苏宁便宜好空调再次惠及南京人

真情回馈社会,坚决抵制厂家趁热打劫,空调再度狂降 30%

三年前的 7 月 21 日,苏宁电器在深圳证券交易所正式挂牌交易,成为国内家电连锁首家 IPO 上市公司,此后三年间,苏宁不仅在股市上成为了中国家电股的龙头老大,同样也在实际的家电销售中蝉联“王者”地位。

这样一个股票和零售市场的双料冠军,在庆祝自己的上市三周年的喜庆日子里,却既不花钱开庆祝酒会,也不掏银子办贺喜演出,而是出人意料地宣布:让出眼下空调旺销季节中,最宝贵的一亿元的利润,全面倒贴进卖给南京市民的空调售价上去,让南京的父老乡亲们来监督:苏宁是个不忘本、有责任感的南京企业。

苏宁电器南京地区2004－2006年空调销售量

2004年	2005年	2006年
27.6万套	28.9万套	30.2万套

苏宁电器【代码:002024】净利润

2004年	2005年	2006年
18120.37万	35062.99万	72030.01万

制图 沈明

3/5 的南京家庭从苏宁买到了又便宜又好的空调

27.6 万套、28.9 万套、30.2 万套,这是 2004 到 2006 年三年的 1－12 月间,南京人分别从苏宁电器购买的空调的数量。

三年时间,共计购买了近 90 万套空调,而南京总人口在 600 万人左右,以平均 4 人/户计算,共 150 万户,相当于南京五分之三的家庭在三年内购买过空调。这样的市场覆盖率在业内非常少见。

苏宁电器在空调销售领域的优势,与三年来苏宁连锁的发展密切相关,空调销售充当了苏宁电器发展的“领头羊”。

据苏宁高层介绍,事实上,2001 年开始的 6 年间,以空调销售起家的苏宁借空调销售冠军之势,联盟国内外知名品牌,从品牌、价格、服务上对消费者一步到位,迅速打破每个新进入城市旧有的市场格局,身经百战,皆大获全胜,有力地支持了苏宁整体的连锁扩张,同时,又为自己连续赢得了 6 届空调销售冠军的惊人业绩。

创业 17 年以来,苏宁电器已经连续 14 年雄居全国空调行业龙头老大的宝座,一向是空调市场晴雨表,见证了中国空调行业的风风雨雨,成为空调行业屹立不倒的旗帜。

高温让空调旺销,苏宁坚决抵制厂家“趁热打劫”

作为主要避暑用品,空调毫无悬念地进入了一年中最火的旺季,以苏宁电器为例,近一周以来全国每天的销量都在 10 万台以上,各大空调厂商都已将全部精力投入到应对如潮的购买人流上来。

近日南京暴雨暂歇,气温迅速回升,闷热的“桑拿天”使人感到极为不适,空调销售再次出现较大幅度的增长。据苏宁电器近期的空调销售数据,在入梅之后,苏宁空调销售同比上升近 110%。

但与此同时,一些阻碍空调消费、有损消费者利益的不和谐音符也在滋生。苏宁电器空调事业部总经理王明祥透露,和过去一些高温年份类似,空调销售出现井喷之际,消费者非常急迫的购买欲望将给一些不良厂商留下可趁之机,暗自提高空调售价牟取暴利、服务力量不足降低服务标准和响应时间、留下大量隐患等情况屡见不鲜,这在相当程度上影响了消费者的购买欲望,并损害了消费者的利益。

苏宁电器表示,不会对这些现象坐视不理。王明祥表示,经过连续 3 年空调市场价格的上涨,已经使空调市场容量增长情况减缓,罕见高温应当是厂商携手恢复消费者信心的最好时机,趁火打劫、浑水摸鱼的现象必须得到遏制,为此苏宁依托淡季大单采购的充足屯货、17 年专业空调经营的信誉、中国服务力量最强大的自营服务团队,从本周起推出“苏宁撑起凉夏 价格一拧到底”的促销活动,在旺季全面打出品牌、价格、服务的三张王牌,树立旺季空调消费、服务的行业标准,洗牌空调市场,恢复消费者的信心,为酷暑中的消费者撑起一片凉夏。

把1亿元的利润让给南京父老,空调价格狂降3成

面对 2007 年空调旺季来临前激烈的市场变局,苏宁当仁不让,宣布从 5 月 26 日起全面启动全国空调节,以 100 万台特价空调平抑市场价格,以自己巨大的行业号召力和影响力对旺季涨价风潮进行“降温”,还空调价格真实性价比,确保消费者的权益,而苏宁也由此开始了第十五个全国空调销售冠军的卫冕征程。

旺季空调的价格往往随着气温而水涨船高,其中除了部分因为厂商货源有限供求关系紧张、服务能力限制压缩成交量的原因以外,趁机赚一笔的心态也很常见。

苏宁电器空调事业部总经理王明祥向记者形容了此次促销的力度。据了解,在这次活动中,苏宁将投入 1 亿元促销资源。本周各大品牌在苏宁投入 20 万台特惠空调,继续以平价确保市场需求。

苏宁本周迎来上市三周年的促销盛典,各大家电品牌表示将大力度地支持苏宁的促销活动。春兰、松下、三洋、美的、海尔、海信、科龙、三星、LG、奥克斯等空调品牌向苏宁提供了数量充足的特惠空调,直降让利降幅高达 30%。同时集中畅销货源进行大规模的让利促销。

苏宁有关人士介绍,这 20 万台空调仅仅是苏宁上市三周年促销资源中的一小部分,而整个活动期间将会根据市场变化及时追加资源,确保市民能够购买到实惠的空调。

苏宁电器南京大区总经理陶京海谈及苏宁上市三周年庆的活动时,用得最多的词不是“促销”,而是“回报”。他表示,苏宁的不断发展来自于 17 年来数十亿人次的顾客光临。他表示,如果在活动期间发现苏宁卖出的空调在同型同款的情况下比其他零售商贵,三倍退差价,并奖励一千元。

快报记者 陈刚