# 格力家电初创阶段工作总结(精选4篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-06-28

*格力家电初创阶段工作总结1成立于1991年，公司全称：珠海格力电器股份有限公司。发展历程：1991至1993年，新成立的格力电器，是一家默默无闻的小厂，只有一条简陋的、年产量不过2万台窗式空调的生产线，但格力人在朱江洪董事长的带领下，发扬艰...*

**格力家电初创阶段工作总结1**

成立于1991年，公司全称：珠海格力电器股份有限公司。

发展历程：1991至1993年，新成立的格力电器，是一家默默无闻的小厂，只有一条简陋的、年产量不过2万台窗式空调的生产线，但格力人在朱江洪董事长的带领下，发扬艰苦奋斗、顽强拼搏的精神，克服创业初期的种种困难，开发了一系列适销对路的产品，抢占了市场先机，初步树立格力品牌形象，为公司后续发展打下良好的基础。

1994至1996年，公司开始以抓质量为中心，提出了“出精品、创名牌、上规模、创世界一流水平”的质量方针，实施了“精品战略”，建立和完善质量管理体系，出台了“总经理十二条禁令”，推行“零缺陷工程”。几年的狠抓质量工作，使格力产品在质量上实现了质的飞跃，奠定了格力产品在质量上的竞争优势，创出了“格力”这一著名品牌，在消费者中树立良好的口碑。1994年，董明珠总裁开始主管销售工作，凭借不断创新的营销模式，95年格力空调的产销量一举跃居全国同行第一。

1997至20\_年，公司狠抓市场开拓，董明珠总裁独创了被誉为“21世纪经济领域的全新营销模式”的“区域性销售公司”，成为了公司制胜市场的“法宝”。1998年公司三期工程建设完毕，20\_年重庆公司投入建设，巴西生产基地投入生产，格力的生产能力不断提升，形成规模效益；同时，通过强化成本管理，为公司创造最大利润。自此产量、销量、销售收入、市场占有率一直稳居国内行业领头地位，公司效益连年稳步增长，在竞争激烈的家电业内一枝独秀。

20\_年至20\_年，公司提出了“争创世界第一”的发展目标，在管理上不断创新，引入六西格玛管理方法，推行卓越绩效管理模式，加大拓展国际市场力度，向国际化企业发展。20\_年，公司家用空调销量突破1000万台/套，实现销售世界第一的目标，成为全球家用空调“单打冠军”。“格力空调，领跑世界”的时代已经来临！

格力人在成功实现“世界冠军”的目标后，20\_年公司提出“打造精品企业、制造精品产品、创立精品品牌”战略，努力实践“弘扬工业精神，追求完美质量，提供专业服务，创造舒适环境”的崇高使命，朝着“缔造全球领先的空调企业，成就格力百年的世界品牌”的愿景奋进。

**格力家电初创阶段工作总结2**

我不了解具体情况，仅凭自己的常识了解情况，未必准确，希望对您有所帮助。在此，谨向格力集团和董明珠女士致敬。

董明珠在格力工作多年，尤其是在担任格力主要负责人之后，其自己在某种程度上，就是格力的代言人，可能是她不愿意离开格力。

格力的工资福利很好，董明珠在格力的股份很多，其总体收入也是很高的。

自己创业需要资金、团队、项目，也不是很容易的，因而并不是非要尝试的。

**格力家电初创阶段工作总结3**

不属于，格力集团属于国企。

1985年，珠海市政府决定以公司为主体开发北岭工业区，珠海经济特区工业发展总公司——珠海格力集团公司的前身诞生了，它的使命，是发展特区的工业，壮大珠海的经济实力。

20\_年3月，珠海市政府对格力集团实施授权经营，作为国有资产授权经营主体，肩负着确保国有资产保值增值的使。集团公司以资本为纽带，对集团内授权经营企业实行分级管理，分层经营，确保国有资产保值增值，同时实施品牌拓展、多元化、社会化发展战略，逐步实现大集团战略，小核算体系，塑造格力系列品牌，打造格力航空母舰，努力使格力集团成为大型国际化、多元化的现代企业集团。

作为深耕珠海多年、与经济特区发展同频共振的龙头国企，自20\_年起，格力集团以“服务特区产业转型升级、助力加快打造现代产业体系”为使命，以国企改革排头兵的勇气和决心开启“二次创业”新征程。在原有“1+4”业务发展版图的基础上，整合组建了产业投资、建设投资、建筑安装、现代服务等核心业务板块。

**格力家电初创阶段工作总结4**

格力公司的发展历程：

1、创业阶段

1991～1993年，新成立的格力电器，是一家默默无闻的小厂，只有一条简陋的、年产量不过2万台窗式空调的生产线。

但格力人在朱江洪董事长的带领下，发扬艰苦奋斗、顽强拼搏的精神，克服创业初期的种种困难，开发了一系列适销对路的产品，抢占了市场先机，初步树立格力品牌形象，为公司后续发展打下良好的基础。

2、发展阶段

1994～1996年，公司开始以抓质量为中心，提出了“出精品、创名牌、上规模、创世界一流水平”的质量方针，实施了“精品战略”，建立和完善质量管理体系，出台了“总经理十二条禁令”，推行“零缺陷工程”。

几年的狠抓质量工作，使格力产品在质量上实现了质的飞跃，奠定了格力产品在质量上的竞争优势，创出了“格力”这一著名品牌，在消费者中树立良好的口碑。1994年，董明珠总裁开始主管销售工作，凭借不断创新的营销模式，95年格力空调的产销量一举跃居全国同行第一。

3、壮大阶段

1997～20\_年，公司狠抓市场开拓，董明珠总裁独创了被誉为“21世纪经济领域的全新营销模式”的“区域性销售公司”，成为了公司制胜市场的“法宝”。

1998年公司三期工程建设完毕，20\_年重庆公司投入建设，巴西生产基地投入生产，格力的生产能力不断提升，形成规模效益。

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