安徽格力提前完成年度销售任务 全年出货超120万(台)套

——凭借核心的技术、卓越的品质、优质的服务，格力空调成2010冷冻年度行业最大赢家

“提前半个月完成销售任务，全年出货120万套”，安徽新兴格力空调销售有限公司市场负责人难掩兴奋之情：“去年我们还在为出货量跃过100万大关而惊呼，没想到今年就已经就超过了120万，逆势强劲增长让格力空调成为2010冷冻年度最大赢家”。

业内人士分析，2010冷年(2009.08.01-2010.07.31)中国空调行业受到了出口危机、原材料涨价、空调能效标识改革、节能补贴标准调整等一系列的事件影响，在动荡的市场面前，大品牌呈现出更稳健和强势的市场姿态。有人统计，安徽格力年度120万台套的出货销量，比某些知名品牌在全中国一年销量还要多。业内人士预测，2011冷年空调市场将继续是龙头品牌的舞台。



格力旺销：诚信、责任是法宝

实现120万套的销量，几次关键的大型促销活动显然功不可没，格力市场部负责人表示，“我们本着对消费者负责的态度，想消费者之所想，在不同的时期，推出不同的主题，满足消费者不同的需求，诚信是格力制胜市场的法宝”。

去年11月，格力推出“万人空巷抢格力”大型活动，当时承诺全冷年价格最低，大受消费者欢迎。而事实上，此后期间格力全系列价格均在“万人空巷”价格之上。

今年5月，格力先知先觉，在国家调整节能惠民补贴标准之前推出“专卖惠”活动；当时格力预测，空调将在6月1日后面临被迫涨价，提醒消费者提前购买，并推出系列优惠活动。在格力的引导下，大部分消费者提前购买，成功搭上了政策优惠的末班车。果然，6月1日之后，空调行业整体价格上涨200-400元！格力的促销，给消费者真正省了钱。

格力旺销：品质是根本

坚持工业精神，以品质赢得市场，是格力勇往直前，在安徽和全国范围内持续成功的根本。面对空调行业各种层出不穷的概念，格力通过全国范围内的调研，发现其实消费者真正的需求很简单：制冷制热效果好、省电、不容易坏的空调，满足这样的条件，就是好空调。为此格力从三方面着手：第一，研发技术，目标就是掌握全世界最先进的省电技术、恒温技术、内外机协调运转技术；第二，狠抓质量，从每一个元件开始，不允许一个不合格的元件流入生产线；第三，强化服务，空调出厂后只是半成品，安装质量对空调的运行效果非常重要。正式基于对技术、品质和服务的无限追求，格力才能在不断的市场竞争中勇立潮头，目前空调销量连续15年中国第一，连续5年销量世界第一。

格力旺销：核心科技是利器

“年销120万(台)套，市场占有率达到60%”，如此耀眼的数据让很多品牌眼红。在变幻莫测的空调市场，格力一枝独秀的根本原因在于掌握了核心科技。“‘格力的研发投入没有限制，只要觉得需要就会投，上不封顶。”格力电器总裁董明珠说，这就是格力的研发精神。2009格力在研发上投入了26亿，占销售额的6%以上，这在中国空调行业史无前例。

格力巨额的投入，也结出了丰硕的果实：2010年7月15日，格力正式对外公布三大核心技术：新一代G-Matrik(G10)低频控制技术(低频1赫兹)、高效离心式冷水机组、新型超高效定速压缩机，分别应用在变频空调、中央空调和定频空调领域，经鉴定，其主要技术指标不仅在国内同领域遥遥领先，更是一举超越美、日、欧等国际同类产品，达到国际领先水平。

三项核心科技均具有显著的节能、低碳、环保等特点，具有良好的经济和社会效益前景。 其中，G10变频技术如果为国内空调企业全部采用，按2009年内销2672万台套计算，每年可节约125.8亿度电能，相当于减少二氧化碳排放1255万吨。

“120万套并不是终极目标。”谈到2010冷年的丰收，格力市场部负责人表示：2011年，我们将继续快速增长的步伐，不断推进变频空调和高能效空调的普及，充分发挥“格力专卖店+地方龙头卖场”的渠道优势，再创辉煌，真正将好空调送入千家万户。

