

十年一遇的“长梅”天气,让“看天吃饭”的空调行业叫苦不迭。好不容易出了梅,又赶上连续的阴雨天气,空调销售虽然有所上涨,但远远没有达到厂商预期。今夏凉爽的天气,让如何消化6、7月份的库存,成为整个空调行业8月份最头疼的问题。记者了解到,为消化库存,苏宁电器即将联手众品牌齐力放价,让价力度平均达到8折,希望在旺季的这最后一个月,放手一搏。

小茜/文

# “长梅”后又遭阴雨天 空调库存压力大导致价格大跳水



众空调品牌准备在8月齐力放价,消化库存压力

## 38天的“长梅”浇冷7月销售

从6月底起,全国多个区域都开始淅淅沥沥地下了雨,阴雨天气贯穿整个7月。南京的梅雨期由此长达38天,超过2007年的36天,成为十年一遇的“长梅”。而每年的6、7、8月份是空调销售旺季,关键时刻天气不“给力”,这让空调市场6、7月份销售表现乏力。

“往年在6月底7月初天气就热起来了,空调进入旺季。但今年梅雨天气时间达到38天,而且温度也不高,并没有出现往年的高温闷热天气,这对于我们空调6、7月份的销售确实有较大影响。”奥克斯的一名导购员告诉记者,尤其是7月份,空调销售同比下降得很厉害。“7月初那几天天热,空调每天蹭蹭上好几百台的量。但接下来的二十几天,也没有卖到前几天的量。”

不少空调厂商表示,8月份库存压力很大。更要命的是,去年有专家预测今年是“枯梅”,

导致厂家对今年预期很大。而且今年5月份,因为天气提前变热和国家节能惠民补贴即将停止的双重因素,空调市场提前爆发,苏宁电器数据显示销售同比翻了好几番。这让众品牌更是对旺季3个月的销售充满希望,备货量都很大。

苏宁电器南京地区空调采购负责人廖晗告诉记者,上半年虽然销售同比去年略有增长,但是远远没有达到厂商的预期。“6、7月份遇到今年这样的情况还真是不多见的。连续的阴雨天气,空调市场经过我们的努力也只能用正常来形容,并没有带来很大的增量。”

“这下可好了,害得我们备的货都压到仓库了。”某空调品牌南京区负责人告诉记者,这不仅仅是某个品牌面临的问题,库存压力亟待释放,已经成了整个行业8月面临的最大的问题了。

## “出梅”又遇阴雨天 厂家大喊吃不消

好不容易盼来了出梅,厂家们正要摩拳擦掌准备消化库存,哪知道气温一直很不给力。据气象部门预报,近期南京仍多雷阵雨天气,而台风“梅花”也一直在“虎视眈眈”,有望在接下来的几天持续保持南京的凉爽天气。这对广大市民来说,无疑是一个凉爽度夏的好消息,但各空调厂商吃不消了。

“你看,这天气,眼看着又要下雨了!估计这周都热不起来了。”记者昨天采访时,某空调品牌负责人望着窗外灰蒙蒙的天气,无奈地说道。“7月份是空调冷冻年度的最后一个月,很多品牌都指望在出梅后的这最后10天冲刺一年的销售。自打7月21日出梅后,空调市场虽然有所增长,但没有出现预期的‘井喷’。大家的库存又积压到了新的一年开盘,本来指望8月高温天气能好好消化消化,没想到又来了这种天气。”

苏宁电器南京地区空调采购负责人廖晗透露,出梅后苏宁空调销售环比增长在200%

以上。奥克斯南京营销中心总经理何剑也表示,这几天的销售额和梅雨期相比增长了近一倍。尽管如此,何剑并不认为这是一个多令人兴奋的消息,“只能说表现还可以,按照我们的预期,出梅后销售应该成倍地上升,往年的惯例也是如此。”

“以前一出梅,安装工就忙得没日没夜,经常装空调装到凌晨。”志高空调南京产品管理中心总经理彭松无奈地说道,往年一到旺季,安装就非常吃紧,但是今年由于雨水过多,温度也不高,导致销售并没有集中爆发,所以安装也没有这么紧张。

以前一个安装工人每天安装最多达到6台左右,高空作业加上高温天气,常常体力透支累到第二天都不能工作,但是今年就基本没有这样高负荷的工作量。虽然旺季的安装肯定是要工作负荷重一点,但是今年天气的原因,安装并没有过重的负担,安装工人的劳动强度也没有往年高。

## 苏宁携众品牌放价 8折力度消化库存



连续的阴雨对于空调市场的制约,不得不让人为区域市场的库存捏一把汗。海信空调部总经理于守京表示,因为原材料、人力、运输等成本的上扬,今年上半年定速空调上涨幅度明显,变频空调也在稳定中有所上升。新的一年开盘之际,空调的涨价压力仍然很大。“尤其是现在铜价居于高位,稀土的价格也蹭蹭地上涨,上游压缩机都拿不到货。虽然知道8月销售很关键,但是我们涨价的压力确实很大,没有办法。”

据业内人士说,在通胀压力下,空调原材料价格的大幅上涨,空调的成本每台上涨了不下15%。一方面是上游的涨价压力,一方面是积压已久的库存压力,各空调品牌在双重压力下叫苦不迭。该人士坦言,“由于空调厂商现有库存被原材料高位套牢,空调价格不会出现大幅度下降,但空前的库存压力,迫使一部分厂商在8月肯定会松动价格。”

苏宁电器廖晗表示,8月份苏宁将顶住压力,发挥苏宁终端议价的优势,联手众品牌合力抑价,保持终端价格平稳。廖晗透露,接下来苏宁新一波的空调促销,基本能达到平均8折的力度。

科龙空调部总经理宋春峰接受记者采访时表示,8月是新的一年冷冻年度的开盘期,各家都在紧张地盘点库存。“各家品牌库存压力都不小,所以盘点一结束,肯定还会有新一轮的优惠,来消化上一个冷冻年度的库存。”其中,尤其以中高端机的活动更为厉害。“8月份购买空调的多是准备装修房子的,以中高端机的销售为主,所以我们会加大中高端机的买赠力度。”

记者昨日在苏宁电器看到,已有不少品牌高高地举起了“降价促销”的牌子,各家都有标有特价的机型出售。

## »相关链接

### 不到1800的1.5P空调再现市场

据悉,本周起苏宁所有在售空调品牌均将借道苏宁,开展特惠团购活动,以期将最为优惠的价格优势和丰富的奖品资源带给消费者,缓解工厂库存及本年度的销售压力。苏宁电器空调采购部相关负责人介绍,本周五开始以大金、美的、海信、惠而浦、三星、奥克斯、松下等全品牌空调厂家,将本年度促销资源全部投放至苏宁各门店,以团购的形式将促销力度得以体现和释放。本次各品牌空调工厂的促销力度将整体拉低空调市场均价,以8折左右的整体价格优势领衔8月空调市场,同时还有海量特价机型统一进行市场放量。8月各品牌空调间的促销战即将打响。

本周末,为释放今年度的库存及销售双重压力,各空调品牌工厂集体放量苏宁电器各门店,不同品牌之间也相互打响价格战,以保障自身在8月的空调销售。据介绍,本周末大金空调将首次在苏宁新街和山西路两大Expo超级旗舰店进行“耀你所想”专场团购,期间不仅有海量特价机型还有套购特惠活动,大金空调也是首次举办此类型的专场团购活动,特价机型和整体促销力度优惠空前。此外,科龙、美的、海信、惠而浦、扬子、三星、奥克斯、松下等全品牌空调工厂也都在苏宁推出优惠特价及送礼等活动,力争在8月空调大战的市场中分得一杯羹。以上各品牌工厂

在南京苏宁所有门店推出8折特价活动,全品牌空调的低价促销,使8月南京的空调市场越发显得硝烟弥漫,消费者此时出手购买空调产品非常划算。苏宁电器空调采购管理部相关人士透露,此次全品牌空调促销活动,不仅空调工厂活动丰富,苏宁也投入了大量的促销资源,以配合各工厂的大力促销,期间在苏宁购空调不仅满额返,还全场通用礼金券等优惠,苏宁还为购买空调的消费者准备了电磁炉、电饭煲、电压锅以及液晶电视等大礼,购相关空调产品满一定金额即可额外加赠;此外相关特价空调产品也再次刷新近期空调销售低价,活动期间,苏宁在售的空调产品中,部分品牌的正1.5P空调以旧换新价跌破1800元,1P空调以旧换新价低至1699元,再度刷新8月空调最低售价。

8月在苏宁购空调,在享受各大品牌工厂让利带来的优惠同时,苏宁强大的物流和售后体系,使空调的送货和安装等服务更具优势,在南京苏宁多家门店,购买相关型号空调产品,可享受即买即提即装的空调专享服务;苏宁还为家中有老人、孕妇等需要帮助的市区顾客特别开通快速送装的绿色通道。苏宁专业的安装团队加上目前苏宁物流的科学化分工和调度,使得送货环节的效率大为提升,让消费者在苏宁购买家电更加省心和安心。

## 本报近期持续关注空调行业的库存压力问题



快报2011年7月29日B25版



快报2011年7月29日B26版



快报2011年8月3日B12版

## »延伸

### 变频空调价格看稳 占比增幅明显

与空调市场整体的疲软相比,变频空调的销售却是红旗飘飘。苏宁电器廖晗告诉记者,今年空调市场结构调整很大。“去年变频空调的市场份额仅占到30%,而从今年上半年苏宁的销售数据来看,变频空调的市场份额已经上升到70%,成为市场的绝对主角。”

记者走访了多家电商平台发现,与定速空调动辄几百元的涨幅相比,变频空调价格走势平稳。虽然也有涨幅,但一般都控制在200元以下。“所以今年定速空调和变频空调价差缩小了很多,一台同品牌1.5P的空调,价格仅仅相差100、200元。很多消费者转而选择变频空调。”

在一些定速空调销售占大头的品牌,为上半年平淡的市场头疼不已时,主营变频空调的品牌日子显然过得舒服很多。专营变频空调的海信空调,今年上半年销售额同比增长了57%。海信空调部总经理于守京表示,去年海信在南京全年的销售额是6000多万,今年已经实现了8000多万,全年销售额有望过亿。