

力高人

LIGOO

同心

与家国同欣
与力高同心

总第2期

2025年12月

Contents

高管视角

整装待发，创赢未来 01

新闻·速递

力高新能荣获2025高工金球奖 05

力高新能荣获中创新航“优秀供应商”奖项 05

情满力高

萌新聚力 同启新高—力高新能第二届校招生拓展活动回顾 06

第二届校招生拓展活动高能瞬间 08

力高故事

车轮上的革命：我所亲见的绿色动力变迁 09

-20℃的雪原：一次交付，一生记忆 11

“徐”势而上 克难前行—记徐工FlexCube项目攻坚历程 14

力高经“赢”

流程筑基，匠心赋能—力高新能首届质量月活动圆满收官 17

职业发展 焕新启航 20

力高文化

力高核心价值观“以客户为中心”解读 22

与力高同行

《同路者招募令》—让优秀的人，遇见力高 23

征稿

以光引道 照亮征途 24

整装待发，创赢未来

回文 | 刘峰 - 行销与战略MKT总裁



行销与战略MKT总裁 刘峰先生

在过去的五年，全球新能源产业蓬勃发展，全球新能源汽车销量从百万级迈向千万级，电化学储能装机量增长超过15倍。

中国在过去五年的新能源浪潮中扮演了核心引擎的角色，实现了从产业导入到全面市场化、再到全球化的跨越，形成了覆盖研发、生产、销售、使用等环节的全生命周期体系和全产业链引领，在新能源汽车、风光发电、电池存储、关键设备、关键部件等各个领域，涌现出一大批全球领先的中国企业。群体技术不断突破，多种路线争相并行。万类霜天竞自由，过去五年，是新能源百花齐放、百舸争流的绚烂五年。

作为产业链重要的一环，力高深度参与和见证了新能源产业的发展和变革，并贡献了力高力量。十五年来，力高始终围绕新能源汽车、储能两大领域发力，始终围绕能量的存储、能量的转换进行技术创新、投入和布局。过去的五年，力高保持了高速发展，取得了巨大成绩。在新能源汽车领域，截至目前，我们BMS累计出货量已经达到550万台套，从全口径来看，我们车用BMS已经占据行业约20%的市场份额，每5台飞驰的新能源汽车，就有1台是力高BMS——电池

的超级大脑在对能量进行实时管理。我们连续多年保持在专业BMS领域第一的排名，我们的产品在国内外重要客户中，被广泛使用。在过去的五年，我们用结果证明了力高在BMS领域已经走在全球领先的路上，这既是我们的成绩，也是我们对产业的贡献和责任担当。在储能领域，以车规定义的大储BMS保持在第一梯队并快速增长，围绕其他3S的布局，以及家用、移动储能系统快速走向海外，储能已然成为我们新的增长极。



在未来的五年，能源转型将进入下半场，围绕电力系统的低碳化、数字化、智能化和去中心化将同频共振；新能源汽车产业则从电动化的上半场，进入以智能化、车路云协同为决战的下半场。此外，如氢能、核聚变等前沿技术正在为更彻底的能源革命积蓄力量。新能源时代依然滚滚向前。

回首过去，我们心存喜悦但从未自满。展望未来，力高面临更加重大的战略机遇，也将迎接更大的挑战。我们踌躇满志，但也如履薄冰。

在董事长的带领下，管理团队对未来五年的战略规划做了多次深入的研讨，洞察方向，分析机会，讨论组织，剖析问题，总结经验再出发。一些感悟，在此愿和小伙伴们一起分享。

一、未来五年，我们面临巨大的战略机遇

行业在向纵深发展。新能源车领域，在2030年国内渗透率有望由目前的50%达到75%~80%。全球范围内，新能源渗透率才刚达到25%，海外部分欧洲、亚太、非洲、中东、拉美等主要国家，尤其新兴市场潜力巨大。在重卡、工程机械等领域，电动化比例已经跨越高速增长的临界点。未来五年我们的可作战市场空间仍在持续扩大。



在储能领域，清洁能源、分布式能源长期发展、电力电网发展的不均衡、储能部署成本的下降是储能发展的长期逻辑。经过短暂的库存周期调整后，储能迎来长期上涨的第二曲线。国内新能源发电配储政策市场化后，市场重回高速增长曲线。海外欧美、中东、亚太、拉美等发电侧储能的高增长，非洲、亚太等人口大国电力缺乏、电网不稳定，刚需的离网储能系统持续爆量，未来将覆盖缺电少电的几十亿人口；即使如欧洲这样的高端市场，电网拥塞依然普遍，最后一公里需要储能补上电动化的最后一环。储能注定是长坡厚雪。

在新的领域，AI的发展带来算力的巨大增长，同样带来电力的巨大需求，未来AIDC将是新能源+储能+配电架构创新的模式，新能源和储能将变为刚需。在细分领域eVTOL、机器人，电动工具等，BMS无处不在。

未来五年，是力高快速跨越百亿、向更高目标大踏步迈进的五年。未来五年，我们希望BMS三分天下有其一，能量存储无处不在，力高BMS无处不在。同时，围绕BMS的产品延伸，围绕能量的转换——从核心部件到系统，我们将厚积薄发，打造新的增长点。

二、我们始终立足于全球化，并将不断加大海外布局

力高是第一批走向海外的BMS企业，在我们体量还很小的时候，我们的BMS就已经应用于海外市场，全球化视野是我们的基因。今天，我们BMS开始全面突破海外高端客户。在逆变器和储能系统方面，我们亚非拉市场的拓展已经取得显著进展。

未来我们将有计划和节奏的加强全球化布局，一是围绕重点国家构建我们的区域平台，二是加大销售和营销、技术支持和服务能力、团队的本地化建设，更好的满足市场和响应客户需求、扩大机会点的获取能力和商业闭环。同时，伴随中国新能源出海战略，伴随合作伙伴，我们海外的生产制造、供应链布局也会纳入下一步议程。

三、以客户为中心，为客户价值提升而展开的持续技术创新是我们的胜利之本

以客户为中心，是我们的核心价值观。以客户为中心，一是贴近客户，倾听客户的需求、声音，快速响应和服务好客户。一直以来，我们不断持续增厚我们围绕客户的组织建设，包括国内、海外多个贴近客户的代表处和区域服务中心的建设、靠近客户的区域生产中心建设，真正

做到把指挥所建立在听得到“炮声”的地方。

二是我们技术、产品、解决方案，始终需要围绕为客户创造价值、提升客户体验、降低客户端到端成本、提升质量开展工作。以此为中心的持续的技术创新，是我们的立身之本。

围绕BMS本身和BMS的下一跳，我们开展了第四代BDMU的开发，通过简化设计，软件协同和定义，为客户降低成本，降低部署复杂度。在未来，结合我们在电力电子领域已有的布局，我们在思考围绕“能量域”的角度，结合我们已经掌握的BMS软硬件、数据、电力电子能力和拓扑，重新梳理系统架构，在传统的OBC/DCDC/PDU等方面硬件深度整合、用软件定义能量域，这个已经在讨论中。包括围绕汽车电子的下一步展开，储能4S的演进、融合，不同场景的电控解决方案，背后需要的资源和能力、布局都将在下一个五年成为可能。

“择高处立、向宽处行”，是技术创新的本意和追求。不是所有的技术创新都一定是基础和高端创新，但我们立意要高远，不断试图向上捅破天花板，从终极思考的角度，回答我们未来核心的竞争要素是什么，哪里是属于力高的“无人区”，为此我们应该展开怎样的布局，有探索就有答案。

新能源领域无论是汽车电子还是储能，还在快速演进。技术创新需要有沉淀能力，在不同领域、不同区域的研发布局上形成合力，通过能力的积累，横向拉通应用场景、拉通产品开发和解决方案并赋能，这样我们就能形成更宽的作战面，快速响应和匹配市场的变化。由点到面，这些能力最终会成为我们的底座和护城河。

四、围绕战略、组织、人才的布局，强化内功，文化传承

面向更长远的未来，战略方向可以模糊的清晰，但战略的承接，达成目标、跨越彼岸，核心靠的是有活力的组织和高绩效的人才，以及与此相匹配的内功（流程、工具）建设，靠的是我们持续奋斗形成的一点一滴的文化传承。

我们对组织的核心期待，一是我们全员要建立学习型组织，世界千变万化，只有不断学习、自我演进的组织才能打赢战争、支撑商业成功；二是组织要高效，流程的优化和问题的解决从来不单单是IT部门的事情，靠的是作战组织的牵引和担责；三是组织不断对齐业务和战略机会，未来我们要保持灵活调整组织的能力，面对重大战略机会，实现组织、团队的快速重组和集结，我们每个主管也要接受和适应这种变化。

资源永远是紧缺的，支撑我们未来的发展，在人财物的核心要素里面，我们最缺的是干部、人才。用董事长的原话来说：“找到合适的人，空气都是香甜的”。

我们需要大量的干部、人才、火车头。如果我们要给人才画像，首先我们希望你是专业的，不论是在销售、研发、生产各个领域，不论是在客户界面还是内部团队管理和跨部门沟通方面。其次，我们期望你有全局观，我们最终瞄向的是商业成功，而不是“铁路警察，各管一段”。每个人都没有错，但事情走向和我们预期大幅偏离，这是很多组织会面临的问题；最后，我们强调要对结果负责，干部要有“强烈的目标达成意识”，使得我们敢于打破组织边界、驱动周边部门，敢于找到问题并推动解决，敢于呼唤炮火。“把信送给加西亚”^{*}，是我们原来在曾经的

^{*}《把信送给加西亚》，详见文章末尾拓展阅读

职业生涯里学到的第一课，是讲在缺少外部信息和资源的情况下，努力达成目标的故事，有机会的话，我们可以重温这篇文章。

从何处来，能到何处去，行稳且致远，根本上靠的是我们的文化和传承。文化不是定义出来的，是我们这些年一点一滴达成的团队共识。坚持长期主义、实事求是、艰苦奋斗、持续的技术创新，这些都是我们的宝贵精神财富，面向未来，我们能否薪火相传，让我们走的更远，我们能否不忘初心，千帆过尽，依然还是那个想要出发的少年，相信我们会给出自己的答案。

醉里挑灯看剑，梦回吹角连营，沙场秋点兵。波澜壮阔的画卷已经在我们面前徐徐展开，让我们整装待发，敢战善战，用勇气、行动和智慧赢得更加美好的未来！



刘峰先生(左2)向客户讲解公司产品

拓展阅读

《把信送给加西亚》

1898年美西战争期间，美国急需与古巴起义军领袖加西亚将军建立同盟，以协同对抗西班牙殖民军。但加西亚身处古巴丛林深处，行踪隐秘且无任何通讯方式，找到他并送达信件，被视为“不可能完成的任务”。

关键时刻，陆军中尉罗文接到了这项使命。面对总统的嘱托，他没有问加西亚“在哪里”“需要多少支援”“路上有什么危险”，而是毫无迟疑地立正受命，即刻启程。为避开敌军封锁，罗文乔装成水手秘密抵达古巴，随后钻进危机四伏的热带丛林。途中，他既要躲避敌军巡逻队的搜捕，又要克服暴雨、泥泞、物资匮乏等多重困境，没有明确路线就凭借智慧探寻方向，遇到语言障碍就用诚意沟通协作。

凭借坚定的信念和极致的执行力，罗文穿越战火纷飞的战场与险恶丛林，历经三周艰难跋涉，终于在古巴内陆营地找到了加西亚将军，亲手交付信件。之后，他又带着加西亚的回信，跨越同样艰险的路程返回美国，圆满完成了双向沟通的核心使命，为美古联军的协同作战奠定了重要基础。

这个故事的核心，是“不问条件、不找借口、对结果负责”的精神。罗文在目标模糊、资源有限的情况下，主动扛起责任，用行动破解所有难题。这与我们倡导的“强烈的目标达成意识”“打破组织边界推动问题解决”的人才要求高度契合。在我们冲刺百亿目标、开拓海外市场、突破技术难关的道路上，我们正需要这种“把信送给加西亚”的执行力——不纠结于“困难多少”，只专注于“如何达成”，以坚定的信念和高效的行动，攻克一个又一个挑战。



11月20日，备受行业瞩目的2025（第十五届）高工锂电年会暨十五周年庆典&高工金球奖颁奖典礼圆满落幕。

力高新能凭借其突出的商业价值、强劲的增长潜力与领先的技术实力荣获“2025高工金球奖——年度价值-快速成长”奖。



11月13日，以“共建AI生态 共创能源文明”为核心主题的2025中创新航全球合作伙伴大会在合肥盛大启幕。

在大会备受关注的表彰环节，力高新能凭借卓越的产品品质、领先的技术实力与全方位的服务保障，成功斩获中创新航颁发的“优秀供应商”奖项。这一荣誉不仅是行业头部企业对力高新能综合实力的高度认可，更是对公司在相关领域卓越表现的最佳褒奖。

萌新聚力 同启新高

力高新能第二届校招生拓展活动回顾



公司董事长 王翰超先生

当青春的脉搏与公司的发展同频，当新锐力量与行业浪潮共振，一场跨越烟台、合肥两地的成长之约，力高新能2024-2025届校招生拓展活动如期而至。公司高管、部门领导与新老员工代表齐聚一堂，以发展为基、以经验为引，为百余名来自各个岗位的同学，注入前行的信心与成长的力量！

沃土之上：力高的发展蓝图与成长机遇

“你们选择了新能源这个如火如荼的行业，而力高正站在能源革命的风口上。”公司董事长王翰超先生专程莅临活动现场，为校招生们锚定行业与企业的核心价值。

王翰超先生强调，力高横跨中国出口三大件中的两大领域，契合全球电动化、能源革命的大趋势。“从光伏风电到重卡、机器人电动化，新能源应用无处不在，而储能是分布式能源架构的核心支撑。”他勉励校招生，企业高速发展中蕴藏着无数机会，只要深耕本职、跟上公司节奏，就能实现个人与企业的共同成长。

“选择大于努力，但选择与努力同样重要。”公司总裁刘勇先生现场为同学们拆解了我们的发展：自2020年起连续五年业绩翻番，力高正向着既定的目标稳步迈进。这一跨越式发展的

背后，是力高深耕新能源汽车与储能两大万亿级赛道的战略定力，更是紧跟国家“双碳”战略、布局海内外市场的前瞻视野，目前力高正以“无天花板”的成长态势，为员工搭建起全球化的发展平台。



公司总裁 刘勇先生

研发中心总裁鲍伟先生以“选行业、选企业、选领导”的“三选法则”，为校招生们理清职业发展逻辑：“新能源行业是第三次能源革命的核心赛道，力高是高速成长的平台，而公司管理层的务实作风，将会为大家解决问题、释放才华提供保障。”他特别提到，在力高不存在“教会徒弟饿死师傅”的狭隘思维，反而希望新人快速成长、超越前辈。



研发中心总裁 鲍伟先生

“空杯心态、敢于担责、团结协作”，供应链&制造中心总裁何苏先生向应届生们提出了这三点要求。从校园到职场，角色的转变意味着思维方式的重塑。空杯心态不是否定过往的积累，而

是放下学生时期的青涩与浮躁，以谦虚的姿态向资深同事学习，将书本知识转化为解决实际问题的能力；敢于担责则是职场人的立身之本，公司的每一次突破、每一份成绩，都源于无数人主动承接任务、直面挑战的勇气；而团结协作更是力高发展的制胜法宝，唯有携手并肩，才能凝聚起推动公司前行的磅礴力量！



供应链&制造中心总裁 何苏先生

综合管理中心总裁姜明军先生特别提到，力高“以客户为中心、以贡献者为本”的核心价值观从未改变：“在这里，劳有所得是不变的承诺，你的每一份付出都会获得相应回报；上升通道完全敞开，随着公司规模的增长，校招生们有望成为组长、经理甚至更高层级管理者。对于校招生而言，加入力高，不仅是选择了一份工作，更是站在了能源革命的风口，与一家年增速超行业平均水平的企业共成长。”



综合管理中心总裁 姜明军先生

双地同心，薪火相传：从活动到行动

如果说高管的指引是灯塔，那么老员工们的分享便是脚下的路标。烟台、合肥两地管理者、

学长学姐代表们用亲身经历，讲述了自己的成长蜕变，带来最真实的职场启示。

管理层分享聚焦成长与战略：总裁助理刘洋先生从产品开发实战出发，强调“保持好奇心、实践中学习、注重团队协作”，鼓励新人融入项目积累经验；计划物控部总监蒋欣先生提出“跳出螺丝钉思维，培养全局观”；人力资源高级总监尹冠冰女士阐述公司人才战略，明确“以校招生为储备核心，推进全球化招聘”，呼应“以贡献者为本”价值观，构建全链条人才赋能体系；质量经理邓丰伟先生说道力高作为新能源行业优质平台的价值，强调企业与员工的双向认可。

现场，学长学姐代表也结合自身经历给出了建议，夯实新人职场底气。

与力高共赴璀璨未来

从烟台到合肥，从经验分享到互动交流，这场双地联动的成长赋能活动，不仅让校招生们收获了职场成长的实用方法论，更明晰了公司的发展蓝图。力高以高速发展为基石，以开放包容为土壤，以“以贡献者为本”为养分，为每一位年轻人搭建起实现梦想的舞台——这里有行业风口的红利，有清晰可见的上升通道，有携手共进的团队氛围，更有尊重人才、赋能成长的企业温度。

学长学姐们已在各个岗位发光发热，如今，接力棒传到了“新一代力高人”手中。愿大家都能带着空杯心态而来，怀着担当之心成长，在工作过程中，将青春活力转化为企业发展的动力；愿大家在力高这片沃土上，见证这场伟大的征程，也书写自己不负韶华、不负时代的精彩篇章！

未来已来，逐光而行。与力高携手，在新能源行业的浪潮中，共赴更加璀璨的未来！

第二届校招生拓展活动高能瞬间



一群怀揣梦想的年轻人，一次双向奔赴的相遇。

这里有成长的土壤、发展的舞台、温暖的伙伴。

愿每一位同学都能在力高的平台上，以青春为笔，以奋斗为墨，书写属于自己的成长答卷，与力高共赴新的征程！



微信扫描二维码

观看现场精彩视频

车轮上的革命： 我所亲见的绿色动力变迁

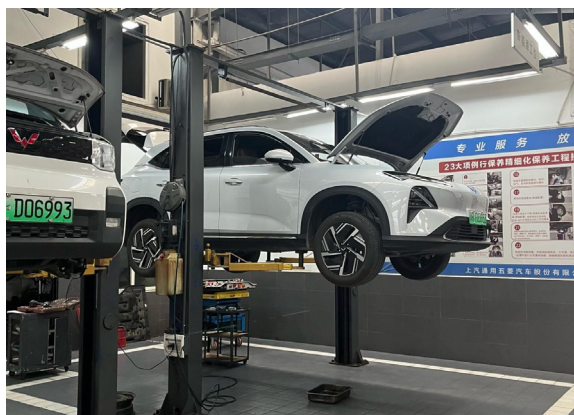
回 图文 | 吕茂桦 - 用户服务部

不知道你有没有注意？葱郁的山峰之间，广阔的平原之上和深壑的山谷之中，不知何时已经立起了一座座高压电塔，由长长的电缆线相互连接。线路蜿蜒纵横，如脉络般覆盖山河表里，将电力无声地输送至每一寸需要它的土地。电力，如今成为一种越来越重要的资源，对我们的社会产生着深远的影响。而新能源汽车作为电力资源的重要载体，正在书写汽车行业的新历史，而我一个初出茅庐的毕业生有幸进入了这样一个行业，加入了力高新能源这样的科技公司，得以见证这正在发生的伟迹。



作为一名用户服务部的技术支持工程师，我的日常工作便是处理市场端新能源车辆的报修工作。在工作中，我也接触了许多工人、车主、老板，从他们口中了解了许多对于新能源汽车的看法。在与4S店的维修工人师傅的交谈中我了解到，他们大多数因为日常接触电动汽车的零件与设备，知道这些部件的用料和品质都很过硬，所以都对电动汽车持肯定态度，也很有意愿

购买和使用。我见过的有些师傅就会开着自家品牌的电车，他们坦言，日常通勤与经济性都令人满意。但是也有一些师傅持否定态度，原因就在于他们认为电动汽车不够安全，续航不如传统汽车，而且电池故障只能找专业的人维修，不如传统汽车方便。



然而在用车频繁的小企业老板那里，如维修服务站，网约车司机等。电车却已成为他们精打细算的生意经里不可或缺的一章。近年来，随着新能源汽车的制造越来越成熟，相应的出售价格也在不断降低，再加上国家补贴、门店补贴等政策，一辆实用耐造的汽车在12w以内便可以拿到。而对于小老板这种年里程数在10000km以上的，电车的每公里能耗约0.1元，要明显低于传统汽车的0.6元，并且随着行驶里程的增加，成本节省越多，这笔省下来的真金白银，便是对企业主选择最直白的肯定。因此老板们往往比较青睐电车，并且以“行动”支持新能源汽车的发展。

同样钟爱电车的还有各种大型生产场景下的大型企业，如矿场、物流等。在真实见到矿产的生产场景之前，我对电力的所带来的强大动力表示怀疑，一度认为其产生的驱动力大小及稳定性无法与传统燃油相媲美，但现场的应用景象便是我疑虑最有力的回应。在矿场的下坡作业场景中，空车上坡后，装载重物下坡的过程中，通过动能回收将势能转为电能，所补充的电量甚至大于空车上坡消耗的电量，增长了车辆的续航。而这种场景下的司机师傅同样钟爱新能源汽车，一方面是因为企业对新能源汽车的工资补贴带来的收入增长，另一方面则因为告别了传统燃油车频繁换挡的疲惫，静谧与平顺的驾驶体验，本身便是一种解放。



聆听各方之声，如溪流汇海，我内心的图景也愈发澄明。正如炙手可热的石油资源对于工业时代的重要性一般，迅速崛起的电力资源在即将到来的AI时代有着不可估量的地位。在未来，电力变得越来越普遍，尤其绿电越来越多，新能源汽车已经成为趋势，低能耗和高性能的优势也会发展出更大的市场，同时固态电池技术的成熟将为新能源汽车筑上一道安全的防护河，提供给大众安心舒适的驾车乘车体验。除此

之外，储能设备等电力设施的需求也在不断增加，甚至无人机等低空经济领域设备的潜在需求，都意味着BMS及相应产品的装机市场在不断拓宽。而公司在决策层的高瞻远瞩中，早已布局迎接机遇的准备，为新一轮的成长积淀力量。而我，亦深感荣幸，能以一己之绵力，参与并见证这场奔涌向前的时代浪潮。



“

在新能源的浪潮中，
每一份力量都不是孤身向前。
国家在坚定能源变革的方向，
市场在加速拥抱绿色出行，
而我们力高——
在这条道路上实干、落地、攻坚。

为的是：
以清洁能源驱动美好世界

”

-20℃的雪原：一次交付，一生记忆



回 图文 | 周 煜 - 大客户系统部

在零下20摄氏度的雪原之上，230多公里风雪兼程的“雪路”尽头，我们抵达了力高与旭能合作的首个现场调试验收项目。这不仅是旭能首批采用力高第二代主控集成的储能设备落地的实践，更是我职业生涯中一次深刻而难忘的历练。于我而言，这不仅是一次技术交付任务，更是一段镌刻着坚韧、成长与信念的宝贵记忆。



雪原中的集装箱群

一、奔赴项目地：风雪无阻，初心如磐

刚完成工厂内的紧张调试，我和同事便马不停蹄地启程前往项目现场。11月27日，从承德南站出发，穿越层层雪域，驶向木兰围场，过围场县城后，能见度降低，随着地形逐渐起伏，积

雪覆盖的S214省道愈发艰险，车速被迫降至40公里/小时。行至陡坡路段时，车辆轮胎打滑，多次尝试爬坡未果，一侧便是深不见底的悬崖，形势危急。我下车到前面检查完路况后返回，刚好目睹一辆小车司机执意尝试却屡屡失败后折返，我们冷静评估风险，果断决定掉头，返回30多公里外的棋盘山镇休整一晚。

那一夜，寒风呼啸，小镇灯火微弱，但心中的责任感却异常炽热。第二天清晨6点，我们简单用餐后再度出发。这次经历让我深刻体会到



现场的梯子无法承担双人同时工作

李白诗句“欲渡黄河冰塞川，将登太行雪满山”的苍茫与艰难，也让我明白：在逆境中保持清醒的头脑、果断的判断，是前行的第一要义。真正的奔赴，不只是抵达目的地，更是在困境中依然选择出发的勇气，与公司同行，心系相同目标。

二、项目调试：“三起三落”，攻坚克难

抵达现场，映入眼帘的是被厚厚白雪覆盖的集装箱群，宛如沉睡的钢铁巨兽。我们的首要任务是拆除高压盒进行返修，由于其距地3米高，必须借助登高工具。上午检查时，发现一台集装箱摄像头脱落，螺丝散落，第一时间反馈厂家；下午着手作业，却发现单把梯子无法承载双人操作。联系旭能现场人员协助时，对方以“设备属你们责任范围”为由，要求我们自行解决。

面对压力与挑战，我们没有退缩。没有条件，就创造条件。经过反复尝试，我们最终协调到脚手架，搭建起安全高效的工作平台，顺利推进返修工作。



现场在脚手架上进行调试工作

整个调试过程可谓“三起三落”，每一次拆装都是对技术、耐心与团队协作的极限考验：

1. 第一落：主控通讯匹配问题

高压盒内主控BP63D1需去除CAN通讯匹配电阻，工厂已完成1/3，现场需完成剩余2/3的拆除与更换。我们逐个排查、精准操作，确保通讯稳定性。

2. 第二落：浪涌损伤采样芯片

闭合断路器时，LINK-与PACK-之间产生浪涌，威胁ADC采样芯片安全。经分析，我们将LINK-调整至PACK-侧，有效消除电压冲击，解决了这一隐蔽性强、危害大的隐患。

3. 第三落：预充接触器故障

上高压过程中出现预充失败，经细致排查，发现预充接触器线圈电源线正负极被接反。纠正接线后，系统恢复正常。

“三起三落”，不仅是三次物理上的拆装，更是三次心理上的涅槃。每一次问题的暴露，都是一次技术深度的挖掘；每一次故障的排除，都是对专业能力的锤炼。正是在这反复打磨中，我们实现了从“被动应对”到“主动预判”的成长。与团队并肩，勇于面对每一次挑战，肩负起每一份责任。

三、团队协作：聚力前行，赢得信任

在整个调试过程中，最让我感动的是团队的力量。面对高压盒整改前的复杂故障，公司软硬件团队第一时间赶赴现场，通力协作，快速定位问题根源。领导多次电话关心进展，亲自协调资源，给予我们坚定支持。这种前方后方的一条心，是我们最大的底气。

当旭能现场项目经理最初表示“自行解决”时，大家没有抱怨，而是用专业和担当回应质疑。通过一次次高效的问题闭环，我们不仅完成

了技术攻坚，更赢得了客户的尊重与信任。最终，项目顺利通过验收，成为双方合作的新起点，同心同行，齐心协力，一同迎接更高的挑战。

四、收获与感悟：风雪淬炼，砥砺前行

此次雪原之行，带给我的远不止一次项目经验：

- 专业上：深入理解了第二代主控集成系统的实际应用边界与潜在风险，积累了宝贵的现场故障排查经验；
- 心理上：在极端环境与高压任务下，学会了冷静应对、理性决策，提升了抗压能力；
- 协作上：深刻体会到“孤举者难起，众行者易趋”，唯有同心协力，才能突破重围；
- 信念上：更加坚定了“以客户为中心、以结果为导向”的职业信仰——交付的不只是设备，更是力高人的责任与承诺。

五、结语：

零下20℃的风雪，冻不住我们前行的脚步；230公里的险途，挡不住心中那份执着。这场雪原之旅，是一次交付，更是一次自我超越。它让我明白：真正的成长，往往发生在最艰难的时

刻；真正的记忆，总在风雪之后愈发清晰。

未来，无论身处何地、面对何种挑战，我都会铭记这片雪原上的坚守与拼搏——因为，那不仅是一次任务的完成，更是一生铭记的荣光，与团队同行，与力高同心，共同迎接更多挑战，迈向更加辉煌的未来。

“

木兰围场的风雪，
是这次交付最严苛的考官。

而力高人的回答只有：
再远的征途，也要与企业目标同心；
再大的挑战，也要与客户需求同向。

因为我们深知，
身后的每一步，
都关乎着
企业的信誉、行业的信任、家国的能源发展。

”



“徐”势而上 克难前行

记徐工FlexCube项目攻坚历程

回 图文 | 王无尽 - 销售北区

在销售生涯中，我们总会遇到些看似不可能拿下的客户。或者拿下后无法更进一步的客户，这些“硬骨头”不仅考验我们的专业能力，更考验我们的毅力和智慧，同时也让我们深刻理解了力高的核心价值观——以客户为中心。

一、从零碳矿山破冰：直击行业痛点

徐工集团的客户群体大多为偏远地区露天矿，这些矿区普遍面临电力设施缺乏、燃油费用高昂、环境艰苦等问题。特别是在高海拔、高寒地区，传统燃油车辆低温启动困难，严重制约了矿区的作业效率。

在这样一个行业痛点面前，徐工集团首次提出要通过“风光发电+高效储能+设备补能”的一体化解决方案来破局。这一创新的想法为我们打开了合作的大门，力高新能源的FlexCube产品，正是解决这一痛点的关键。



徐工工程机械现场

二、矿区场景定制师：解决徐工痛点

然而，真正的合作并不止于提供一个解决方案，“以客户为中心”也不仅仅是满足客户需求，而是在每一次沟通中与客户建立起深入的理解和信任。每一次与徐工团队的交流，每一次

技术方案的讨论，都是双方心与心的连接，并在共同目标的驱动下不断推进。我们不是在单纯地提供产品，而是在帮助客户实现他们的愿景，助力他们解决最棘手的问题。

从最初的需求对接，到中期的技术方案调整，再到后期的产品定制和优化，我们始终秉持着以客户为中心的理念，快速响应每一个变化，确保客户的需求被及时满足。与此同时，我与公司技术团队、销售部门紧密合作，打通了产品方案到实施落地的每一个环节。在这过程中，每一位同事的辛勤付出，都是同事们“同心协力”的体现。

随着和徐工工程机械各子公司和其部门近两个月的交流，定制化产品形态已经初具雏形。此后，产品方案进入终端验证阶段，后期我仍以徐工人员的身份前往徐工终端客户处，去车间、去矿区……把对矿区场景的理解进行蓝图描绘，以及经济性测算等方式，获得终端客户进行认可，最终验证我司FlexCube产品在市场上会很能打，并且具备长久的生命力！



徐工定制款Flexcube

三、以客户为中心，合作共赢

在与徐工集团的合作中，我不仅仅是作为一个销售人员，更是作为力高与客户之间的桥梁，推动着双方的共同成长。以客户为中心的核心思想并不只是口号，它深深植根于我们的工作方式、服务态度和每一次的创新努力中。



FlexCube正式进入徐工集团

每当我们遇到问题时，始终与客户同心，为他们提供定制化的解决方案。正是通过这样的深度合作，我们才能不断突破，取得成绩。

终于，2025年10月底迎来了我司FlexCube和徐工集团战略合作，并带来了首次两台套真实订单，待交付测试合格后将会批量下单。力高作为工程机械移动送电和移动拖电的唯一供方，未来，将在双方共同努力下，书写互利共赢的崭新篇章！



FlexCube备受海外客户关注

四、心得：客户开拓的“破局”与“深耕”

1. 客户开拓的本质：从“推销”到“价值共鸣”的转变

刚开始做销售时，我也曾陷入一个误区：总以为只要把产品功能讲清楚，客户自然就会买单。其实，客户真正关心的并不是产品有多好或价格有多低，而是这个产品能解决什么问题，对他们来说，带来的是怎样的价值。这让我明白，销售的核心并不是推销产品本身，而是要与客户产生共鸣，让他们感受到我们能帮助他们解决实际问题，带来切实的改变。

与其不断介绍产品参数，不如真正理解客户面临的挑战，帮助他们找到解决方案。

2. 信任的建立：从“初次接触”到“长期伙伴”的四个阶段

销售的过程，就是与客户建立信任的过程。在这过程中，我总结了四个关键阶段：

• **破冰阶段**：刚开始接触客户时，我们总是小心翼翼，避免直接推销。我通常选择从行业趋势、客户的痛点入手，通过“非功利性”的对话降低客户的防备，逐步建立自己的专业顾问形象。例如，通过与徐工集团的交流，我深入挖掘他们面临的行业痛点，了解他们业务部门在集团内部的地位和需求。

• **需求挖掘阶段**：这时，我转向了通过提问引导客户表达他们真实的需求，而不是直接给出方案。比如：“您现在面临的最大挑战是什么？”“如果我能解决这个问题，您希望我如何支持？”倾听时，我会记录下客户的关键词，然后在后续的交流中重新复述，这样能让客户感受到被理解。

• **方案匹配阶段**：在这个阶段，我不仅根据客户的需求调整方案，还会特别强调差异化价值，让客户看到我们的方案与众不同。例如，当

客户关注成本时，我就强调低成本试错的优势；如果客户要求高效率，我会强调我们的方案如何帮助他们迅速落地。

• **长期维护阶段：**销售的目标并不是一次性成交，而是建立长期的合作关系。项目的阶段性过后，我会定期分享行业动态、产品更新，甚至主动推荐其他潜在的合作机会。通过这种方式，客户逐渐认识到合作的价值不仅仅体现在短期回报，而是长期的战略收益。

3. 从“被动等待”到“主动创造”

在销售的过程中，我也意识到，传统的“找客户”的方式并不长久。随着经验的积累，我学会了主动创造机会，让客户主动找上门。通过分享行业见解、成功案例等方式，逐步建立起专业的形象，吸引客户的注意。

同样，在与徐工的合作中，我们刚开始只有BMS产品的合作，但随着产品需求的逐步深入，我们的FlexCube产品开始得到更多的关注。我们通过从单点突破到生态协同，将我们的业务逐步渗透到更广泛的领域。最终，徐工集团对我们的产品产生了浓厚兴趣，并推动了战略合作的形成。

4. 从“急于求成”到“长期主义”

客户开拓的过程更像是一场马拉松，我们必须有耐心、韧性，并坚定对价值的信念。刚开始做销售时，我也曾急于求成，想着尽快完成交易。然而，随着经验的积累，我意识到，接受拒绝是常态，而真正的成功往往在于我们在过程中的积累，而非单纯的结果。

在这个过程中，保持“空杯心态”，时刻准备学习与调整，才是打开长期合作的钥匙。

客户开拓的终点，并不是一次简单的“成交”。真正的成功是与客户建立起共生关系。这

关系的建立是长期的、双向的，最终的目标是让客户不仅主动选择我们，还愿意主动推荐我们，甚至与我们一起共同探索新的合作机会。只有这样，我们才算真正达成了客户开拓的成功。

最终得出以下公式：

客户信任=专业能力×共情能力×时间投入

徐工集团最终成为我们的战略合作伙伴，这不仅是一个单纯的合作关系，更是力高与客户共同发展的见证。每一个阶段性的进展、每一次的产品创新的背后，都有力高团队和客户的共同努力。我们不仅为客户解决问题，还在共同的奋斗中创造了更加深厚的信任和合作基础。

“

客户的痛点，是我们前行的坐标
以客户为中心，从来不是冰冷的准则
是扎根一线的倾听，是换位思考的共情
是久伴不离的坚守，是双向奔赴的成长

我们不用豪言壮语许诺未来
只用一次次定制化的打磨
一场场心贴心的沟通
将客户的需求放在第一位

只有与力高“同心”，坚守核心价值观
与客户“同心”，以客户为中心
才能在未来的市场中占据一席之地
共享成功的果实！

”

流程筑基，匠心赋能

力高新能首届质量月活动圆满收官

回 图文 | 张晓慧 - 质量部

2025年9月，力高第一届质量月在烟台、合肥、深圳三地启动，以“强化流程意识，构建体系能力”为主题凝聚全员共识。质量知识竞赛寓学于乐，31项改善提案落地生根，孙伟伟等“点子王”闪耀智慧光芒，金风送爽之际，力高质量月正深入推进、成果初显，精彩续航。

一、8D竞赛-深耕问题解决，赋能质量提升

“深耕问题解决，赋能质量提升”8D竞赛圆满收官！19份高质量案例汇聚实战智慧，10个优秀议题挺进决赛。赛场之上，各战队答辩从容、思路缜密，6支战队荣耀登榜，王君等6人获“8D Leader”称号。以赛砺技，匠心闪耀，实干铸就硬本领！



一等奖：质量改善战队（质量部），用实力诠释“质量为王”！

二等奖：攻坚战队（制造中心一部）、雷霆分析战队（产品开发中心），敢打敢拼，分析如雷！

三等奖：风暴战队（制造中心二部）、今日之星战队（质量部）、驭热战队（热管理系统研发部），各展所长，闪耀赛场！

当然，也要向所有参赛团队和裁判团道一声“辛苦了”！没有你们的全力以赴，就没有这场精彩的竞赛。获奖的8D报告优化后在内部共享，让好经验、好方法惠及每一个人！

这场竞赛不是终点，而是我们提升问题解决能力的新起点。期待每一位同事都能主动拿起8D工具、吃透8D方法、活用8D思维，让“会解决问题”成为自己的职场硬实力，成为公司发展的强动力。让我们并肩走在持续改进的路上，越走越稳、越走越远，一起创造更高价值！



二、制造中心一三部关键岗位技能比武-匠心筑梦展风采，技能赋能创未来

力高2025年关键岗位技能大比武拉开帷幕，81名选手赛场竞逐，战意盎然。仓库区，扫码核验、标签粘贴高效规范；FA操作台，芯片对位精准、锡点圆润饱满；设备维护区，feeder保养细致、拧紧枪维护高效；质量检测岗，“红兔子”验证严谨排查隐患；生产线上，PDU组装、SMT备料娴熟有序。这场比武既是“竞技赛”，更是“大练兵”，搭建了技能展示平台，构建“以赛促学、以学促干”机制。比武落幕，匠心永存，选手们将以赛场硬本领赋能日常，精益求精再前行。

三、制造中心二部-流程意识深入人心

公司以“体系能力+快速响应”双轮驱动践行“按流程办事”：体系化培训培育流程习惯，《快速响应办法》明确异常处置路径，实现“响应快、决策准、处置稳”。这既筑牢管理根基，又提升应变能力，为业务发展保驾护航。未来，力高模型将深化流程建设，让流程思维成基因、快速响应成常态，以高效执行推动高质量发展。

四、金点子闪耀·改善落地生根

在质量月的系列活动中，“改善提案”无疑是最具活力的“智慧引擎”——一句“小改善藏



改善前：

模具放在机尾，换模具时增加走动距离



改善后：

1. 统一样式
2. 设计模具端子盘一体工装
3. 工装架放在机头位置，减少员工换模、换端子走动距离2米

着大智慧”，道出了这项活动的核心魅力。截至目前，研发、生产、品控、物流及行政等部门已贡献47项有效提案，成功转化39例，每一条都凝聚着员工的实战思考。改善之路从无终点，每一次提案的落地都是新的起点，这种融入日常的改善精神，将成为企业持续前行的不竭动力。

五、研发流程专项培训·精准赋能

11月29日，【全价值链质量工程】专项培训顺利开展，为质量提升工作再添助力。本次培训聚焦质量体系、流程及研发质量管理，吸引销售、研发、生产等多部门人员参与，奥瑞思资深讲师向兴球深耕质量领域，围绕质量术语、IATF16949标准等核心内容细致拆解，结合APQC、华为等标杆企业实践传经送宝。参训人员提前到场、全神贯注，在理论与案例的碰撞中深化质量体系认知。这场培训不仅夯实了优化研发流程、筑牢质量防线的理论根基，更构建起“以赛促干、以训赋能”的质量提升闭环，让质量思维融入全价值链，为企业高质量发展筑牢基石。

六、步履不停：质量之路，唯有精进无止境

至此，力高第一届质量月活动圆满落幕，是持续改进的新起点。从8D竞赛的难题攻坚到技能比武的匠心闪耀，从流程优化的扎实推进到金点子的落地生花，我们不仅实现了质量的阶段性提升，更凝聚了全员共识。

质量强国，匹夫有责；力高发展，质量为基。未来，我们将把质量月成果固化为日常标准，让流程意识扎根、让匠心精神传承，以常态化行动践行质量承诺，在高质量发展的道路上稳步前行，书写更多属于力高的质量传奇！

拓展阅读

《力高质量方针》

质量优先, 以质取胜, 公司一切工作, 以质量为先。

质量优先:

- 1、视质量为企业的生命。质量是我们的价值主张和品牌形象的基石, 也是我们建立长期与重要客户关系和客户黏性的基石。
- 2、打造精品, 反对低质低价。以最终用户的体验为中心, 从系统、产品、部件、过程四个维度构建结果质量、过程质量和商业环境、口碑质量。
- 3、借鉴德国、日本质量经验, 结合力高实际, 建设尊重规则流程、持续改进的质量文化。
- 4、把客户要求与期望准确传递给全球合作伙伴并有效管理, 与价值链共建高质量和可持续发展。
- 5、尊重专业, 倡导工匠精神, 打造各领域世界级的专家队伍。
- 6、人人追求工作质量, 不制造、不流出、不接受不符合要求的工作输出; 不捂盖子、不推诿、不弄虚作假, 基于事实决策和解决问题。
- 7、落实管理者质量第一的责任, 基于流程构建质量保证体系, 建设能适应未来发展的大质量管理体系。

以质取胜:

- 1、时刻铭记质量是公司生存的基石, 是客户选择力高的理由。
- 2、我们要把客户要求与期望准确传递到力高的整个价值链, 共同构建质量。
- 3、我们尊重规则流程, 一次把事情做对, 我们发挥全球员工的潜能, 持续改进。
- 4、我们与客户一起平衡机会与风险, 快速响

应客户需求, 实现可持续发展。

- 5、承诺向客户提供高品质的产品、服务和解决方案, 持续不断地让客户体验到我们致力于为每个客户创造价值。

公司一切工作以质量为先:

- 1、质量管理的重视: 在企业或组织的各个部门和环节中, 质量管理被放在首位。从产品设计、生产到销售, 每一个环节都强调质量的控制和管理。
- 2、满足客户需求: 通过市场调研和数据分析, 企业能够精准地把握消费者的期望, 并在生产和服务过程中严格把控质量关, 确保交付给消费者的产品符合甚至超越其预期。
- 3、提升竞争力: 在质量优先的原则下, 企业不仅能够满足消费者的基本需求, 还能够通过不断创新和提升产品质量来增强自身的竞争力。当企业能够在品质上做到与众不同, 提供独特的产品或服务体验时, 便能在市场中脱颖而出。
- 4、质量文化的打造: 质量管理不仅仅是技术问题, 更是一种文化。企业应该打造质量文化, 强调“品牌是旗, 质量是杆”, 通过匠心智造和智慧制造, 确保产品质量的稳定和提升。
- 5、质量意识的提升: 质量意识是一个企业从最高管理者到基层每一个员工对质量和质量工作的认识和理解。质量意识自上而下, 管理层应起到表率作用, 以身作则, 提升全员的质量意识。
- 6、质量管理要素: 质量管理有“六大要素论”, 即人员、机器、材料、方法、环境和测量。其中, 人是处于中心位置的, 管理者的质量意识对员工的质量意识有重要影响。

职业发展 焕新启航

在新能源产业蓬勃生长的黄金时期，力高新能正以昂扬之姿驰骋于发展的快车道上。随着企业规模持续扩大、业务版图不断拓展，人才作为核心驱动力的价值愈发凸显。为让每一位贡献者都拥有清晰的成长路径，让每一份才华与努力都获得精准的价值认可，公司正式启动职级体系设计与建设工作，打造管理与专业并行的双通道发展机制。我们借鉴行业成熟管理经验，结合企业发展实际，为员工铺就通往未来的成长阶梯，携手共赴高质量发展新征程。

近年来，新能源行业市场规模持续扩大、技术迭代高速推进，但热闹背后暗藏多重挑战。技术更新快、市场竞争激烈且变化频繁、产业链条长而复杂，叠加相关政策动态调整，对企业及从业人员提出了更高要求。机会与挑战并存的当下，我们亟需以更专业的技术能力、更灵活的管理方式、更强大的人才团队主动破局。

力高新能正处于增速增量的关键阶段，想要长期立足行业浪潮、站稳脚跟并跑出优势，仅靠业务扩张远远不够。市场竞争需靠优秀人才抢占先机，技术难题需靠专业人才攻坚克难，供应链协同卡点需靠懂产业、善统筹的人才打通壁垒，政策调整适配需靠敏于洞察、精于落地的人才高效对接。人才，正是企业应对挑战、抢占发展先机的核心关键。

公司深刻认识到，企业的长远发展离不开员工个人价值的实现，而员工的持续成长终将汇聚成企业前行的磅礴力量。从核心技术突破到产业化落地，从规模扩张到全球赛道竞逐与国际化布局，每一步进阶都需要全体力高人携手同行，更需要通过人才赋能实现个人与企业的同步成长。

完善的职业发展体系、健康的人才发展环境，是人才扎根成长的沃土。基于此，公司计划

构建管理与专业双通道路径，通过完善职级体系培育人才、成就人才，既让贡献者实现价值跃升，也以人才之智筑牢企业核心竞争力。

双序列并行，适配多元成长

力高新能计划构建的职级体系与公司战略深度绑定，设有“管理”“专业”两大序列，为不同特质的员工提供专属上升渠道。



管理序列：聚焦组织效能，引领团队攻坚

管理序列以组织效能提升与业务落地为核心，为有志于带领团队、统筹规划的员工提供广阔舞台。从基层管理者到中高层管理岗位，每一级晋升都对明确的能力要求与责任担当，鼓

励员工在实践中锤炼管理思维、提升统筹协调能力，以卓越领导力引领团队攻克难关、创造价值。

专业序列：深耕技术沉淀，铸就行业标杆

专业序列聚焦技术突破与专业能力沉淀，为深耕技术、精进专业的员工开辟专属赛道。从初学者、独立贡献者、初级专业人才，到业务骨干、专家、顾问、业内权威，每一个职级都承载着对专业能力的认可与尊重，让员工能够心无旁骛钻研技术、打磨本领，成长为各自领域的行业标杆。

两条通道平行对等且相互贯通，支持员工根据自身特质、职业规划及公司岗位需求，经综合评定后自由选择发展方向，也可跨序列转换赛道，在最适合自己的领域实现稳步晋升。

科学评价 + 资源绑定，赋能价值跃升

公司职级体系构建始终坚守“以贡献者为本”的核心价值观，秉持“公平、公正、公开”的评价原则。职级评定以工作战绩为核心，同时全面考量员工的知识储备、专业能力、职业素养及发展潜力，建立科学量化的评价标准与透明规范的晋升流程，让每一次晋升都有据可依、有理可查。

同时，未来的职级体系将与薪酬福利、培训发展等资源深度绑定，让职级晋升不仅意味着

荣誉加持，更伴随着实质性的价值回报与成长赋能。公司将为不同职级、不同通道的员工量身定制培训项目与计划，提供丰富的学习资源与实践机会，助力员工持续提升核心竞争力，在职业道路上不断突破自我。

成长之路道阻且长，行则将至；未来之景心向往之，做则必成。力高新能的职级体系，是企业对员工的郑重承诺，更是与员工携手同行的契约。公司将加快推进职级体系的落地实施，期待职级体系及任职资格体系早日与大家见面。

我们坚信，在这套体系的支撑下，无论是渴望带领团队冲锋陷阵的管理型人才，还是立志深耕技术、攻克难题的专业型人才，都能在力高新能找到实现自我价值的广阔平台，让个人成长与企业发展同频共振。

在科学完善的职业发展体系加持下，我们既能在管理岗位上挥洒智慧，也能在专业领域里精益求精。与同事并肩作战，与企业同频成长，每一位力高人都能在自己的赛道上发光发热，实现职业价值跃升。而汇聚万千智慧与力量的力高新能，也必将在新能源产业的浪潮中乘风破浪，书写更加美好的未来篇章！

以梦为马，不负韶华。让我们在力高新能的沃土上，共筑成长阶梯，共绘美好明天！



力高核心价值观

“以客户为中心”解读

在力高，以“以客户为中心”不仅是我们的文化，更是我们前进的动力源泉。它代表了力高对市场的敏锐洞察，对客户需求的深刻理解，以及为客户创造持久价值的坚定决心。

——我们为什么要“以客户为中心”？

客户是力高存在的根本，如果没有客户，力高的存在将失去意义。

企业的最终目标是创造客户价值。无论是生产产品还是提供服务，最终目的是为了客户的需求，解决客户的问题，提升客户的体验和价值。**如果没有客户的需求和认可，力高就无法生存与发展。**

——什么是“以客户为中心”？

“以客户为中心”是力高所有工作和决策的核心逻辑和行动指南。——始终以客户需求为原点，以客户价值为目标，将“客户满意”贯穿于业务全链条，最终实现与客户的长期共生。

它不仅仅是对外部客户的关注，也包含了对内部团队和合作伙伴的理解与支持。

——“以客户为中心”的真正含义

“以客户为中心”要求我们始终把客户的需求放在首位，不仅满足客户当前的需求，更要提前预见并引导客户未来的需求。

客户成功才是我们成功的标志，因此我们需要在每一个环节中提供定制化的解决方案，而不是单纯的交易。我们要与客户建立深度的合作关系，让客户成功成为我们不断创新和发展的动力源泉。

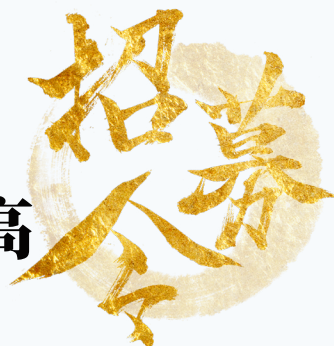
——“以客户为中心”我们应该怎么做？

主动沟通与需求调研：深入了解客户的痛点和需求，基于此推动产品和服务的持续创新。

结果导向：所有部门的工作都应围绕如何为客户创造价值来展开，而不仅仅是完成公司内部的任务。我们要始终问自己：“这一切，为客户带来了什么？”

快速响应：在客户有需求时迅速响应，提供定制化的解决方案，以最快的速度满足客户的需求。

《同路者招募令》 ——让优秀的人，遇见力高



如果你身边也有这样的人，
有冲劲、有担当、相信清洁能源能够驱动美好世界，
请把Ta带到我们身边。
凝聚优秀力量，共赴力高征途。

推荐职位类别	内推奖励金额（元/人）	备注
研发及关键业务岗位	1-2万元	全日制统招本科及以上学历，211/985优先录取。
其他岗位及上述岗位工作经验2年及以下人员(不含应届生)	2000元	——
生产类	200-500元	生产根据订单紧急情况调整推荐费200-500元

部分重点需求岗位

岗位名称	需求部门	工作地点	联系方式
海外销售经理、销售经理（BDU/BMS）等岗位	全球销售与服务中心	北京/上海/合肥/宁德/深圳	hr@ligoo.cn
结构设计工程师（BDU）、C++软件开发工程师等岗位	研发中心	北京/上海/合肥/武汉/深圳	
高级结构工程师、测试主管等岗位	储能系统开发中心	合肥/深圳	
资深项目经理、系统工程师等岗位	产品开发中心	北京/合肥	
资深电子元器件采购等岗位	供应链管理中心	合肥	
上位机开发工程师、自动化设计工程师等岗位	制造中心	烟台	
产品认证工程师等岗位	PCS开发部	深圳	
AQE前期质量工程师、体系工程师等岗位	质量部	合肥/深圳	



◀扫描二维码获取详细岗位



◀扫描二维码进行简历投递

以光引道 照亮征途

“我与力高的故事”图文征集

青葱岁月,艰苦奋斗的时光总是令人难忘
美好芳华,拼搏过后的收获总是让人珍惜
是否有那么一张照片,记录着曾经的你奋发向上、不负光阴
是否有那么一个瞬间,定格了你对未来美好的憧憬与希望

ACTIVITYCONTENT...

征集内容...

01 稿件征集:我与力高的故事

- 涵盖“我与力高的故事(含图)、活动感受、成长感悟”等多元方向,鼓励原创、真实、有价值的内容和图片。
- 形式:文章(故事、评论、散文、诗歌等不限);图片(工作场景、事件记录、员工风貌等不限)

02 经验、技术、知识分享

公司目前正处于超高速发展阶段,为促进内部技术分享与创新交流,现面向全体同事征集以下内容:

- 技术实践:项目中的创新解决方案、技术难点突破
- 经验分享:专业技能提升心得、工具使用技巧
- 行业洞察:前沿技术趋势分析、实用技术测评

PARTICIPATIONMETHODS...

参与方式...

- 字数要求:500字以上(诗歌等特殊题材不限)
- 命名要求:请以“投稿主题+部门+姓名”的格式命名稿件
- 投递邮箱/联系人: shihai.ren@ligoo.cn 任世海
- 稿费相关:稿件一经刊登,将根据文章/图片的内容质量,给予50-200元不等的稿费奖励。
- 不设具体投稿时间限制,欢迎随时投稿~



力高文化

Corporate culture

使命

提供世界一流的电能存储和电力驱动产品，
持续为客户创造价值

愿景

以清洁能源驱动美好世界

核心价值观

以客户为中心，以贡献者为本

经营理念

诚信 务实 敬业 创新



@力高新能源
官方公众号



@力高新能源
官方视频号



@力高新能
官方抖音号



以清洁能源驱动美好世界



力高新能源技术股份有限公司

电话：0551-66105555

E-mail: office@ligoo.cn

地址：

总部-山东省烟台市经济技术开发区古现街道衡阳路15号

合肥-安徽省合肥市高新区创新产业园C2栋南楼

上海-上海市浦东新区北蔡镇御桥路1220弄3号陆家嘴数智天地智慧谷T3栋

北京-北京市海淀区高粱桥斜街59号院长河湾小区6号楼

深圳-深圳市南山区科技园同方科兴科技园B栋