美国的消费者提倡绿色，节能的生活方式，继续推广海尔的可持续发展战略。

2024年上海世博会，海尔美国赞助了美国馆，不仅要向中国的消费者展示美国人民的生活，也借世博这一国际盛事，向美国的消费者展示海尔的国际性战略营销思想和品牌理念。配合世博赞助，海尔美国在美国知名的微博网站“Twitter”上开展了“成为海尔博主，赢取世博游”大奖的活动，邀请美国的消费者参与世博，给他们提供超值体验的机会。

海尔空调意大利米兰展（图）2月28日-3月3日，在意大利米兰新国际展览中心举行了国际供暖制冷空调卫生洁具及浴室设备展览会。意大利米兰卫浴博览会是世界上供暖、制冷、卫浴设备及泵阀类产品规模最大的专业盛会之一。海尔空调推出的“聪明风”系列空调，受到了参会年轻消费者的追捧。

概述

欧洲是世界家电业的发祥地，拥有许多世界一流的家电品牌，海尔冰箱技术就是来自德国。自从1990年，海尔首次出口德国2万台冰箱，海尔吹响了向欧洲家电市场进军的号角。

2024年6月19日，海尔集团并购了意大利迈尼盖蒂冰箱工厂，加之海尔在法国里昂和荷兰阿姆斯特丹的设计中心，在意大利米兰的营销中心，海尔在欧洲真正 实现了“三位一体”的本土化经营。海尔不但拥有欧洲的白色家电生产基地，而且具备了参与当地制造商组织并获取信息的条件，从而为实现在欧洲的“三融一创”(即融资、融智、融文化，创世界名牌)奠定了坚实的基础。

2024年3月7日至9日，两年一度的科隆国际家电博览会又一次拉开了帷幕。海尔是该届博览会占地面积最大（1000平方米）的参展企业之一，并推出了满 足欧洲市场需求的58个门类159个规格品种的新产品，特别是首次在欧洲市场亮相的10大门类28个规格品种的太空系列网络家电产品，吸引了众多参展客商 的目光。

海尔凭借高质量产品、个性化设计和速度优势树立起自己的品牌。

2024年，海尔6款冰箱产品率先达到欧洲A+能耗标准，在德、荷、比、卢四国，消费者每购买一台达到A+能耗标准的海尔冰箱，政府就奖励100欧元，海尔品牌竞争力得到大幅提升，销售额三年内增长15倍。

2024年，在伦敦的“英国宾馆酒店用品暨日用消费品展示会”上，海尔的迈克冷柜和个性化酒柜吸引了众多客户。

2024年1月，在英国，海尔冰箱被Ethical Consumer杂志评为最畅销产品；在德国，科隆市政府和亚琛市政府的一次滚筒洗衣机大批量采购招标中，海尔滚筒洗衣机经过多轮竞争，最终击败了众多等 著名国际品牌，赢得了两市市政府的大批量订单。在俄罗斯，莫斯科地铁通道政府采购项目落中，海尔42寸等离子产品以其优异的性价比成功中标。

2024年4月，海尔宇航变频冰箱在意大利维琴查城召开欧洲上市新闻发布会。该款产品在节能和环保两方面的创新突破，给众多家电商留下很深印象，短短三个月成为销速最高的高端产品。

在法国巴黎展上，法国海尔人在向法国客户介绍海尔产品，构成海尔全球化品牌形象的画面里充满了本土化的元素，这是对海尔全球化品牌战略的生动诠释。

2024年8月，海尔集团在德国法兰克福著名的Westhafen（西港）大厦举行了 Haier Day主题展览活动，来自德国、瑞典等北欧国家的主要客商参加了活动。Haier Day活动引起了德国媒体的广泛关注，德国著名电视台WWTV对此做了全面报道。

现场展出了海尔法式对开门冰箱和不用洗衣粉洗衣机等高端产品，有“世界上最理性、专业性最强的消费者”之称的德国消费者在看了不用洗衣粉洗衣机的神奇洗涤 效果后，十分惊讶。一位女士说：“简直难以想象，竟然可以不用洗衣粉就把衣服洗干净！我想知道，这款洗衣机什么时候会在德国上市！” 听完海尔不用洗衣粉洗衣机的功能介绍，经销商们十分惊讶，要现场一睹它的神奇洗涤效果。1993年海尔冰箱登陆中东非市场。2024年，海尔在约旦建立了中东非区域的第一个工业园。工业园的成立，充分利用了约旦与周边的阿拉伯国家之间签订的互免关税协议，海尔在约旦工业园生产的产品得以迅速进入周边的阿拉伯国家。

目前，海尔已在中东非建立了3个制造基地、2个贸易公司。产品进入了尼日利亚、南非、阿联酋、沙特、以色列等30多个国家和地区。为了满足中东消费者对产品的特殊需求，海尔陆续开发出了法式对开门大容积保鲜冰箱、GTM风冷冰箱、“停电100小时不化冻的冷柜”、“热带空调”等产品，广受消费者的青睐。

2024年5月，在非洲，海尔尼日利亚合资工厂成立，完全输入海尔成套家电生产技术工艺，实现了全系列家电的当地化生产。海尔的国际化能力在尼日利亚得到了检验，仅5年内，便雄踞当地第一品牌。2024 年 6 月份，海尔在尼日利亚最大的家电展示厅在经济首都 Lagos 的商业中心维多利亚岛开业，开始了在尼日利亚实施全面提升品牌形象的战略，公司正通过推出更加全面的、差异化的家电产品，进一步提升品牌在尼日利亚消费者中的知名度和美誉度。2024年，在尼日利亚市场，海尔的冰箱和冷柜分别市场份额已经达到33%和55%，继续保持着稳定快速的增长。目前，海尔尼日利亚公司年营业额超过2 亿美元。

2024年3月1日，海尔中东工业园在约旦首都安曼开业。海尔中东工业园总占地面积14万平方米，设计生产能力超过100万台，是中东地区规模最大的家电工业园，海尔中东工业园将为海尔在中东实现当地化的研发、生产、销售“三位一体”做出贡献，它将成为海尔集团在中东运作的一个枢纽。目前，海尔产品已通过约旦工业园进入了周边的叙利亚、黎巴嫩、埃及、巴勒斯坦等国。在约旦成为当地家电品牌的前三名，在叙利亚的波轮机市场份额达到了第一名，滚筒机成为前三名。

2024年，海尔在中东非取得了持续的增长：在突尼斯，海尔实现了翻番增长,一举成为当地第二大空调品牌。据华通明略品牌调研数据，海尔在沙特的品牌知名度达到了59%。海尔突尼斯合资公司HHW的2024全年销售额预计突破3000万第纳尔，约合2100多万美元，比2024年增长约42%。海尔产品的总体市场份额达到约10%，家用空调份额约25%，双桶洗衣机份额约30%，均达到市场份额第一，在海尔集团“走出去、走进去、走上去”三大步战略中，已经处于从走进去到走上去过渡的阶段。

2024年，海尔在中东非市场加快了三位一体的脚步，努力拓展海外当地生产业务。目前正在与伊朗、埃及、南非等国家的实力客户筹措建厂事宜，海尔在中东非的业务将实现质的飞跃 海尔在东亚&东南亚：

凭借优异的品质和不断的创新，海尔已打入世界家电王国——日本和韩国市场，同时在东盟也取得消费者的青睐。目前海尔在日本、韩国、泰国、马来西亚都已建立起自己的销售机构，同时在泰国也拥有一个面向东盟及中东非市场的生产基地。经过近十年的发展，海尔品牌逐渐被当地的消费者所接受和喜爱，市场规模不断扩大，市场美誉也不断提高。2024年10月18日，海尔集团与日本三洋电机株式会社正式就海尔收购三洋电机在日本的洗衣机和家用冰箱业务及其在印度尼西亚、马来西亚、菲律宾和越南的洗衣机、家用冰箱和其它家用电器销售业务正式签署收购协议，标志着海尔在日本以及东南亚地区将形成两个研发中心、四个制造基地以及六个地域的本土化市场营销架构，必将更好地满足日本和东南亚地区日益增长和变化的消费者需求，实现未来可持续的成长。海尔在日本大事记：

2024年1月

日本海尔销售株式会社成立，构建海尔品牌在日本销售据点

2024年2月 海尔和三洋成立三洋海尔株式会社，构建日本销售据点。两公司开展在中国和日本的合作销售

2024年6月 海尔日本控股公司成立，负责管理海尔在日本相关公司 2024年6月 参加爱?地球博（爱知世博会），纪念海尔在日本销量突破100万台

2024年2月 海尔三洋电子销售株式会社成立，负责全球市场的冰箱设计、研究开发、及对生产线的制造和品质管理的支援

2024年3月 海尔三洋株式会社解散，海尔品牌在日本的销售统一到海尔日本销售株式会社

2024年3月 海尔软件日本株式会社成立，承接业务系及家电产品等的应用技术和基础系统的软件开发

2024年9月 海尔和日本住生活发表合作协议

2024年9月 海尔在日本上市10kg洗干一体式滚筒机，标志海尔品牌正式进入日本主流市场

2024年10月 海尔收购三洋东南亚及日本地区共计5个国家的白电家电业务 海尔在泰国大事记：

海尔进入东南亚市场以来，一直从创造用户需求入手，持续推出差异化创新产品，并通过打造海尔特色的专业服务，逐步提升当地用户的品牌知名度和美誉度。

泰国是东南亚具有代表性的市场之一。海尔自从2024年正式进入泰国市场以来，一直致力于为泰国消费者提供“Care your life”差异化产品解决方案，获得泰国用户喜爱。在泰国建立的三位一体的本土化运营模式是海尔东南亚战略的重要布局。目前，海尔(泰国)实现冰箱、冷柜和洗衣机的当地化生产，除满足泰国本土需求外，很大一部分的产品出口到马来西亚、菲律宾等东南亚国家，并陆续辐射到日本、中东、非洲、澳洲、南美等国家。2024年 海尔正式进入泰国市场

2024年4月 海尔(泰国)收购了日本三洋环球电器有限公司泰国冰箱制造厂，这家工厂是东南亚地区最大的冰箱制造厂之一。收购完成后，原来属于进口商的海尔成为泰国第二大冰箱制造商。

2024年 建立洗衣机工厂，实现洗衣机当地化研发、制造和销售； 2024年 建立空调工厂，实现空调当地化研发、制造和销售； 2024年 推出泰国最省电的单门冰箱，并进行空调“三年保修”服务，引领行业标准 ； 2024年 上市的海尔“Care & Cool”全球平台的TM冰箱及海尔独特的零水压“Power flow”系列洗衣机，时尚的设计，人性化的功能，出众的质量，使海尔的品牌美誉度和市场份额均得到了显著提升，2024年泰国本土海尔销售预计增幅在50%以上

在新西兰，2024年5月，海尔集团 与 Fisher & Paykel 公司双方签署了战略合作协议；10月，Fisher & Paykel 在新西兰市场独家营销和分销海尔品牌家电产品。海尔利用Fisher & Paykel 强大的销售网络渠道，销售同比增长56%。2024年，海尔以冠名的方式参与了新西兰体育事业Netball比赛，赞助了当地知名球队Haier Paulse 在澳大利亚，2024年4月，Fisher & Paykel 在澳大利亚市场独家营销和分销海尔品牌家电产品。2024年，Haier 首次参加并作为主要的白电参展商参展了澳大利亚Good Food & Wine Show。Good Food & Wine show 每年以巡展的形式在澳大利亚5大城市进行展示, Melbourne，Brisbane，Sydney，Perth, Adelaide.2024年初，在澳大利亚出版的Choice及新西兰出版的Consumer杂志，公布了澳洲最值得购买的产品综合排名，海尔法式对开门冰箱位居前列。

在印度，海尔已发展到近3000个销售网点，14个海尔展示厅。海尔产品已由包括冰箱、空调、洗衣机、洗碗机、微波炉等白电系列产品，迅速向电视，DVD，手机等黑电产品扩张。2024年1月1日海尔通过并购的方式，成功的收购了当地一家冰箱工厂，从此海尔在印度有了自己的工厂。海尔印度工厂占地16万平方米，目前主要生产冰箱 , 年产能为33万台，目前拥有职工300多人.印度工厂的建立标志着海尔在印度市场三位一体的本土化战略格局基本形成。为海尔创造本土化的世界名牌打下了坚实的基础。在巴基斯坦，海尔自1999年初次进入巴基斯坦，海尔已经迅速成长为当地第二家电品牌，其中冰箱当地排名第二、洗衣机当地排名第一、空调当地排名第一。2024年8月海尔冰箱获得由MEMRB认证并颁发的“冰箱高端第一品牌”的奖牌；

2024年，海尔集团与鲁巴集团合资成立海尔巴基斯坦工厂，生产冰箱、家用空调、洗衣机产品，产能30万台。

2024年，根据巴基斯坦经济发展预期，海尔投资成立了海尔巴基斯坦贸易公司，以快海尔在当地的发展、海尔品牌价值提升速度。同年，海尔成立了“海尔-鲁巴经济区”，并由胡锦涛主席揭牌，这是商务部批准的首个中国境外经济贸易合作区，也是巴基斯坦政府批准建设的“巴基斯坦中国经济特区”。该经济区成立以来，依托海尔在巴斯基斯坦生产、销售渠道和物流基础，利用中巴两国全天候、多领域的合作关系及双边投资贸易优惠政策，已发展成为中资企业拓展巴基斯坦及周边南亚市场的跨国平台。其主要优惠措施包括投资便利化、金融支持、出境便利、通关便利、进口设备免税、基础设施商务服务等方面。目前海尔-鲁巴经济区已经吸引其它企业入园5家，累计投资约2024万美元；

海尔在巴基斯坦推行健康、高效、节能、环保的理念，为巴基斯坦广大消费者提供符合消费者需求的产品，如宽体冰箱、能洗毛毯的洗衣机等。

海尔巴基斯坦在快速发展的同时积极履行社会责任，海尔每月举办名名为“Ehsaas”为孤、老、弱、残等群众每月送去祝福。2024年一场洪水淹没了巴基斯坦五分之一的土地，1760人丧生，1000万人失去家园，2100万人受灾；洪水无情，海尔有情，海尔为巴基斯坦人民捐助15万美元，为灾区人民送去了帐篷、食物、水、药等生活物资。

在未来的发展中，海尔巴基斯坦将仅扣巴基斯坦互联网时代的消费需求，创造更多用户资源，以“三位一体”的本土化模式，创当地第一品牌。

海尔在中国

海尔集团创立于1984年，创业26年来，坚持创业和创新精神创世界名牌，已经从一家濒临倒闭的集体小厂发展成为 全球拥有7万多名员工、2024年营业额1357亿元的全球化集团公司。海尔已跃升为全球白色家电第一品牌，并被美国《新闻周刊》（Newsweek）网 站评为全球十大创新公司。

海尔要创造互联网时代的世界名牌。互联网时代世界名牌的特点是能快速满足用户的个性化需求，企业需要大规模定制而非大规模制造。海尔抓住互联网的机遇解决 这一挑战，积极探索实践“人单合一双赢模式”，通过“倒三角”的组织创新和“端到端”的自主经营体建设，实现从“卖产品”到“卖服务”的转型，创造出差异 化的、可持续的竞争优势。

引领潮流的研发优势——海尔累计申请专利1万多项，居中国家电企业榜首，并率先实现国际标准的零突破。海尔累计已经参与了61项国际标准的起草，其中27项标准已经发布实施。海尔通过标准输出，带动整个产业链的出口。

零距离下的虚实网融合——海尔在国内市场有强大的市场营销网络优势，并与互联网进行充分的融 合，以“零距离下的虚实网融合”创出第一时间满足用户第一需求的竞争力。“虚网”指互联网，通过网络社区形成用户黏度；“实网”指营销网、物流网、服务 网，第一时间送达用户满意。因此许多世界名牌将他们在中国的销售全部或部分委托给海尔；海尔也通过他们在国外的渠道销售海尔产品，形成了资源互换，加快了 海尔进军世界市场的步伐。零库存下的“即需即供”——改变传统企业以产品为中心的发展模式，实施以用户为中心的即需即供大规模定制，实现了“零库存”和“零应收”。在流动资金零贷款的基础上，海尔CCC（现金周转天数）达到负的10天。

在未来发展中，海尔紧扣住物联网时代的需求，将U-Home（智能家居）集成作为重点，掌控专利标准的话语权，进一步发展全球营销网络创造更多的用户资源。同时，以“三位一体”的本土化模式整合全球研发、制造、营销资源，创造全球化品牌。

海尔在发展的同时积极履行社会责任，援建了128所希望小学和1所希望中学，制作了212集儿童科教动画片《海尔兄弟》。海尔是2024年北京奥运会全球唯一白色家电赞助商。海尔工业园座落于青岛市高科园，是海尔集团总部所在地。海尔工业园的建设是海尔集团从名牌战略向多元化战略转变的重要举措。在名牌战略阶段，海尔只 做冰箱一个产品，打下了坚实的质量管理的基础。1992年，在邓小平同志南巡讲话的鼓舞下，海尔集团按照东方亮了再亮西方的原则从冰箱延伸到其它家电。海 尔以吃休克鱼、以海尔文化和海尔管理模式、低成本扩张的方式，迅速构建起国际化大公司的规模。

海尔工业园的建设是海尔多元化战略实施的要求。原先零散的厂房布局不能满足规模化、现代化生产的需要。因此1992年开始了海尔工业园的建设。园区于 1995年建成，占地735亩，总投资25亿元，现已全部竣工投产。海尔工业园是中国最大的系列家电制造基地与研发中心，园区内座落着海尔总部大楼，是海 尔集团的控制中枢；海尔中央研究院是国家级技术中心。园内还拥有三菱重工海尔商用空调、海尔家用空调、海尔海洛尼滚筒洗衣机、海尔波轮洗衣机、海尔与开利 合资的商用展示柜等产品制造基地，以及生物医药、保健产品研发与生产基地等。同时海尔工业园也是中国最大的精密注塑钣金配套基地，达到每年生产注塑件 1.8万吨、钣金件6万吨、精密模具1200标准套、电子控制器500万只的配套能力。

海尔工业园的特点可以用“三化”来概括，即产品高新化,管理现代化.园区生态化 产品高新化

海尔工业园生产的产品始终引领着中国家电研发和应用技术的方面，推出了倡导省电节能的变频技术、一拖多技术的空调和具有通风换气、抗菌抗病毒功能的氧吧空 调产品；推出了小小神童洗衣机、超薄滚筒洗衣机、齿轮传动的“同心洗”洗衣机、不用洗衣粉的洗衣机及全球第四种洗衣机——双动力洗衣机；推出了应用最新无 线网络通讯技术的网络家电。推出了应用纳米材料的无菌家电产品等。管理现代化

在海尔OEC管理的基础上，海尔大力推进“市场链业务流程再造”，打破了传统的企业组织结构，建立起物流、商流、资金流三个定单信息处理体系，实现制造商与消费者需求的零距离，将海尔产品制造系统的管理水平推向世界前沿。

园区生态化

海尔工业园相关绿化指标全面领先，园区规划宽敞大气。如意湖畔的拂柳与锚船，海尔文化广场的喷泉和花圃，使人如置身园林；园内道路宽阔平直，厂房大方统一，“三废”排放严格按国家标准执行，是工业园区建设的典范。

海尔工业园的建设达到了国际先进水平，2024年被青岛市政府认定为唯一的青岛市示范工业园。

地址：青岛市海尔路1号

海尔信息产业园毗临海尔工业园，占地500亩，于1998年开始建设。海尔信息产业园的建设是海尔集团由白色家电领域进入信息技术产业的重要战略举 措。园内建有海尔物流立体库、信息家电制造基地、通讯产品生产基地、先进的模具及电子控制模块制造车间、海尔大学等，总投资达10亿元。

海尔集团是国内最早将物流管理引入制造体系的家电制造商。物流系统在海尔的市场链流程再造创新中是重要一环，海尔建立了国际先进水平的物流系统，在完善的 比价采购基础上使生产过程中的从原材料采购进厂，检验，装配，到产品出厂和运输均在一个完整的系统的控制和协同下。海尔的物流系统打破了封闭的采购模式，吸收有参加整机产品前端设计能力的具有国际先进水平的分供方，使采购的目的是从为库存采购转化为定单采购。通过三个JIT，即JIT采购、JIT送料、JIT配送，实现以时间消灭空间，达到零库存的创新目标。以下数据充分表现了海尔集团建设物流系统所取得的效 益：呆滞物资降低了90%，仓库面积减少了20万平方米，库存资金减少63%，下达定单的周期由原来的7天以上缩短为现在的1小时以内；同时实现看板管理 4小时送料到工位。

1997年海尔集团成功地切入了信息家电领域，推出了彩电、个人计算机等一系列独具特色的信息家电产品。海尔信息产业园是海尔制造和开发信息家电产品的重 要基地。其中海尔彩电产品在短短数年内先后推出了美高美、宝德龙等多个技术领先、引导消费的型号，广受消费者欢迎，现在海尔正在重点研制开发等离子、液晶 等高端彩电。

海尔手机项目，海尔集团是信息产业部GSM和CDMA手机定点生产企业，进入通讯领域是海尔调整产品结构的重要举措。海尔推出的具有来电防火墙功能的手 机、奔风笔型手机等革命性产品都成为市场的宠儿和满足用户个性化需求的代表，带动了海尔手机市场份额的提高，并一直保持了强劲的增长势头。为满足市场需 求，具有更为强大的生产能力和世界一流水平的通讯产业基地项目已在2024年5月份竣工并投入使用。

海尔的模具公司是国内技术水平的家电模具开发制造企业之一，年制造能力1200套家电塑胶模具，公司建有C3P设计中心，拥有国际最先进的三维定位测量设 备和制造加工设备，以及大批业务娴熟、经验丰富的设计及加工人员，能够及时准确地完成家电模具的开发和制造任务，保证了海尔不断创新的产品迅速投放市场。

海尔的电子控制模块制造公司主要为海尔家电的电子控制电路部件进行配套，年生产能力达150万套。公司拥有先进的变频控制电路设计技术及电路板加工生产线，对保证海尔家电产品的优异性能起到了重要作用。

海尔信息工业园内还建有海尔大学。海尔大学用于提高海尔管理干部的素质和知识水平，培育国际化市场开拓人才，同时也是与国内外科研院校沟通的桥梁。大学内 秀竹葱葱、池水清清，碧瓦迴廊、雕檐斗拱，极具江南园林设计优雅、清新的特色，处处散发出浓郁的海尔文化气息，是海尔一处举足轻重的文化景点。海尔大学将 成为海尔集团建设国际化海尔的人才基地。

海尔信息工业园是海尔集团以信息产品为代表的高新技术产业开发基地，她的建成与投入使用，保证了海尔集团向信息技术产业的成功拓展，为海尔注入了新的强劲的增长动力。地址：青岛市海尔路1号海尔信息园

海尔开发区工业园位于青岛市经济技术开发区，占地1500亩。海尔开发区工业园的建设定位是出口家电生产基地。

海尔开发区工业园是海尔推行国际化战略，实现三个三分之一战略(即海尔的产品中，三分之一在国内生产国内销售，三分之一在国内生产出口海外，三分之一海外生产海外销售)的重要举措。其特点体现了建设速度快、生产规模大和经济效益高等几个方面。

1999年初，海尔集团开始在青岛市经济技术开发区规模和建设这个生产基地，采用科学规划、严谨施工、抓紧投产、快出效益的先进项目管理方式，仅用了不到10个月时间，在1999年底一期工程的四个项目就全部投产，充分体现了海尔项目实施的高效率。目前园内已投产的项目有：

商用空调项目：生产居世界先进水平的MRV智能无氟一拖多中央空调。特种冰箱项目：生产引领时代潮流的大容积网络冰箱。特种冷柜项目：生产家用、医用低温无氟冷柜。

整体厨房项目：采用各种新材料技术生产整体厨房。微波炉项目：出口型微波炉的生产基地。

热水器综合技改项目：防电墙热水器的生产基地。

洗碗机项目：生产出口型洗碗机、燃气灶等小家电产品。

彩色钢板项目：生产家电及建材用彩色涂装钢板材料，填补了国内钢板加工中的空白 机器人项目：是国家重点支持和扶植的高新技术产业，工业智能化工业机器生产基地 物流中心：采用先进高自动化和立体仓储的物流管理技术，为整个园区的生产厂提供物流服务支持，被中国物流与采购联合会命名为“中国物流示范基地”，这是中国第一个物流示范基地，目前也是唯一的一个。

上述项目的迅速投产，使海尔开发区工业园充分发挥规模效益，销售收入逐年攀升，2024产品销售收入达275亿元。同时，海尔开发区工业园的建 设，也为集团出口创汇保持快速、稳定地增长提供了保障，出口创汇从1999年的1.3亿美元，增长到2024年的21.6亿美元。海尔开发区工业园正逐步 发挥出其综合出口生产基地的优势，海尔集团将把该园区建设成为中国最大的出口家电生产基地，使其成为海尔进军世界500强的生力军。地址：青岛市经济技术开发区前湾港路

海尔开发区国际工业园位于青岛经济技术开发区，2024年6月开工，占地1000亩。该工业园是海尔集团的分供方零部件研制和生产基地。工业园规划重点是为海尔配套生产各种先进变频电机、精密注塑钣金等，满足集团各种智能家电和信息技术产品等高科技产品的开发和生产需要。

目前入驻该工业园的企业主要有：

海尔百汇(青岛)实业有限公司：国际先进水平的精密注塑及钣金产品和电脑板生产基地。青岛海尔宏基精密制品有限公司：高质量的家电用管路件及通用制冷配件生产基地。海士茂电子塑胶制品青岛有限公司：国际先进水平的精密注塑产品生产基地。青岛三洋电机有限公司：精密变频无氟电机生产基地。

入园企业与海尔一起参与产品的前端开发，为分供方展现了巨大的市场前景，许多国际化分供 方纷纷要求与海尔合作。通过合作，真正实现了海尔集团与国际化分供方的双赢发展，也使海尔分供方的配套质量和配套速度大幅度提高，优化了海尔的分供方体 系，实现了高科技零部件产品的零距离设计配送，为海尔的高科技产品提供了有力的支持。

海尔开发区国际工业园的建设，实现了三个同步的目标，即分供方企业产品的研究与世界同步，产品的技术进步与世界同步，产品的配套与世界同步。地址：青岛市经济技术开发区前湾港路

海尔开发区新兴产业园位于青岛经济技术开发区海尔大道以西，与海尔开发区工业园、开发区国际工业园一桥相连，是海尔的国际化分供方配套园。

海尔新兴产业园占地面积1000亩，规划建设项目18项，总投资15亿。目前园区已投产项目--海尔丰彩包装，主要生产新型环保包装材料。其它在建 项目13项，配套产品范围包括压缩机及零部件加工、冰箱蒸发器、冷凝器、电子元器件、SKD组装、电脑板、原材料加工、玻璃制品、包装物等；待建项目4 项，包括有色金属加工、金属表面处理、空调蒸发器、冷凝器等，2024年底全部建成投产。随着分供方配套项目的引入，在开发区将形成1000万台压缩机生产规模和从冰箱空调→压缩机→电机→冲压→钢板加工的5级产业链条。通过这些项目的运作，将打造起以家电整机制造和核心部件加工为龙头的完整的多级产业链条 地址：青岛市经济技术开发区前湾港路

海尔胶州国际工业园位于青岛胶州市经济技术开发区，2024年7月开工，占地1000亩。海尔胶州国际工业园是海尔另一个国际化分供方配套工业园。工业园规划重点是为海尔配套生产各种精密注塑、信息家电模糊控制系统、变频控制器、各类家电电机产品、电子元器件产品、新型工程塑料等。

目前已进驻的企业主要有：

海尔金华塑料有限公司：具备年产塑料件1500万套的生产能力。

海尔世纪(青岛)精密制品有限公司：海尔与香港海洋精工实业有限公司合资成立，主要生产精密模具及钣金制品，年产精密模具及钣金制品390万套。

艾默生电机(中国)有限公司：为海尔集团提供优质高性能电机产品，电机生产能力可达300万只。

海尔新材料有限公司：主要是进行工程塑料、特种塑料、纳米材料、生物材料、电子材料及相关制品的研究、开发、生产、销售、技术转让及技术服务。

海永利数字网络有限公司：与澳大利业亚太国际集团合资生产家电用电脑控制板等产品，具备年产1000万片电脑控制板的生产能力。

青岛毅兴塑胶原料有限公司：与香港毅兴塑胶原料公司成立合资公司，生产各种工程塑料及色母料2100吨。

海润电子有限公司：与香港得润公司合资，生产经营多种家电电子接插件、电源线等配件，年产各种电子接插件1000万套、电源线1000万条。

青岛海福橡胶制品有限公司：与泰国屡来福等公司合资生产橡胶配套，生产能力达6000吨。园区内实施统一的园区规划和管理，配备优良的水电汽等公用设施和物业管理服务，并得到当地政府主管部门的大力支持。同时海尔胶州国际工业园的建设，有力的支持了当地经济的发展，为当地政府和社会提供了大量的就业机会，体现了海尔真诚回报社会的经营理念。地址：胶州市经济技术开发区

合肥海尔工业园位于合肥国家级经济技术开发区内，占地面积798亩，2024年3月开工，目前已全部竣工投产。园内的项目有：

网络数字彩电项目：生产国际先进水平的纯平数字彩电。

无氟环保空调项目：生产无氟环保空调。

个性化洗衣机项目：生产满足不同消费需求的个性化洗衣机。

合肥海尔特种钢板项目：生产家电和建材彩色钢板，以及定尺料，还可以根据客户需要进行加工服务，为洗衣机、空调、彩电提供彩板。

华东包装项目：从事泡沫、发泡产品的研制和生产，为合肥海尔空调、洗衣机和彩电进行配套。

海景包装项目：从事纸箱生产，为合肥海尔空调、洗衣机和彩电提供纸箱包装产品。

天大塑胶、钣金项目：为海尔集团和当地企业提供先进的塑料模具和精密加工零部件，它的建成可提高集团产品和当地企业的配套水平。

海毅塑胶项目：年产320万套塑胶配套件。

合肥海尔工业园是海尔集团在中西部地区最大的B2B生产基地。通过先进的电子商务网络平台，园内的制造企业能够按定单进行采购、制造和销售，实现了与消费者的零距离、零库存及零资金占有的“三个零”目标。

地址：合肥市经济技术开发区繁华大道海尔工业园

大连海尔工业园位于大连出口加工区区内，占地面积380亩，2024年9月开工，到2024年年底就已全部竣工投产。

大连海尔工业园从奠基到投产仅用三个多月的时间，创造出世界一流的建设发展速度。园区建筑面积近10万平方米，形成年产100万台冰箱、100万台空调及300万套工装钣金和注塑配套件的生产能力。

海尔集团冰箱产量首次达到100万台用了10年时间，空调达到100万台用了7年时间，而海尔在大连建设同样的规模的生产线仅仅用了3个月。之所以能创造出这种高速度，得益于海外应接不暇的出口订单的拉动。

大连海尔工业园目前已成为除海尔开发区工业园外又一海尔出口产品制造基地。地址：大连出口加工区

武汉海尔工业园位于武汉沌口开发区内，2024年3月19日开工建设，占地面积307亩。实施的项目主要为70万套空调技改项目，生产的产品主要辐 射中南、华南及西南等地区。同时，还在园内建设了海尔集团的第一个HMS中心(海尔市场服务中心)——HMS武汉中心，进一步整合了海尔在中南地区的网络 资源。项目已于2024年底竣工。

为进一步提高海尔产品在市场中的竞争力，海尔集团充分发挥本地化生产优势，在国内重点地区积极布点，建设生产制造基地，已先后在贵州的遵义建立冰箱 生产基地、广东的顺德建立洗衣机生产基地、安徽的合肥建立B2B生产基地、辽宁的大连建立出口产品生产基地，武汉海尔工业园将凭借其繁荣经济的市场优势和 得天独厚的地理、交通优势，成为海尔产品营销和制造网络的重要枢纽。

地址：武汉市经济技术开发区车城北路

章丘海尔电机工业园位于济南章丘市，2024年5月8日破土兴建，当年9月17日全面投产。工业园占地500亩，建筑面积6万平方米，道路硬化面积 5.8万平方米，园区绿化6万平方米。引进国际先进的电机生产技术和关键的检测、生产设备，整合工艺流程，优化生产布局，实现了从冲片、压锍、绕线、嵌线 到总装全过程的自动化生产线。

章丘海尔工业园是海尔集团唯一的电机生产制造基地，已经形成涵盖洗衣机、空调、冰箱及其它家电业，品种达4大系列300余种规格型号，年产1500 万台的电机生产能力。园区产品在为海尔集团大量配套的同时，也为国内各大家电公司如新飞、美菱、科龙、春兰、荣事达及跨国公司如美国惠而浦、瑞典伊莱克 斯、韩国LG、三星、意大利阿尔法等公司配套。章丘海尔电机工业园已经成为国内家用电器电机品种系列最全、市场占有率最大的大型生产和出口基地。

地址：章丘市工业开发区明水大街120号

胶南海尔工业园位于山东青岛胶南市前湾港路，2024年2月28日开工建设，是海尔集团全球第13个工业园。一期工程占地280亩，主要有空调、彩 电、洗衣机3个整机项目和VMI供应商管理中心、精密注塑钣金等项目，至2024年11月已全部建成投产和投用；二期工程占地300亩，建有蒸汽微波炉生 产基地、配套项目和员工生活区。随着海尔集团“低成本、高质保、高增长、高增值”战略的实施，国内外市场对海尔产品的需求不断增长。胶南海尔工业园是“先 有市场再有工厂”的又一体现。地址：胶南市隐珠镇前湾港路1号

重庆海尔工业园是海尔集团全球第15个，国内第12个工业园，座落在重庆市江北区港城工业园A区，是重庆市政府和海尔集团的重大双赢合作项目。

一、项目定位：在西南地区全部生产新型节能环保并具高科技含量的家用电器和关键零部件，集制造、物流、营销、研发及服务为一体的创牌中心。

二、占地面积1440亩，预计总投资28亿元，规划项目包括电视机、家用空调、洗衣机、热水器、商用空调等产品的制造经营以及营销中心等相关产业。三、一期项目包括5个整机项目（热水器、家用空调、商用空调、洗衣机、彩电）和5个配套项目(智能电子、精密钣金注塑、包装材料、物流分配中心、能源动力 工程和配餐、公寓工程)，预计整机项目建成达产后的市场将覆盖以重庆为中心，辐射重庆、四川、云南、贵州等在内的整个西南地区，并将出口到东南亚地区。

四、热水器、家用空调、洗衣机已经投产，彩电预计2024年5月份投产，商用空调项目正进行开工准备工作。

地址：重庆市江北区港城工业园A区

2024-06-23海尔集团在香港举行海尔高清电视发布会 2024-06-20海尔集团获誉亚洲最受尊敬企业 2024-06-06由《亚洲周刊》评选的“亚洲企业1000强”于近日揭晓 2024-06-06海尔香江再传美誉 2024-06-06海尔蝉联亚洲企业200强中国内地企业榜首 2024-06-06“亚洲品牌500强”出炉 海尔冲进前十名 2024-06-06香港国际有限公司成立

日前，海尔集团被美国《商业周刊》评为“亚洲最受尊敬的企业”，同时上榜的中国企业还有中国移动和联想。

《商业周刊》的评价是：“海尔是中国市场公认的顶级品牌，是行业领先的白色家电制造商，并创建了售后服务的新标准。”同时，我集团在美国建厂并逐步扩大规模的行动也是引起《商业周刊》关注的亮点

2024年06月06日2024年1月，由亚洲覆盖面最广的权威媒体之一——《亚洲周刊》评选的“亚洲企业1000强”排行榜揭晓，海尔集团位居第125位，比去年排名的第351位上升了226个名次。此次评选囊括了日本、韩国、台湾、香港等亚洲各国家和地区的知名企业，在入选的中国家电企业中，海尔集团位居第1位。

按行业分，在消费者电子产品行业的前20强中，中国企业只有两家入选，海尔集团位居第7位，前6位分别是日本的新力、松下，韩国的LG、日本的佳能、三洋电机以及夏普。在“日本以外的亚洲最大企业”排行榜中，海尔集团位居第37位

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找