



格力前任  
董事长朱  
江洪

## 1 格力今日的辉煌 离不开朱江洪当年的付出

出生于1945年的朱江洪，比董明珠大九岁。与长期暴露在公众视野下的董明珠相比，格力前任董事长朱江洪很低调。

朱江洪在任一把手期间，董明珠是其得力助手。因大幅下调提成，导致销售员出走的危急时刻，董明珠坚定站在了朱江洪一边。即使董明珠行事作风彪悍，朱江洪也没有排斥，反而对其委以重任。

“朱董”配合下，格力跻身空调一线梯队。朱江洪卸任后，成为新掌舵人的董明珠，与老领导的关系却越来越疏远。

2017年，沉寂多年的朱江洪一反低调常态，公开对外推销自传。他在《朱江洪自传：我执掌格力的24年》一书中回应了“谁是格力创始人”的争议。在朱江洪的描述中，“没有朱江洪就没有董明珠”这句话或许有一定道理，但他并不认可“没有董明珠就没有格力”的说法。

前董事长朱江洪，在自传中不为现任董事长董明珠站台，当时就引发了外界猜想：他们两人闹矛盾了？

几年后，朱江洪选择站队飞利浦空调，“格里芬（格力粉丝自称）”们心中想必有了清晰的答案。

被誉为“格力之父”，足以证明朱江洪的江湖地位。24年工作经历，犹如一根绳索，将朱江洪与格力牢牢拴在一起。

朱江洪与格力电器的渊源，早在20世纪90年代就已开始。1988年，朱江洪回到故乡，任职雄塑塑胶工业公司总经理，后兼任海利空调器厂厂长。海利空调，就是格力空调的前身。

1992年，格力电器组建，朱江洪出任总经理。四年之后，格力电器成功上市。出任董事长后，朱江洪带领格力乘风破浪，使公司一跃成为数一数二的空调巨头。

朱江洪执掌格力早期，就对公司产品质量和技术就非常重视。这种经营理念，为格力后来成长为行业巨头奠定了基础。

1995年，朱江洪到意大利考察时，当地一位客户抱怨格力空调噪音大。经调查，是由于格力工人操作不严谨导致产品质量出现问题。

朱江洪非常重视，下令要求格力员工抓质量。除了出台禁令文件外，格力还建立了行业独一无二的零部件筛选分厂，并成立了“质量宪兵队”，队长由朱江洪亲自担任。

那时候，朱江洪嘴边常挂的一句话是，“我们绝不能把消费者当试验品！”

除了产品质量，朱江洪对自主技术的重要性也有很深的理解。2001年，朱江洪带技术团队赴日本考察，他想用一笔钱买日本企业的顶尖技术，却遭到对方拒绝。日本方面对技术封锁十分严格，朱江洪连散件也没能买回来。

朱江洪在日本碰壁后，他决定带领格力自力更生。在仅有一本说明书的情况下，格力技术团队短短两年时间研发出了“多联式中央空调”技术，打破了日本企业的技术垄断。

朱江洪曾提醒格力同事，“一个没有脊梁的人永远挺不起腰，一个没有核心技术的企业永远没有脊梁”。朱江洪卸任格力电器董事长之前，这句话一直贴在格力总部的墙上。

任人唯贤、注重产品质量与技术发展的朱江洪，担任董事长十二年，成绩有目共睹。

2001年4月至2012年5月，格力电器营业总收入规模从65.88亿增长至1001亿，增长幅度逾15倍；归属净利润从2.613亿增长至73.80亿，增长幅度逾28倍。

资本市场也给予朱江洪治理下的格力高度认可。从2001年至朱江洪卸任的2012年，格力电器累计上涨超过16倍（按后复权计算），为股东带来高额回报。

现在，随着朱江洪彻底倒向飞利浦空调，格力新增一位劲敌。

## 2 带领不少老部下 旨在复制一个当年的格力

2023年4月17日下午，78岁的朱江洪现身飞利浦空调滁州产研基地，参与了主题为“少说空话，多干实事”的分享会。

在会上，朱江洪分享了企业经营管理经验，同时盛赞飞利浦空调的工艺、技术和品质。他还特别提到，“必须让广大经销商挣到钱，挣更多的钱！”

朱江洪维护经销商的利益，他认为线下是空调市场重要销售渠道。GfK中怡康推总数据显示，2022年，中国家用空调市场零售量为4357万台，线上、线下零售量分别为2219万台和2138万台，占比分别为50.93%和49.07%。

在分享会现场，格力前“二号人物”黄辉，以及格力昔日最大的线下经销商—河北新兴格力电器销售有限公司董事长徐自发出席。

董明珠曾经的亲密队友变成对手，这种局面与格力渠道改革不无关系。

从2019年开始，格力电器实施销售体系改革，疫情期间更是加码线上，销售流量向“格力董明珠店”汇聚。2020年，格力电商渠道贡献率首次超过50%，2022年贡献率上升至57.8%。董明珠推行的渠道改革，动了经销商的“奶酪”，更是导致其重要经销商“倒戈”的导火索。

2022年8月份，徐自发公开表示不再卖格力空调，并希望自己的生意伙伴们支持飞利浦空调。徐自发曾任格力电器董事，现在仍然是格力电器三股东京海互联网科技发展有限公司的董事，并通过河北新兴格力电器销售有限公司持有格力电器的股权。

在徐自发之前，格力电器一批重要高管已加入了飞利浦空调。例如，原格力电器执行总裁黄辉现任飞利浦空调董事长，原格力电器总裁助理胡文丰现任飞利浦空调总裁。根据时代周报报道，截至2021年末，飞利浦空调运营总部170多位员工中，约80%曾在格力工作过。

格力的成功，得益于一批精英骨干、过硬的产品质量、售后服务保障和强大的线下经销商体系。现在，朱江洪振臂一呼，黄辉、徐自发即加持飞利浦空调，剑指格力电器。

这样看来，即便退隐江湖多年，他的人脉和号召力，丝毫不亚于现在的董明珠。

就工艺、技术、质量管理、人才和经销商的布局看，朱江洪现在做的，相当于企图从外部复制出一个当年的格力。

一个几乎可称得上普遍的共识是，既然朱江洪当年从弱到强构建出格力帝国，也有能力再造一个新格力，至少能成为与目前格力相抗衡的实力竞争对手。

## 3 董明珠持续反击 格力与飞利浦的关系紧张

多位高管跳槽、重要经销商出走、产品多元化前途未明、空调行业天花板已至，格力电器当下的“内忧”自不消说；外患则是行业竞争进入白热化。

而格力面临的外部隐忧，也同样发生在飞利浦空调身上。

2022年，国内空调市场全渠道销量同比下降3.3%。三年持续下滑，直接打破了“大小年”的市场规律。并且，地产红利逐渐削弱，中国家电行业三巨头美的集团、格力电器、海尔智家割据，并未给小品牌留下足够多的生存空间。

据奥维云网数据显示，2022年，格力、美的、海尔家用空调出货量排名前三，而飞利浦排名在第13名开外。飞利浦空调与上述三家企业相比差距还很大。

为了快速提升竞争力，飞利浦空调放出百亿手笔。

2022年3月，投资100亿元的飞利浦空调产研基地在安徽滁州开工，一期家用空调项目年产达500万套空调。这有利于解决飞利浦空调长期靠“贴牌代工”的劣势。12月20日，该产研基地投产，并从建设期转入了生产运营期。

2022年8月，飞利浦空调在新产品发布会上首次公布提出“健康+空调”的定位，与同行形成差异化。

飞利浦空调董事长黄辉表示，健康空调时代已然来临。飞利浦空调强调的“健康”不以牺牲制冷制热能力、节能等基本性能参数为前提，目标是给消费者提供一台好空调。与格力类似，飞利浦空调也十分注重服务品质升级。一方面通过传统渠道中的优质合作伙伴，另一方面将品牌价值贯穿到消费全链条中，从用户购买空调开始，实现派送、安装、清洗、检测、报废、回收的完善服务。

自称“革新者”的飞利浦空调，却被同行视为“搅局者”。

今年以来，飞利浦空调与格力的关系十分紧张，双方甚至卷入专利官司。董明珠继续选择反击，不久前，董明珠建议国家加大知识产权保护力度，还喊出“员工跳槽，下一家单位应该赔偿我培训费”的言论，矛头指向飞利浦空调。

但是，有朱江洪站台，有格力原高管、经销商合力协作，产业基地首台空调下线，飞利浦空调的发展势头正盛，空调江湖即将迎来一场恶战。

如果，朱江洪带队的飞利浦空调最终将董明珠管理的格力拉下马，再次证明朱江洪是董明珠的“师父”。

那么，这也将成为行业内的一次标志性事件，并对整个空调市场的格局产生深远的影响。

据钛媒体App、新浪

# 前董事长投靠飞利浦 董明珠遭遇 前任背刺

朱江洪最近很忙。

炎夏已至，这位董明珠的老领导、前格力董事长，正带队飞利浦空调，誓要拿下格力电器的半壁江山。

家电品牌以炎夏为契机，大力加码营销。早在5月下旬，618家电大促已打响。京东平台的家电竞速榜数据显示，空调品类销售排名前三的是格力、美的和海尔。除了这三巨头，新晋品牌也想分走一杯羹。与那些籍籍无名的小品牌不同的是，飞利浦空调几乎是“平移”了格力的原团队人马。

今年4月，朱江洪公开为飞利浦空调站台，宣称要让经销商挣更多钱，似乎没有给老部下董明珠留下多少颜面。



格力现任董事长董明珠