

对决可口可乐首度失利 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E5_AF_B9_E5_86_B3_E5_8F_AF_E5_c123_288408.htm “今年我们的销售渠道将进行变革，现在基本上抛弃了‘格力模式’的移植，与家电卖场的合作已全面展开。”此后，格兰仕空调品牌部何华斌向记者证实了该消息。“我们与国美、苏宁、永乐、五星、大中和武汉工贸都建立了合作关系，并且保证在旺季之前就把货送进去。”他说，相对美的、TCL等空调厂商自建渠道的做法，及之前盛传的移植“格力模式”思路，格兰仕空调的销售渠道正在悄然进行着一场变革。全面合作卖场为此，原格兰仕微波炉销售总经理龚志安已正式接任格兰仕空调总经理，而自2005年底，上任不足半年的格兰仕空调总经理郎青则已离职。新上任的格兰仕空调总经理龚志安虽然之前主要负责微波炉，去年依靠连锁卖场把格兰仕微波炉的销售额做到了4亿元之多。龚志安表示，格兰仕空调要从外销大王变成内销大王，关键是要借助家电专业连锁的强势扩张。他也同时强调，这只是渠道重点的转移，原有的经销商政策并不会改变。“现在还不是制造厂商整合连锁卖场的时候。”格兰仕空调总经理助理吕海军认为，制造的专业化与销售的专业化都是必然，格兰仕不会在全国自建渠道，这种行为只会削弱自身的制造实力。他指出，格兰仕空调下一步的重点就是加强与国美和苏宁的厂商“夫妻关系”。据透露，由于对家电卖场渠道不够重视，在2006冷冻年上半年，国美等卖场的格兰仕空调甚至出现了断货现象，引起了卖场的极大不满。去年10月，格力的反击也让这种模式的推广受到

了极大阻力，从河北分公司开始，格力对格兰仕空调进行了全面封杀。当时，格力给所有的经销商下达命令：一律不许经销格兰仕空调，否则将取消格力经销商的资格。“这种模式对去年的空调销售产生了极大影响。”何华斌认为，虽然去年格兰仕空调国内销量达100万台，同比增长30%左右，但由于格兰仕空调起步晚、基数小，相对国内其他厂家还有一定差距。“去年计划销量是150万台，但实际销量远远低于预期。”他透露说。

渠道复制之争 此前，由于郎青曾担任格力空调湖北销售公司总经理，且创造了“股份制销售公司”模式，是“格力模式”创始人之一，他上任之后，格兰仕空调是否复制格力模式成为业界关注的焦点。格兰仕空调在渠道上划分为渠道和大客户两个管理系统，前者主要负责经销商和代理商，后者则针对国美、苏宁等连锁卖场。据了解，格兰仕空调还在湖北、浙江、上海、保定四个地区，由当地经销商入股，建立了销售公司。但格兰仕一直否认在渠道上有复制的说法。何华斌认为，双方的体系、渠道和模式都有很大不同，根本没有复制的可能。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com