

## 消费·家电

格力发起20年首次价格战,1匹空调跌破2000元

## 促销大战好热闹 空调行业大洗牌

□记者 曾宇凌 文/图

国庆长假历来都是家电业的狂欢节,不过,今年的这场狂欢节尤为引人注目,因为它就是一场赤裸裸的价格战。9月26日,格力空调毫无征兆地宣布打响20年来首次价格战,美的、海尔等品牌纷纷迎战。

这段时间,我市空调市场到底经历了一场怎样的风雨?价格战的背后,谁是推手?谁是赢家?洛阳晚报记者就此问题先后到八方、永乐、苏宁、国美等家电卖场进行了调查走访。



市民正在选购格力空调

## 奇思妙想

创意厨房小家电  
多点新鲜多点爱

□记者 曾宇凌 文/图

说到厨房里的电器,除了电饭锅、微波炉、电磁炉等,你还能想到什么?创意无处不在,一起来看看小记在苏宁电器为你找到的这几款创意厨房小家电吧。

## ●自助烤肉机

天气越来越冷了,吃烤肉正当时。这款苏泊尔烤肉机采用25秒极速加热技术,让你在短时间内享受到美味。这款烤肉机共有5挡,不同食物采用不同挡位,0挡用来烤肉饼,1挡用来烤牛排,2挡用来烤鸡翅,3挡用来烤鸡腿,4挡用来烤三明治。



## ●能做豆腐的豆浆机



这款美的古法生磨豆浆机除了能打豆浆,还能做健康又营养的老豆腐,操作起来也很简单:选择“豆花豆腐”功能后,把石膏粉倒入容器中,加入适量清水并搅拌均匀,将豆浆过滤好后,倒入石膏水中,静置15分钟豆花就做好了。再把豆花倒入豆腐成形盒中,将挤压盒放在豆腐盒上,静置2小时,豆腐就做好了。

●会呼吸的  
电压力锅

“会呼吸的电压力锅,不放味精照样鲜。”这款电压力锅的宣传语是不是很诱人?它特有的鲜呼吸智能烹饪技术能帮助食材提鲜入味。有了它,就算是新手也能轻松做出红焖羊肉、海带排骨、盐焗鸡等大菜。

这款电压力锅的预约功能很实用。睡前在锅里放入小米和清水,设置好预约时间,第二天睡醒时,你就能喝到热乎乎的小米稀饭了。



## ●饮品保温器



大家都知道秋冬要多喝热饮,既暖身又有益身体。但是在秋冬季节我们常有这样的烦恼:刚泡好的茶或咖啡,没一会儿就凉了。这款饮品保温器采用不锈钢发热底盘,表面为耐热涂层,保温效果很不错。

## 1 缘起:一场毫无征兆的价格战

据网上公开资料显示,这是一场毫无征兆的价格战。9月26日,格力集团发表了一则火药味十足的公告:格力电器打响20年首次价格战,国庆期间斥资百亿回馈全国消费者,如因此触及您的利益我们深表歉意。

这则公告立即在空调行业里炸开了锅,各个空调品牌或主动迎战,或被动应对,一场史无前例的空调大战就这样在一夜

之间打响了。

八方名品家电销售部部长姚新昆认为,之所以说这是一场没有征兆的价格战,原因主要有两点:首先,据最新数据显示,今年空调业的日子过得不错,销售额同比增长17%;其次,国庆黄金周虽然是家电业的销售高峰期,但并不是空调的销售旺季,再加上空调行业的2015“冷冻年”(从2014年9月到2015年的8月)才刚刚开始,新品正在扎堆

上市。

不过,凡事有果必有因,拨开云雾总能见明月。业内人士认为,空调大佬之所以突然发起价格战,主要原因有两点,一是清库存,二是行业洗牌。有数据显示,目前整个空调行业的库存处于历史同期的高位。“这些年来,空调业的日子一直过得不错,价格年年涨,二三线品牌扎堆进入空调市场,空调质量良莠不齐。”姚新昆说。

## 2 目击:家电卖场乐翻天

对于这场价格战,老百姓张开双臂欢迎,家电卖场销售额全线飘红,但一些二三线空调品牌直呼“很受伤”。

10月1日,国庆长假第一天,洛阳晚报记者在八方电器中州路店看到,消费者一进门就直奔格力、美的等大品牌空调的专柜,其他品牌专柜前门可罗雀。

“1匹挂机只要1799元,2匹柜机只要3899元。”格力空调促销员说,这样的降价幅度很罕见,1匹挂机以前很少跌破

2000元。

美的空调促销员说,美的空调的降价幅度也是空前的,1匹定频空调便宜了600元。不过卖得最好的并不是超低价的低端产品,一些中高端机型更畅销。

在苏宁电器鸿诚店美的的专柜,不少家长带着孩子来咨询儿童空调。“我听说国庆有活动就来看看,对这款儿童空调很感兴趣,它能感知孩子身体温度的变化,当孩子踢被子后,空调就会自动调整风速和温度。”市民毛

先生说。

美的空调促销员介绍,这款儿童空调是新品,促销价只要3999元,这几天卖得很不错。另外,像一些圆柱形的智能空调在国庆长假期间也便宜了近千元,很受年轻消费者欢迎。

在空调价格战强有力的拉动下,今年国庆假期我市家电卖场的销售成绩十分喜人。据八方名品家电提供的数据显示,今年国庆长假,他们的销售额比去年同期增长了30%。

## 3 影响:行业洗牌是必然

不少空调业人士认为,这场价格战必将对空调行业产生深远的影响,行业洗牌不可避免,会出现强者更强,弱者被淘汰的局面。

“格力毫无征兆地发起价格战,一些二三线品牌仓促迎战,结果可想而知。更重要的

是,每年3月都是空调行业的促销黄金期,按照格力此次‘出牌’的力度,明年3月可能还有大动作。届时,众多二三线品牌将陷入进退两难的境地,生存发展空间被大幅压缩。”一名业内人士分析道。

从目前的情况来看,这场价

格战最终的受益者仿佛是消费者和赚得盆满钵满的卖场,但结果真的如此吗?试想一下,空调市场大洗牌之后,下一步会不会提价?低端产品是否会越来越稀有?高端机是否会垄断市场?这些问题都只能交给时间去回答。