

来源：中国基金报

(原标题：终极大战！董明珠被“围攻”！美的、海尔、海信们都放大招了)

夏天过去了，没想到在双十一的时候，董明珠老师跟其他空调厂商打起了价格战。

在11月9日晚间，格力电器通过官方微博公告称，将在各大授权电商平台及线下3万多家专卖店实行“大让利”，空调单品价格降幅超40%，让利规模约达30亿元。

而11月10日，据基金君不完全统计，美的空调、海信空调以及海尔空调都纷纷反击。

格力电器抛出重磅“炸弹”

董明珠遭“围攻”

11月10日，格力电器官微公告，格力电器“11.11”期间让利30亿元，打击低质伪劣产品，变频空调、定频空调最低价分别至1599、1399元。

根据格力电器的官方微博，格力将拿出精品机型和最优价格回馈消费者，让利高达30亿元。此次活动将在各大授权电商平台以及线下3万多家格力专卖店同步展开，统一价格。活动仅限“11.11”期间，活动结束后即回归原价。

董明珠这一出手之后，其他空调厂商都纷纷回击了。美的、海尔们不仅降价，还打起了口水仗，暗示格力空调降价是为了清库存。

美的空调在区域市场启动“保鲜行动”，明确提出拒绝库存机，承诺不销售生产日期超过一年甚至半年的空调，直指格力渠道的高库存。

# 敬告!

亲爱的消费者:

## 买空调一定看准生产日期

某品牌因清理淘汰6-7年前的老品，而发动的价格战，不是惠民战，而是打着惠民的幌子，把淘汰品尽快甩出!

海尔空调携百款APF，生产日期为19年的新品，真金白银让利用户，让用户享受让利的同时还能用上新品

## 裸价都是浮云 新的产品才是王道

海尔空调敬告消费者:

买空调请认真看清生产日期  
买空调请买真正带来健康和舒适生活的空调  
买空调请买一级能效空调，更省电整机匹配更佳  
拒绝购买三级能效费电的淘汰品



## 背后库存压力大

其背后的原因包括国内空调市场整体不佳、行业存库高企等因素。来自产业在线的统计显示，2019冷年家用空调的库存量高达4862万台。

据报道，今年以来，美的空调实行降价，用低端机抢占市场，实现线上渠道份额排名第一。对于美的的价格战，格力方面则一直没有给予太多的回应或跟进。家电产业观察人士张彦斌认为，今年留给格力冲销量的时间已经不多，格力因此选择在“双11”这个契机实施降价。同时，这也体现了格力整体战略思维转变。

家电专家刘步尘接受澎湃新闻记者采访时表示，库存机这说法是最容易攻击格力的方法，目前格力的空调库存确实是大的，但也不至于有好几年前的产品，毕竟格力的销售能力在哪里摆着。

另外，有专家表示，格力电器的三季度报业绩增速，相对低于美的、海尔；第三季度，空调行业增长也不好，格力库存压力也是比较大，而明年国家预计将发布新的空调能效标准，老产品的库存将会占用资金，所以这次格力把低端产品尽快促销出去，明年产品升级就可轻装上阵。

据申万宏源家电分析师的研报，截至9月份格力、美的、海尔、奥克斯内销增速分别为-8.96%、52%、40%和42.86%，其中格力5-9月连续三个月内销出货下滑，控制出货意图明显。

而美的整体促销效果领跑行业，同比增速超过50%，海尔奥克斯也实现了高增长。格力9月销量同比下降7.96%，其中内销同比下降8.96%，出口同比下降2.99%；美的9月销量同比增长36.59%，其中内销增长52%，出口同比增长12.5%；海尔9月份销量同比上升32.56%，其中内销同比上升40%，出口同期持平；奥克斯月份销量同比上升25.22%，其中出口同比增长3.85%，内销上升42.86%。