

擦亮民族品牌 共享中国智造

格兰仕：在融入“双循环”格局中展现更大作为

广东格兰仕集团有限公司(简称“格兰仕”)是一家国际化综合性健康家电和智能家居解决方案提供商,是中国家电业具有广泛国际影响力的龙头企业之一。1978年9月28日创业以来,格兰仕一直专注在制造业创新发展,与时俱进擦亮“中国制造”金字招牌。

广交会创办于1957年春,每年春秋两季在广州举办,是我国重要的外贸平台。自1998年首次参会,格兰仕积极发挥广交会平台优势,推动企业发展,不断展现中国制造、中国品牌的实力与魅力。

全方位创新融入“双循环”格局

参加广交会二十余年间,格兰仕展现出在用户思维、品牌思维、渠道思维上的巨大变化。上世纪90年代,广交会是中国企业出海的重要途径,也成为格兰仕快速揽获客户订单的重要渠道。

在本届广交会上,带着对用户需求全新认知的格兰仕第48次参加广交会,展出空气炸微波炉,嵌入式套系微波炉、纯蒸炉、电烤箱,空气消毒机,智能挂烫机,42CM超薄滚筒洗衣机等,从吃得健康、衣着健康到居家健康,为全球市场提供一站式健康生活智慧方案。

为了给全球客商打造身临其境的参展体验,格兰仕将整个线下展区打造成一个大品牌秀场和创新体验中心。五天的展期中,格兰仕外贸团队采用全球十多种语言进行循环直播。除了线下广交会的现场直播,格兰仕还在总部设立一系列直播间,分品类、分时区、分场景面向全球开展针对性直播。

从最初的仅有几台微波炉、电饭煲参展到如今全屋智能家电、一站式健康生活方式解决方案高光亮相,20多年来,格兰仕已经从交易场景的打造延伸到家居场景的打造,努力向全球消费者展现中国智造、中国科技的魅力。

品牌升级引领高质量发展

从“全球名牌家电制造中心”到创新以自主品牌为主的“1+5”出口模式,格兰仕积极参与全球大分工、大合作,开拓海外市场,推动外贸转型升级。

上世纪90年代初,格兰仕转型做家电,把握全球产业链中心转移的机遇推动企业发展。20多年来,格兰仕借助广交会平台优势,推动产品“走出去”。如今,格兰仕以广交会为窗口,以技术、品牌展示为主,全力向全球客户展示自主品牌魅力,以展会影响力推动自主品牌建设,推进自主品牌的影响力。

过去,格兰仕和惠而浦,一个是创新领先的中国制造,一个是110年的国际品牌,在不同领域追求创新发展。作为惠而浦集团全球合作伙伴,2021年5月,格兰仕顺利收购惠而浦(中国),两个企业因为共同的创新基因,缔结新的战略合作关系。

在130届广交会上,格兰仕首次携手惠而浦参展,聚合格兰仕、惠而浦、帝度、易厨等多品牌资源优势,为全球消费者提供更加系统的全屋智能家电和健康生活解决方案,构建民族品牌与国际品牌联手推动高质量发展的新格局。

数据来源:广东格兰仕集团有限公司

