

力高人

LIGOO



在时间里积蓄力量
在变化中持续向上

总第4期

2026年05月

力高新能源战略方向：“一个花盆两朵花”

Contents

新闻·速递

扎根长三角，智造新未来：浙江力高智慧工厂盛大开业	01
CIBF 2026 力高全矩阵产品亮剑，伙伴齐聚共话新程	02
力高新能闪耀北京ESIE2026	02
力高新能携旗下品牌AlpSolarr全系列产品亮相SOLAR PAKISTAN 2026， 加速布局南亚储能市场	03

高管视角

从干部视角解读“以客户为中心，以贡献者为本”的核心价值观	04
------------------------------------	----

力高经“赢”

以共生铸筋骨 以协同胜战场——锻造中东非储能王者之师，决胜2030！	07
--	----

荣誉时刻

同心攻坚 使命必达——记制造一部 攻坚中的身影	11
-------------------------------	----

力高故事

一次跨岗位协同下的生产保障行动	12
生长：以捷运为翼，在增效攻坚中向阳而生	15

力高风采

向光 长 青春有为——青年节特别栏目	18
成长之后——青年节特别栏目	20

力高文化

力高核心价值观“诚信”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
-----------------	----

扎根长三角，智造新未来：浙江力高智慧工厂盛大开业

初夏的南太湖畔，万物葱茏，生机勃勃。4月26日，力高新能迎来了跨越式发展的又一里程碑——浙江力高动力科技有限公司（以下简称“湖州基地”）开业典礼在浙江湖州南太湖新区隆重举行。作为集团在长三角布局的首个独立运营实体，湖州基地的投产标志着总投资4.25亿元的“长三角新能源汽车控制系统智能制造中心项目”正式由蓝图变为现实。



见证“力高速度”的起航

仪式上，董事长王翰超先生向一直以来支持项目建设的湖州市区各级领导及战略合作伙伴表示了诚挚感谢。从去年项目启动到今天正式开业，力高仅用了短短半年时间；更是在短短五个月内实现了从签约到投产的跨越。这种“力高速度”的背后，是力高同事们与各方伙伴们克服种种困难、不分昼夜奋战的结果。

打造智造领域的“标杆工厂”

作为力高新能的智能制造中心，湖州基地具备以下核心硬实力：

顶尖配置：配备了行业先进的生产、测试设备以及全球顶尖的MES系统。

技术自研：坚持技术自主可控，聚焦核心工艺与装备的自主研发，实现了生产过程的全流程可视化与数字化。

规模效益：一期已建成10条SMT线、12条涂覆线等核心产线。二期项目预计于今年7月满产，届时年产值预计可达30亿元。

构建“近身服务”生态圈

湖州基地的选址极具战略眼光。紧邻重要战略合作伙伴零跑汽车，地处长三角新能源产业腹地，这种地理上的“近距离”带来了服务上的“高敏捷”。因此，湖州基地将成为合作伙伴最可靠、最敏捷的“核心供应链基地”之一。未来，力高将依托长三角的区位优势，不仅深耕国内市场，更将积极拓展海外高端市场。

真正的价值在明天的实干

“真正的价值，不在今天的庆典，而在明天的每一分努力每一分收获。”董事长的这句话引起了在场所有人的共鸣。

随着湖州基地的正式运行，湖州的团队规模也将从目前的300余人，在7月后扩增至1000人以上。这不仅是产能的扩张，更是力高文化在长三角的深度扎根。

站在新的起点上，全体力高人将以湖州为新起点，以实干为笔，共同书写属于长三角的新能源篇章！

CIBF 2026 | 力高全矩阵产品亮剑，伙伴齐聚共话新程

5月的鹏城，全球电池行业的眼光聚焦深圳。在第十八届中国国际电池技术交流/展览会(CIBF 2026)上，力高全面展现其在电池管理领域的前瞻洞察与系统级创新能力。

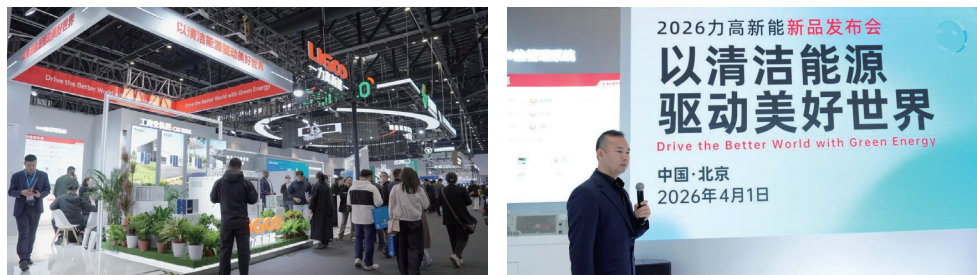
展会期间，力高展台吸引了众多产业合作伙伴与客户代表莅临交流。从整车厂到储能集成商，来自产业链各环节的老老朋友齐聚展台，围绕产品技术路径、场景化应用与未来合作方向展开深度对话。

多家行业媒体到访力高展位，通过直播镜头与线上观众实时分享展台盛况。记者们与力高专家实时对谈，从BMS前沿技术讲解，到AI云平台现场演示，将力高技术亮点传递给更多未能亲临现场的行业同仁。

5月13日下午，“极智新能·力高眼界”主题活动如期而至。三场技术演讲紧凑开讲，聚焦动力BMS迭代、储能BMS车规级安全、以及大模型赋能电池智能管理，随后进行的圆桌对谈正式将活动推向高潮。



力高新能闪耀北京ESIE2026



4月1日，ESIE2026作为储能行业备受关注的年度盛会，汇聚了全球上千家企业与海量专业观众，现场人气高涨、交流氛围热烈。力高新能携全场景储能解决方案重磅参展，凭借前沿技术与优质产品，吸引大批客商、行业伙伴及专业观众驻足参观、深入洽谈。

新品发布：重磅迭代，引领行业创新方向

本届ESIE展会，力高同步推出两款核心迭代产品——FlexCube移动储能系列解决方案与PULSE S4户储解决方案，以领先技术、灵活适配性与全场景服务能力，全面展现品牌在储能领域的技术积淀与全球化布局实力。



权威认证：品质赋能，筑牢全球市场根基

北京ESIE2026展会现场，SGS为力高新能源颁发认证证书，为公司品质实力再添权威背书。

力高储能电池及系统顺利通过CB (IEC 62619)、CE-LVD (EN 62477-1) 等多项国际权威认证，标志着获证产品在安全性、可靠性、性能指标等方面均达到国际领先水平，具备全球市场准入资质，获得国际市场广泛认可，为公司在全球市场的长远竞争构筑了稳固基石。

力高新能源携旗下品牌AlpSolarr全系列产品亮相 SOLAR PAKISTAN 2026，加速布局南亚储能市场

4月17日，为期三天的巴基斯坦国际太阳能展 (SOLAR PAKISTAN 2026) 盛大启幕。现场专业观众与合作伙伴在公司展台共探南亚储能新机遇，获得广泛关注与积极反馈。

巴基斯坦目前正经历严峻电力危机，受电力短缺、电价上涨及储能政策推动影响，储能市场需求持续升温。本届展会汇聚350余家展商、超3.5万名专业观众，印证了市场火爆程度。



从干部视角解读 “以客户为中心，以贡献者为本”的核心价值观

回 文 | 姜明军 - 高级副总裁&总干部部部长



姜明军先生（前排左1）陪同客人参观

力高成立的前十年是夯实基础，蓄势待发的十年，是春笋扎根、沐雨破土的十年。2020年力高将总部迁入烟台后，六年时间业绩增长了40倍，分析原因，天时、地利、人和三者缺一不可：

天时，即党中央将新能源汽车产业纳入制造强国建设重点，先有《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》明确将电控与电池技术作为攻关路线；后有“十五五”规划（2026-2030年）将新型储能正式纳入国家战略性新兴产业，聚焦于构建清洁低碳、安全高效的新型能源体系，并将其作为实现碳达峰、能源强国和中国式现代化的关键支撑。国家的顶层设计给力高新能提供了长期的行动指南，帮助我们找准了前进的方向；



地利，即在新总部所在地有了良好的营商环境，政策、金融、人才、土地等各要素配备及时到位，为力高发展提供充足的粮草和弹药；

人和，即全公司力出一孔聚焦新能源赛道，上下一心谋发展，步调一致扩市场，按照公司战略坚定不移落地执行。我们从战略、组织、市场、文化、人才、盈利等角度界定了经营范围，从而使力高能守住边界，形成定力，确保力高长期有效增长。



力高新能源产业园三期渲染效果图

客户是企业生存的唯一理由。

既然决定企业生死存亡的是客户，提供企业生存价值的是客户，企业就必须坚持以客户为中心的理念。就力高当前而言，整个公司的客户毫无疑问是可以给我们订单、让我们有持续利润的商业伙伴，但对于公司内部各个部门，是否能准确定位客户就很关键。

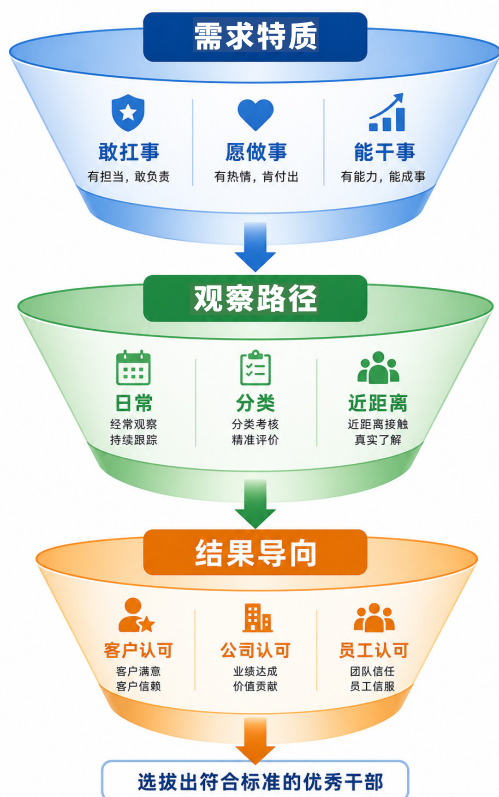
举个例子，建设运维部的客户是谁？

是需要支撑和服务的制造中心、研发中心、各地分子公司，办事处等；是否能给他们及时提供合格的园区、厂房车间、实验室、办公、食堂、宿舍等基础设施，并通过技改等手段持续节能降耗，节省运营成本；是检验建设运维部是否达

到以客户为中心的判断依据。

全公司二十多个一级部门组织以及上百个二级以下部门组织一定要深度思考部门组织存在的价值在哪里?找准你们的内外部客户是谁,并思考能为你们的内外部客户提供什么服务和价值。

随着力高业绩持续高速增长,公司员工也在急速的增加,在这个过程中,高层与中基层的持续密切接触和交流越来越重要,如果中基层不理解高层的意图,高层不明白中基层员工的想法,这对公司健康发展是极具破坏力的。



是否具备适应公司发展的能力, 已经成为摆在所有管理干部面前的一道考题。同时后备干部的培养、选拔、能力提升已经成为当务之急, 总干部部的任务就是要把树立正确选人用人导向作为重要着力点, 对敢于负责、勇于担当、善于作为、实绩突出的干部, 及时大胆筛选出来, 营造积极健康、干事创业的良好生态和环境。

在选人用人上体现讲担当、重担当的鲜明

导向, 把敢不敢扛事、愿不愿做事、能不能干事作为识别干部、评判优劣、奖惩升降的重要标准, 把干部干了什么事, 干了多少事, 干的事能否得到客户、公司和员工的认可作为选拔干部的根本依据。我们既看发展又看基础, 既看显绩又看潜绩, 要建立日常考核、分类考核、近距离考核的知事识人体系。

“知事识人体系”

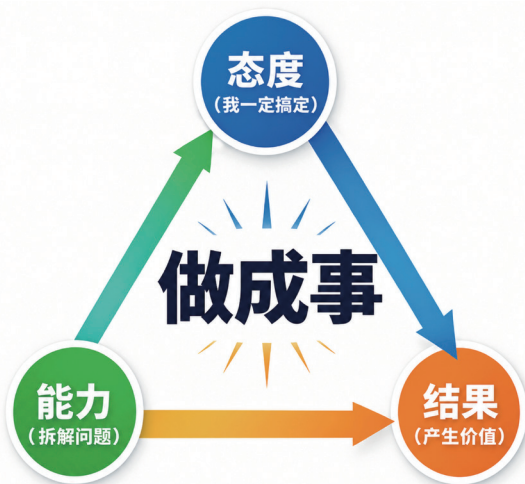
“知事识人体系”是习近平总书记提出的干部考核评价重要理念与制度, 要求“建立日常考核、分类考核、近距离考核的知事识人体系”, 旨在“使选出来的干部做到组织放心、群众满意、干部服气”。

该体系的核心目标是实现精准识人、科学用人。其建立的现实针对性在于解决干部工作中存在的识人不深、知事不准、评价不实等“中梗阻”问题。

要完善差异化考核评价体系, 引导干部树立和践行正确价值观, 推动干部能上能下、能进能出, 形成能者上、优者奖、庸者下、劣者汰的良好局面, 同时要坚决杜绝“劣币驱逐良币”的逆淘汰现象, 让“跑步机式干部”无处遁形。

要让所有干部把心思从求关注转向求实效, 在事情的判断上, 不是看上级主管是否认可, 而是以客户需求为导向。长官导向不扭转, 公司就会偏离客户导向, 就会出大问题。

我们一定要摒弃安于现状、明哲保身、唯上、推卸责任、发现问题不找根因, 只顾部门局部利益, 没有整体利益、不敢淘汰落后员工、不



敢拉开分配差距的落后思维，将人才的管理聚焦到人的价值观和能力管理，一个企业，必然是以客户为导向，而干部管理是实现业务目标的核心抓手。

力高能够持续成功，在很大程度上要取决于干部管理的成功。

没有结果的付出，全是成本；没有成果的执行，全是浪费；**执行力的终点，永远就是三个字：做成事！**

真正的执行力不是忙于做事，而是“态度+能力+结果”的闭环，态度是“我一定搞定”而非“我尽力了”；能力是拆解问题、协调资源，实现过程管控不偏移；结果是产生价值的成果。

执行力的终点只有一个：做成事！

我们通过什么维度来评价领导干部？从大的方面来说，一是以思想品德和价值观为底线；二是以责任结果为导向；三是以能力为基础。

价值观是思想品德的延伸，体现了干部员工是否可以步调一致、不打折扣的执行公司高层的战略规划，责任结果是价值贡献的通俗表述，其框定了最重要的判断标准，确保企业在一个稳定、简洁、透明的价值评价体系下，有效地识别和评价干部。

能力是干部能否承担各项任务必备的素质，能力的培养，需要个人在理论中汲取营养，实践中积累经验，不断总结和复盘；总干部部需

要针对公司不同岗位和级别，精准设计培训计划，有效提升专业能力、组织能力和协调能力。

与价值创造最密切的要素是：组织、干部、人才、文化。各级领导干部应该经得起考验，勇敢挑起大梁，以身作则、能打硬仗，善打胜仗，能稳定团队且激发团队战斗力，确保上下齐心、步调一致、不折不扣执行公司战略。

对于那些质疑公司战略、对公司失去信心、不能勇敢面对困难并感到恐慌的干部，说明他们承担这个担子有困难，各级组织应积极帮助他们退出当前领导角色和关键岗位，尽快安排有能力的人接替，由能经得起考验的继任者担任工作。

经过十六年的沉淀与积累，力高已经确立了符合自身发展的核心价值观，未来也将坚定不移的践行核心价值观，这将为有理想、有担当、有能力的人才提供全方位的职业发展路径。

公司战略目标已经明确：聚焦新能源电控系统、新型储能系统的产品销售、研发、制造与服务，两大万亿级赛道为力高长期高质量发展提供了广阔的舞台，持续为客户创造价值就是我们的生命线，只有成就客户，才能成就力高，成就力高的奋斗者们！

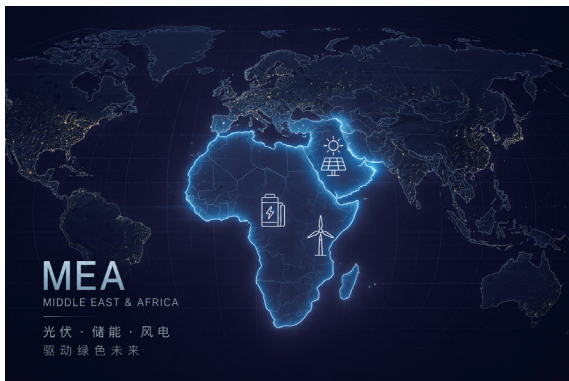
乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海，未来，让我们乘碳达峰、碳中和的时代东风，身肩力高使命，共同携手，带领团队，为实现公司百亿千亿的宏伟目标，贡献自己的智慧和力量！



以共生铸筋骨 以协同胜战场

——锻造中东非储能王者之师，决胜2030！

回文 | 王豪杰 - 国际销售部 中东非片区高级总监



在全球能源变革的浪潮中，传统化石能源对于大多数国家而言，仍受制于外部供给，能源自主成为绕不开的核心战略。中东非地区正处于新能源与传统能源交替的十字路口，也因此成为全球储能竞争的重要战场。作为深耕这片市场十余载的亲历者，我见证过无数品牌在风沙与竞争中崛起或沉寂。

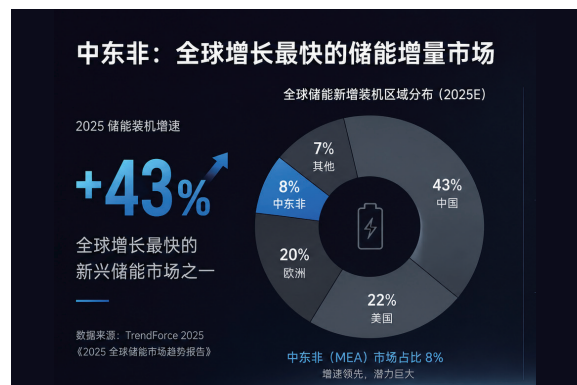
当前，各品牌都在加速布局这片增量市场。德业、锦浪、固德威等企业凭借先发优势建立品牌壁垒，思格、麦田等新晋品牌则依靠产品力快速抢占份额。而力高作为刚刚布局储能的新兵，品牌感知、产品成熟度、渠道渗透率均存在短板。唯有具备强大组织能力、高效协同与持续进化基因的团队，才能在冷酷竞争中杀出重围。

市场从不相信温情，商业博弈如同战场搏杀。集团对中东非片区组织架构进行系统性优化，拆分设立西非、东南非、中东三大地区部及能力中心，构建“地区部—分区—代表处”三级作战体系，推行营销、行销、全球技术服务“铁三角”协同机制。此次调整是学习《组织共生》思想，打造“互为主体、资源共通、价值共创、利润共享”的共生型组织，并借鉴现代化军队海陆空协同、特种作战思维重塑经营模式，为力高在

中东非破局突围、建立长期优势奠定组织根基。

一、百舸争流，中东非储能战场，我们凭何胜出？

中东非市场兼具“高增长、高复杂性、高竞争性”属性，是全球储能需求最旺盛、挑战最艰巨的区域之一。



数据来自TrendForce 2025

这里既有沙特、阿联酋等国推动能源转型带来的大型储能机遇，也有南非、尼日利亚、黎巴嫩等国电网薄弱催生的户用与工商储刚需。当前，德业凭借离网型逆变器超40%的市场占有率成为区域龙头；锦浪以技术优势抢占优质资源；思格、麦田则聚焦本地化适配。反观力高，我们起步较晚，品牌认可度与渠道覆盖深度仍需完善。

但差距不等于绝境。中东非市场从来不是“唯先发论”，核心竞争力是“贴近客户的组织能力、快速响应的协同能力、敢打必胜的战斗能力”。我们的优势是集团全力支撑的战略底气、十余载的本土洞察，以及架构调整赋予的组织活力。

《组织共生》提出，未来核心竞争力是“生态共生的能力”。优化后，我们不再是各自为战的功能部门，而是荣辱与共的命运共同体。地

区部作为前线指挥部，分区作为作战单元，代表处作为市场尖刀，营销、行销、服务作为海陆空三军。面对“百舸争流”，我们的答案清晰而坚定：以组织共生筑牢根基，以协同作战提升战力，在三至五年内补齐短板、超越对手，锻造中东非储能王者之师！

二、组织共生：架构调整的底层逻辑，打造赋能前线的生态体系

中东非片区架构优化，核心是从“管控型组织”向“赋能型组织”转变。每一项调整都直击痛点、贴合战场，为一线出海作战注入动力。

（一）拆分整合：从“总部统筹”到“地区部深耕”，实现精准作战

过去，中东非片区采用统一管理模式，难以实现对差异巨大市场的精准把控。此次我们将片区拆分为三大核心地区部，本质是“聚焦资源、贴近客户、精准发力”。

- 西非地区部：聚焦尼日利亚、马里、乍得等核心市场，深耕户储与工商储赛道，依托本地电网薄弱的刚需，快速推进产品落地与渠道布局。

- 东南非地区部：立足南非、肯尼亚等成熟市场，直面头部品牌竞争，以差异化解决方案抢占份额。

- 中东地区部：聚焦伊拉克、叙利亚、也门等大型分销市场，联动集团资源，攻坚区域大型分销商和EPC，为后续攻坚大型工商业客户及国家型大储项目蓄能。

三大地区部既独立作战又资源共享，彻底改变过去“一刀切”的模式，让组织更灵活、更贴近市场。

（二）三级体系：从“上传下达”到“一线主战”，压实经营责任

我们构建“地区部—分区—代表处”三级作战体系，核心是“授权下沉、资源前置”，让听得

见炮火的人指挥战斗。

过去，一线申请资源需层层审批，错失市场机遇；如今，资源前置到战场，代表处的需求可直达分区与地区部，形成“快速申请、快速落地”的高效机制，让一线将士无后顾之忧。

（三）平台中心：从“后台支撑”到“贴身服务”，强化共生赋能

平台中心的设立是架构调整的关键。能力中心配备HRBP、财务BP、商务、销管等专业人员，实现“贴近业务、高效赋能”。能力中心是与前线深度绑定的“共生伙伴”。

HRBP深入市场打造人才梯队；财务BP参与经营分析；商务销管保障订单与交付效率。后台不再只是支撑部门，而是与前线协同作战的“共生伙伴”。

三、军事协同：借鉴现代化作战理念，锻造立体作战的王者之师

商业竞争如战场，我们借鉴军事思想与组织架构深度融合，以“军事协同”提升“商业战力”，让每一次市场出击都精准高效。

（一）海陆空协同：铁三角机制，实现多维联动破局

我们将“营销、行销、GTS”比作储能战场的“海陆空三军”，打造“铁三角”协同机制，实现多维联动：

“铁三角”机制打破了过去各自为战的僵局。营销发现机会，行销制定策略，GTS同步支撑，形成“洞察—策略—落地—服务”的闭环。这种协同作战让我们的市场出击更有冲击力，弥补了品牌与产品的短期短板。

（二）特种作战：代表处尖刀突击，精准抢占市场

国别代表处作为扎根市场的一线尖刀，熟

悉本地政策、文化和客户需求，具备极强的单兵作战与快速应变能力。

同时，我们借鉴“特遣队”理念，针对重点项目组建跨部门专项小组，集中优势兵力打“歼灭战”。对于头部品牌占据优势的市场，我们不正面硬拼，而是聚焦细分赛道，以精准产品撕开缺口；对于新晋品牌，我们则以组织协同优势实现快速反超。

（三）快速机动：授权下沉与资源前置，提升市场敏捷性

储能市场瞬息万变，唯有具备快速机动能力的组织才能抢占先机。

过去，一线缺乏决策权，机会需层层上报；如今，我们将经营决策权与资源调配权下放至地区部与代表处。面对突发订单或竞品降价，一线团队无需等待审批，可自主调配资源快速响应。同时，我们将人力、物力资源前置到一线，形成“资源在前线、决策在前线、保障在前线”的格局。这种能力让我们在竞争中能够以快制慢、以灵制大，逐步建立优势。



四、学习型组织：持续进化，弥补短板、锻造核心竞争力

力高作为储能新赛手，唯有打造持续进化的学习型组织，以学习弥补短板，才能在三至五年内超越对手，成为中东非市场的王者之师。

（一）对标学习：向优秀者看齐，快速补齐能力短板

营销团队对标德业，学习本土经销商管理；行销团队对标锦浪，提升品牌感知力；产品与技术团队深入研究竞品适配方案，快速提升产品力。我们建立“对标学习机制”，定期分享标杆实践，引进先进经验，让组织能力实现跨越式提升。

（二）实战学习：在战场中成长，锻造能征善战的铁军

中东非战场是最好的课堂。我们坚持“在战斗中成长”，地区部定期组织实战复盘，针对项目攻坚与竞品应对总结经验。通过“老带新”机制传递本土战斗技巧，鼓励全员在实战中探索差异化策略。我们的将士需在风沙中历练，成为既懂市场又懂攻坚的复合型人才。



“老带新”现场接待客户

（三）共生学习：打破壁垒，实现全员协同成长

我们打破部门与区域壁垒，搭建全员共享的学习平台。能力中心整合产品知识与实战案例供全员调用；三大地地区部相互分享市场经验，营销、行销、GTS知识互补。这种协同学习让后台更懂前线、前线更具科学决策力，为组织整体进化提供持续动力。

五、全员奋进：凝聚共生合力，决胜三至五年，铸就王者之师

组织共生是根基，军事协同是方法，而全员奋进、敢打必胜的战斗精神，是我们决胜战场的“灵魂”。中东非储能战场的竞争，不仅是产品

与组织的竞争，更是意志的竞争。作为深耕市场十余年的老兵，我坚信，只要全体将士以共生凝聚合力，就没有超越不了对手！

（一）坚定信念：正视差距，更要坚信胜利

德业、锦浪的优势是时间积累的结果，而我们拥有集团全力支撑的战略优势、组织架构优化的协同优势，以及十余载本土深耕的洞察优势。

抗美援朝战场上，志愿军以劣势装备战胜美军；今天，我们同样要树立“敢打必胜”的信念。不畏惧对手的规模，不气馁短期短板，以“狭路相逢勇者胜”的精神，把差距变成动力，在三至五年内实现从跟跑到领跑的跨越。

（二）强化担当：压实责任，人人都是作战主角

共生型组织的核心是“人人都是主体”。明确各层级经营责任：地区部负责人要扛起区域大旗，确保目标达成；分区负责人要坚守一线，成为承上启下的枢纽；代表处将士要扎根市场，成为冲锋陷阵的尖刀；能力中心人员要贴身赋能，成为坚强后盾。我们要彻底摒弃消极心态，从“要我干”变成“我要干”，让每一个单元都充满主动作战的活力。

（三）深化协同：打破壁垒，凝聚共生战斗力

在中东非战场，没有任何一个部门可以独立取胜。我们要持续打破部门墙、层级墙，遇到困难共同解决，遇到机会共同把握，不推诿、不内耗，以协同凝聚战斗力，以合力决胜市场。

（四）坚守初心：以客户为中心

无论竞争如何激烈，客户的核心需求始终是“优质的产品、高效的服务、可靠的解决方

案”。我们要始终深入了解客户痛点，以优质产品赢得信任，以高效服务赢得口碑。唯有始终与客户站在一起，才能在残酷竞争中站稳脚跟，赢得市场，赢得未来！

结语：以共生赴使命，以铁血铸辉煌，锻造中东非储能王者之师

十余载风沙磨砺，我们将在中东非市场继续深耕渠道，完善我们的竞争壁垒；面对前堵后追的竞争格局，我们需持续优化组织，才能在未来自决胜储能战场。

当前，力高正处在**破局突围、跨越发展**的关键时期，集团高层给予的决策，为我们指明了战略方向，《组织共生》思想为我们奠定了组织根基，现代化军事协同作战理念为我们提供了动力，全体片区兄弟姐妹们的奋进精神则为团队持续注入活力。

市场竞争虽冷酷无情，但我们的信念始终火热坚定；前行道路纵有挑战，但我们的斗志仍昂扬饱满。未来三至五年，是全球储能市场的黄金发展期，也是力高实现破局突围的关键窗口期。让我们以老兵的坚守、将士的勇猛、共生的合力，在中东非这片热土上，攻坚克难、建立优势，让力高品牌在中东非储能市场熠熠生辉，为集团海外业务发展贡献磅礴力量！

我坚信，只要我们同心同向、敢打必胜、笃行不怠，力高中东非团队必将在三至五年内成为储能战场的王者之师，铸就属于我们力高的辉煌与荣耀！



同心攻坚 使命必达

——记制造一部 攻坚中的身影

五月伊始，订单激增。当交付高峰的指针猛然拨快2个月……

制造中心一部迎来了这份惊喜的同时，也接下了这场保交付的“大考”。

前方是客户信任堆起的重担，身后是五一假期一线人力暂时无法迅速补齐的难题。

此刻，没有退路，唯有向前。当巨大交付压力横亘眼前，一场关乎信誉、关乎责任、关乎我们共同阵地的攻坚战，已在无声中打响。制造一线的同事们，迅速行动起来——补位、调度、加班、协作。

一场与时间赛跑、靠人心聚力的攻坚，就这样在忙碌的车间里，悄然展开，也坚定推进……

01

孙文红 | 二楼SMT线长

“节奏越快，越要把线上稳住。”

带领线组，长期保持较高产能达成率。面对生产高峰与人员紧张情况，主动承担多条产线协调工作。持续带教新人，车间内70%以上熟手曾由她培养成长。



02

张付同 | 设备组ESD技师

“越是关键时刻，越不能掉链子。”

攻坚期间持续负责ESD在线监控系统运行维护工作，主动承担系统架设、异常处理及现场协调任务。面对高强度生产节奏，多次第一时间响应报警并快速排查隐患，同时持续进行新人带教，保障现场稳定运行。



03

张晓杰 | 模块生产组账务

“事情总得有人接得住。”

长期承担关键协调工作，多次在盘点及生产高峰阶段连续跟线保障现场运行。面对紧急工单与需求，始终保持随叫随到的工作状态。即便因特殊情况无法到场，仍持续远程处理各项工作，保障业务稳定推进。



04

张在起 | FA&检测 Coating测试员

“设备在升级，能力也得跟着升级。”

面对全新自动化烧录设备带来的技术挑战，主动学习设备逻辑与调试方法，持续扎根现场跟进异常问题，通过反复记录、分析与优化，不断提升设备运行稳定性与产品良率。日常工作中，同时承担多条烧录线故障排查与生产保障任务，用持续钻研与责任担当，为芯片烧录工序平稳运行提供了坚实支撑。



05

王杰 | Coating组自动化线长

“每一种不良，后面都得找到原因。”

面对自动化烧录设备上线后的不良率问题，持续扎根产线跟进设备状态，细致记录异常现象并深入分析问题成因，反复开展调试优化，有效提升设备运行稳定性与产品良率。同时兼顾多条烧录线故障排查与生产保障任务，用扎实的专业能力守住芯片烧录关键环节。



06

郭丙乐 | SMT检测技师

“检测这道关，不能把问题放过去。”

从实习生脚踏实地成长，持续在AOI检测与设备调试岗位工作，不断提升不良品识别与异常分析能力。在攻坚期间，及时发现物料丝印异常并快速联动相关部门完成整改，有效拦截品质隐患。持续优化检测程序、帮带新人，用严谨细致的工作作风守住产品质量关口。



前行的路上，没有谁天生耀眼。
但总需要有人，在关键时候站出来，把事情做好。



一次跨岗位协同下的生产保障行动

回 图文 | 任世海 - 人力资源部

五月，制造现场的节奏，突然被按下了“加速键”。

面对紧迫的交付任务，制造中心进入高负荷运转状态。设备持续运行、物料高速流转、各工序节奏不断加快，整个生产体系都在围绕同一个目标全力推进——保障客户交付。

对于制造中心而言，交付从来不是单一环节的事情。

它既考验生产体系的稳定性，也考验组织在关键阶段的协同能力。面对持续攀升的交付压力和五一假期人员短缺的窘境，公司迅速统筹内部资源，组织职能与研发人员进入一线车间，协同支援生产。

5月3日，相关负责人快速完成资源协调；5月4日，来自烟台地区的各部门同事放弃休假，回到公司开展培训。5月5日，支援人员正式进入产线。

从决定到上岗，只用了不到48小时。

与此同时，假期期间，公司每天还持续补充约70名人力进入现场支援生产。

那几天，整个公司的节奏都开始向制造现场靠拢。



5月4日上岗前培训现场

5月4日下午，来自不同部门的员工陆续走进培训室。车间班组长围绕现场操作规范与注

意事项进行讲解，大家认真记录、反复确认操作细节。

对很多人来说，这是第一次真正离产线这么近。

培训临近结束时，现场特意提醒：“线上的节奏会很快，一个动作慢了，后面工序都在等。”

直到第二天真正走进产线后，大家才真正理解到，制造现场里的“节奏”。

5月5日，支援正式开始。从贴片、测试到组装、装箱，各条产线上，都陆续出现了来自各部门支援同事的身影。原本更多出现在会议室、电脑前的员工，开始真正进入生产现场，与一线同事一起跟随生产流程与节奏运转。



每天进入车间前，大家都需要跟着班组长进行点名报道。

穿过闸机，便进入了风淋室，而从风淋室的那道门开始，很多原本停留在系统、流程与数据中的“交付压力”，真正变得具体起来。

快节奏、高压力的生产状态下，现场几乎没有“缓冲”的空间。

一道工序慢了，后面的环节势必就会受到影响；一个环节出现波动，后续生产就必须进行调整。

而对于制造现场而言，“保交付”从来不只是简单把产量拉上去。

它意味着在持续高强度运转状态下，依然保证生产稳定、工序稳定以及良品率稳定。

现场对于质量的要求，十分严格。现场就有一位线长因为良品率问题，当场严肃指出员工操作中的偏差。

“做100个，就能出现不良？你这个工作是怎么做的？”

现场气氛一度有些紧张。

但很多人也是在那一刻，意识到了：制造现场里的“快”，从来不是牺牲标准换来的。

越是在快节奏的状态下，越需要对每一个动作、每一个细节保持稳定。

因为对于直接面向客户供货的生产同事来说，效率和质量，从来都必须同时成立。



公司的同事们都知道一线很忙，知道订单紧、任务重，也知道生产现场始终处于高强度运转状态。

但这种“知道”，和真正站在产线上，亲自感受一下，亲自看到产品从自己的手中完成包装进入物流运输，是两种完全不同的感受。



“站了一天，腿都是麻的。”有人晚饭的时候

这样感慨。

比起身体上的疲惫，更让人印象深刻的，是那种持续不能停下来的节奏感。也正是因为这样的亲身体验，很多过去停留在认知里的“生产压力”，真正有了具象的理解。

有人担心自己不够熟练，会不会影响后续环节；有人为了尽快跟上速度，主动晚一点去吃饭；还有人意识到，看似简单的重复动作，实际上需要长时间保持高度专注。

而车间里，其实很少有人刻意去强调“辛苦”。更多时候，只是一线同事一句很自然的提醒：

“别着急，先做稳。”

也或者是发现谁跟不上节奏时，顺手帮忙接一下后面的工序。这种默契，很多人过去并没有真正感受过。

那几天里，很多原本在办公楼里碰不到的人，也第一次开始和一线员工一起排队吃饭。大家口中聊的话题，也从会议、方案，变成了当天的生产节奏、产量，还有哪个工位最容易影响整体效率。

有人饭吃到一半，又先回了产线。也有人为了早些完成当天的生产任务，决定晚些时候再去吃饭。

很多变化，就是在这样的过程中慢慢发生的。所有人都能明显感受到，那段时间，整个厂区的目标十分地一致。

所有资源，都在向生产倾斜。所有岗位，都在围绕交付运转。

对于长期奋战在一线的同事来说，这或许只是一次已经习惯了的紧急生产任务。

他们早已经习惯了这样的节奏，也习惯了在高强度运转下，把每一道工序继续向前推进。

但对于第一次真正进入现场的人来说，这几天带来的变化却十分直接。

有人更深刻地理解制造体系背后的复杂协同，也有人意识到，原来一个看似“差不多”的动作，在现场可能就意味着完全不同的结果。

因为在生产现场，“差不多”的后面，真的有人在等。



5月7日，支援接近尾声。

很多人离开车间时，身上还带着明显的疲惫感。但相比5月4日下午刚走进培训室的时候，很多东西已经悄悄发生了变化。

后来再提起那几天时有同事感慨说：

“以前总觉得自己离产线不远，但真正站进去之后才发现，很多理解，必须亲自站在那里，才会真正明白。”

很多人说，这只是一次特殊阶段下的临时支援。

但对于公司而言，这不仅仅是一次生产协同，更是一种组织协同能力的体现。

当交付压力真正到来时，不同岗位迅速进入同一步调，共同向同一个目标推进；原本分散在不同系统中的人，也在这一过程中真正形成了连接。

对于一家持续成长中的企业来说，稳定交付的背后，从来不是某一个部门单独完成任务。而是所有岗位在关键时刻共同扛起责任、彼此协同支撑的结果。

而这种协同，本身也是企业持续生长的重要力量！

有人在现场盯质量，有人在协调物料，有人在处理设备异常，也有人不断调整生产计划与工作节奏。

很多平时存在于流程、系统和会议里的工作，在那几天里，都变成了真实而具体的协同和理解。

而这种彼此理解、彼此支撑的过程，本身就是一种很重要的组织力量。



诚信
Chengxin

务实
Wushi



敬业
Jingye

创新
Chuangxin



生长：以捷运为翼， 在增效攻坚中向阳而生

回文 | 邵梅 - 仓储物流部

在力高新能源的发展版图上，“生长”从来不是单一维度的规模扩张，更是藏在细节里的效率迭代、能力进阶与团队蜕变。当业务规模持续攀升，供应链物流的每一个环节，都成为决定企业竞争力的关键触点。捷运增效攻坚队的实践，正是力高“生长”理念最生动的注脚——他们不追求一蹴而就的突破，而是在物流全链条的每一个节点上反复打磨、持续优化，在解决问题、突破瓶颈的过程中，实现了团队能力与工作效能的双向生长，也为公司供应链韧性建设注入了强劲动力。

近年来，力高业务迎来大幅增长，订单量激增的同时，也给包装、物流环节带来了前所未有的挑战：来料超负荷、仓库面积不足、物流成本居高不下、交付响应效率亟待提升……

一系列痛点交织在一起，既制约着产能的释放，也考验着供应链的抗压能力，就在这样的背景下，捷运增效攻坚队正式扛起了“降本增效”的大旗。

“第一步，是直面问题，而非回避困难。”这是捷运增效团队在实践中达成的第一个共识。起初，团队面对的是一团乱麻的现状：仓库布局不合理，物料堆放杂乱，找货、取货浪费大量时间；包装方案单一，既增加了材料成本，也不利于运输过程中的防护；运输模式固化，部分线路成本偏高，紧急订单的响应速度跟不上需求……面对这些问题，团队没有急于出台“一刀切”的优化方案，而是选择沉下心来，从源头梳理问题、摸清痛点。

那段时间，团队成员分成几组，扎根车间、

仓库与物流一线，每天跟着物料流转的全流程，记录下每一个环节的耗时、每一处存在的浪费、每一个潜在的优化点。

在团队全体成员的共同努力下，凭借多年的供应链管理经验和专业的视角，对包装、运输环节进行了细致地调研与分析。他们发现，公司此前的包装采购缺乏系统的成本分析，一次性包材的使用不仅成本偏高，还存在资源浪费；在运输环节没有建立科学的核价机制，与供应商的谈判缺乏数据支撑，导致部分线路成本居高不下。



正在检查物料数量

基于这些调研，团队初步形成了“以捷运保交付，以增效降成本”的核心思路，制定了初步的优化方案：优化仓库布局，提升仓储面积使用率；引入多种包装方式，降低包装成本；创新运输模式，开通专线提升响应效率。但方案落地的过程，远比想象中更复杂，反复调整、不断试错，成为团队生长路上的常态。

在仓库布局优化方面，团队最初的方案是简单调整物料堆放位置，试图通过压缩堆放空间来提升使用效率。但实施后发现，这种调整虽然短期增加了仓储面积，却导致物料分拣效率大幅下降，反而增加了人工成本，与“增效”的

目标背道而驰。

“优化不是简单地‘挤空间’，而是要实现‘空间利用’与‘分拣效率’的平衡。”团队也迅速调整思路，放弃了“一刀切”的堆放调整，转而根据物料的使用频率、规格大小，重新规划仓库区域，将常用物料放在靠近捡料区域，小众物料集中规范堆放，同时引入分区标签管理，优化分拣流程。



仓库一角

包装环节的优化，更是一场“细节制胜”的攻坚战。起初，团队引入了几种新型包装材料，试图通过材料替换降低成本，但试用后发现，部分新型材料虽然价格低廉，却存在防护性能不足的问题，导致产品在运输过程中出现损坏，反而增加了返工成本和客户投诉。

“降本不能以牺牲品质为代价。”团队立即暂停了新型材料的推广使用，转而开展全面的包装方案评估。

重新梳理不同产品线的包装需求后，又针对吉利、零跑等大客户的产品特性，定制专属包装方案；同时引入物流包装成本分析模型，对每一种包装材料的成本、防护性能、使用寿命进行量化分析，筛选出性价比最优的方案。

在这个过程中，团队提出了循环包装自营的思路——此前，公司的循环包装主要依赖外部合作，成本偏高且灵活性不足，团队认为，实现循环包装自营，不仅能降低成本，还能提升包装周

转效率，更好地配合客户需求。

但循环包装自营要想实现从0到1的突破，难度远超预期。

从包装模具的设计、材料的采购，到周转流程的搭建、人员的调配，每一个环节都需要重新摸索。团队先后对接了多家模具厂家，修改了十几次设计方案，才确定了符合产品特性的循环包装规格；在周转流程搭建上，多次出现包装周转不及时、调度混乱的问题，团队通过建立专人负责机制、优化周转路线，逐步解决了这些难题。经过三个多月的反复打磨，循环包装自营模式终于落地，不仅为吉利、零跑等大客户降低包装费用累计超43万元，还提升了包装周转效率，减少了资源浪费。

运输环节的优化，同样充满了探索与调整。起初，团队计划通过开通专线运输，降低长途运输成本，但在与供应商谈判的过程中，遇到了不小的阻力——部分供应商不愿降低报价，认为专线运输会增加其运营成本。面对这种情况，团队提出，建立科学的运输核价模型，用数据说话，与供应商开展平等的商务谈判。收集了近一年的运输数据，分析了不同线路的运输成本、时效、运力需求，建立了完善的核价模型，明确了合理的报价区间。



团队正在与供应商进行开会谈判

凭借详实的数据支撑，团队与供应商展开了多轮谈判，不仅成功说服供应商降低报价，还开通了多条专线运输，有效缩短了运输时效，同

时推动多条运输线路及三方仓库成本下降13%-17%。此外，团队还引入了多种高效运输模式，针对紧急订单，协调专车运输，确保“再急的货也能及时响应”；针对批量订单，采用拼车运输模式，进一步降低运输成本。这些调整，不仅提升了交付响应能力，还为公司节省了大量运输费用，为降本增效目标的实现提供了有力支撑。

在整个攻坚过程中，团队的成长与变化，同样令人动容。起初，团队成员来自不同的岗位，专业背景、工作思路各不相同，在方案讨论时，常常会出现意见分歧——有人更注重成本降低，有人更注重效率提升，有人更关注一线实操的便利性。但随着工作的推进，大家逐渐学会了倾听彼此的意见，学会了从全局出发思考问题，从“各自为战”转变为“协同作战”。

截至目前，捷运增效团队通过一系列优化措施，累计使公司包装运输降本超300万元，其中一次性包材采购成本平均每月降低约17万元，仓库面积使用率大幅提升，物流响应效率显著提高，为公司的持续盈利及市场竞争力提升提供了卓越贡献。但团队并没有停下脚步，因为他

们知道，“生长”是一个持续不断的过程，没有终点，只有连续不断的新起点。

如今，面对公司业务的持续增长，捷运增效团队又开始了新的探索：进一步优化物流全链条流程，引入数字化管理工具，提升供应链的智能化水平；持续创新包装、运输模式，挖掘更多降本增效的潜力；加强与各部门的协同配合，推动供应链全链条的高效运转。

在我们力高“生长”的浪潮中，通过捷运增效团队的实践得出：生长从来不是一帆风顺的，它藏在每一次直面问题的勇气里，藏在每一次反复调整的坚持里，藏在每一次协同作战的默契里，藏在每一次能力提升的蜕变里。他们以捷运为翼，以增效为标，在攻坚路上不断扎根、拔节、向上，不仅实现了工作效能的提升，更诠释了力高人“务实、诚信、敬业、创新”的精神，为公司的持续发展注入了源源不断的力量。

未来，相信这支在实践中成长起来的团队，将继续以初心为舵，以专业为帆，在降本增效的道路上持续探索、不断突破，用更多的实践与成果，书写力高的新篇章，与公司共同成长、共赴远方。



向光生长 青春有为

在新能源行业高速发展的今天，青年，正成为推动创新与突破的重要力量。

青年，不只是年龄的定义，更是一种始终向前、主动担当的力量。

这个五四青年节，我们邀请了几位青年奋斗者，分享他们关于成长、责任的思考。

愿每一次向上生长，都汇聚成企业前行的力量！

Q&A 环节

五·四青年节特别栏目

在这个青年的节日，
我们青年同事们，
有话要说！



Q1

刚进入公司时，你对工作的理解，和现在相比，有什么变化？



卢正辉
PCS开发部-软件工程师

A:

刚进入公司时，个人还是比较快速适应的，因为自身的成长环境，可能已适应经常变化的场景和环境。对于工作的理解，我个人感受比较深的是标准，责任。因为公司的质量方针是质量优先，以质取胜，公司一切工作，都以质量为优先。要想将这个方针完全体现，少不了对于自身节奏以及和公司业务节奏的控制。因为最初我认为把自己手头的工作做好就行了，但是经过入职后这段时间的工作，也让我知道了，在完成工作的情况下要考虑各种可能发生的意外或者可能遇到的风险，需要及时的和同事进行沟通，串联各部门。达到百分百成功，才是对质量的保证。也提高了我对公司业务流程的一个认知。



张博宇
国际销售部-销售经理

A:

刚入职做欧美车厂BMS交付项目时，我一度觉得项目管理只是按流程推进、盯节点、做报表就够了。后来慢慢才真正理解，国际项目尤其是对接海外车厂，标准从来不是纸面条款，而是客户真实的品质诉求、交付节奏和长期合作信任。

不只是把任务做完，更要站在客户视角、站在全生命周期维度去预判风险、前置沟通。

同时也读懂了团队协同的意义，一个项目落地离不开研发、测试、供应链各环节配合，单打独斗走不远，靠谱的配合、及时的同步、互相补位，才是项目平稳交付的底层支撑。

Q2

什么时候你开始觉得，自己不再只是“在适应”，而是可以主动承担了？



张博宇
国际销售部-销售经理

A:

是第一次在这种周期紧、要求高的项目上遇到多次重大变更时。前期海外客户需求频繁调整、跨部门接口多、交付窗口期又紧，一开始我只是被动接收需求、传达任务。直到中途出现节点承压、客户有潜在诉求顾虑，领导和团队把统筹协调、对外对接、风险兜底的工作完全交到我手上时，我突然意识到：我不再只是执行环节的一员，而是整个项目交付结果的第一责任人。从主动梳理需求边界、排定细化计划，到提前预判供应链和研发卡点、主动和海外客户同步进度、化解预期偏差，每一个决策都直接影响项目成败和公司口碑。那一刻开始，做事不再是“做完就行”，而是凡事往前多想一步、多兜底一步，对最终交付质量和客户满意度全权负责。



梁赵群
研发中心-算法工程师

A:

刚入职的时候，更多还是跟着师傅学习，主要负责一些基础性的工作，比如文档整理、功能调试等。那时候会更关注“怎么把事情做对”，很多问题也会习惯先听师傅的思路。

转正之后，开始独立负责部分需求开发，需要自己修改代码、分析问题并推进任务落地。大概入职半年左右，我明显感觉自己对整个业务和算法逻辑理解更透彻了，不再只是按照要求去执行，而是会主动去思考方案是否合理、后续可能存在什么风险，以及有没有更优的实现方式。

也是从那个阶段开始，我觉得自己慢慢从“适应岗位”，转变成了真正能够主动承担工作责任的人。

Q3

如果现在再让你回到刚入职的时候，你觉得自己会在哪一件事上做得不一样？



卢正辉
PCS开发部-软件工程师

A:

再让我回到刚入职的时候，我觉得自己会在，刚出差的时候做的事情会有不一样的选择，因为其实出差是公司给予员工一个更广更宽的一个学习和交流的可能性，也代表公司对于一个员工的能力的信任。我应该更加把握这个机会去多和不同办公地方的同事多交流从而提高对于公司项目的理解和进度能够更加高效的完成工作。也可以为后续各部门之间的联合和交流工作合作过程能够更加顺畅。



林志佳
产品开发中心-软件测试工程师

A:

刚入职的时候，遇到问题时会比较依赖领导协调，自己主动沟通和推进问题的意识还不够强。

随着参与项目越来越多，我逐渐意识到，测试工作很多时候不仅仅是发现问题，更重要的是及时和开发、产品等相关同事沟通确认，尽快推动问题解决，并同步反馈项目进展。

如果现在再回到刚入职的时候，我会更主动地去沟通和复盘总结，减少信息传递上的偏差和等待时间，也能让自己更快融入团队、提高工作效率。

成长之后

五·四青年节特别栏目



“

责任

主动

拼搏

担当

向上 成长

成长,不是突然变得优秀,
而是在一次次承担中,
逐渐变得可靠。

复盘

目标感

韧性

”

Q1

成为管理者之后,您看待“责任”这件事,有没有发生变化?



A:

韩延富
动力产品质量部副总监

工程师也好,管理者也好,不同阶段对履行责任的认知没有变,变的是责任的具体定义与边界,换句话说,从切实的履行职责到基于团队和业务的发展去定期调整职责,保证团队的效率最优、公司的利益最大,我也相信,每一位合格的管理者,不管在什么岗位,首先都要清晰的知道自己的责任,并切实履行,这是基础。



A:

伍洋
采购开发部-二组采购经理

责任本身的含义并没有改变,但角色变了,承担的范围也变得更大。以前更多是对自己的工作结果负责,把自己的事情做好;而成为管理者后,需要对团队的状态、项目的推进以及最终目标的达成负责。管理不仅仅是分配任务,更重要的是在方向、协同和结果上承担起责任。团队遇到问题时,不能只是等待别人解决,而是需要主动去判断、协调和推动,确保整个业务能够稳定、高效地向前运行。我觉得,成为管理者,意味着拥有了更大的能力与资源,同时也意味着要承担更多责任。最终,管理者需要对团队的结果负责,也要对团队成员的成长负责。

Q2 您觉得一个人的成长，取决于环境和自己的努力的比重是怎样的？



韩延富
动力产品质量部副总监

A: 个人的成长并不能说到底个人努力重要还是环境重要，应该结合团队成员特点，当我从校园进入企业时，环境更重要，完善的流程机制、优秀的企业文化可以让一个新人快速成长，当我从工程师转为模块专家时，个人努力更重要，只有主动学习、深入学习，积累行业经验，总结技术要求，才有带领团队攻坚克难的资本，两者在职业生涯的不同阶段，互为支撑。



伍洋
采购开发部-二组采购经理

A: 我觉得，一个人的成长，环境和个人努力都很重要，但真正决定成长上限的，还是自身的主动性。

无论处在什么环境中，都会有积极的一面，也会有困难和挑战。关键在于，自己想成为什么样的人，以及愿意为实现自己的价值付出多少努力。很多时候，成长并不是单纯依赖环境“给予”什么，而是学会去适应环境、利用环境，把有利的部分转化为自己的成长机会，再结合自己的思考和行动，慢慢积累、不断提升。

我认为，当一个人始终保持主动成长意识时，成长其实是一件自然而然会发生的事情。

Q3 您现在最看重年轻人身上的哪种特质？



韩延富
动力产品质量部副总监

A: 我们公司仍处在业务快速增长、团队快速扩张阶段，我们在挑选人才、培养人才方面，更倾向于积极主动、敢想敢做、奋斗创新的人才，积极主动，保证体系流程不能覆盖、业务标准尚未明确的地带有人挑战；敢想敢做，保证遇到困难能够愈挫愈勇，敢于向不合理说“不”；奋斗创新，保证持续的工作热情，带领团队优化流程、方法，推动团队进步。



伍洋
采购开发部-二组采购经理

A: 我觉得最难能可贵的，首先是正直的品格和积极向上的态度。能力可以通过学习与实践不断提升，但一个人的价值观、责任感以及做事是否真诚、踏实，往往决定了他能够走多远。
如果还能拥有清晰的目标感，善于计划、总结，并且具备较强的执行力和韧性，就更加难得。因为成长过程中一定会遇到压力和挑战，真正能够持续向前的人，往往不是最聪明的人，而是能够坚持、愿意复盘、不断调整自己的人。

力高经营理念“诚信”解读

在力高，“诚信”不是一句简单的道德口号，而是力高最底层的经营逻辑。

它不仅意味着真实、坦诚与守信，更意味着对标准的敬畏、对责任的担当、对承诺的兑现。

诚信决定着客户是否信任我们、团队是否信任彼此，也决定着一家企业能走多稳、走多远。

——我们为什么要“诚信”？

因为所有长期合作，本质上都建立在“信任”之上。客户愿意选择我们，不只是因为产品和技术，更因为相信我们能够长期稳定交付；合作伙伴愿意与我们同行，不只是因为利益，更因为相信我们值得托付。

诚信，就是力高最重要的信任基础。

——什么是“诚信”？

诚信，不只是“不说假话”。

它更意味着：面对问题时，不遮掩、不回避；面对客户时，不夸大、不失信；面对标准时，不敷衍、不妥协；面对组织时，说真话、报实情；面对利益诱惑时，依然守得住底线。

真正的诚信，是发现问题后第一时间暴露问题，而不是想办法隐藏问题；是真实反馈现状，而不是只汇报“看起来正确”的结果；**是答应客户的事情，就一定全力兑现。**

——“诚信”的真正含义

诚信，本质上是一种长期主义。

它意味着：

- 1.对客户负责，而不是只对订单负责。客户需要的不只是产品，更是长期稳定、值得信赖的合作关系。
- 2.对标准负责，而不是对“差不多”妥协。质量、交付上的任何一次侥幸，都可能透支组织信用。
- 3.对结果负责，而不是对理由负责。不粉饰问题、不推诿责任，组织才能真正成长。
- 4.对长期信誉负责，而不是只看短期利益。真正的品牌，是靠一次次兑现承诺积累起来的。

——“诚信”我们应该怎么做？

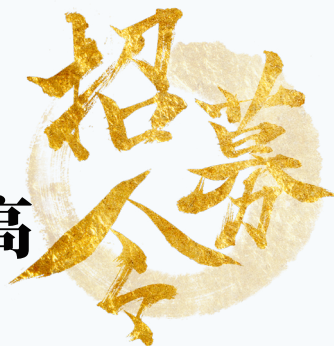
对客户：不轻易承诺，但承诺必达。出现问题第一时间响应，而不是回避责任。

对产品：敬畏质量、敬畏标准。不让任何“差不多”流向市场，不让客户为我们的失误买单。

对组织：讲真话、报实情。不能只报喜，不报忧，不用虚假数据代替真实结果。

对自己：守住原则、守住底线。在压力面前不失真，在利益面前不失守。

《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
对公司战略发展具有关键影响的高端/紧缺人才	1-2万元	全日制统招本科及以上学历，211/985优先录取。
支撑核心技术研发与关键业务的专业人才	7000-1万元	全日制统招本科及以上学历，211/985优先录取。
职能支持类	2000元	全日制统招本科及以上学历，211/985优先录取。
一线生产及专业类	300-2000元	根据用工紧急程度确定

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-上海市浦东新区金港路1188号C2栋5F (江程云璟开放创新中心)

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