

格力公开举报奥克斯 奥克斯：这是诋毁，已报案

宁波市场监管局：正在核实

昨天下午，格力电器突然通过官方微博发布了一份举报信，举报奥克斯生产的8个型号的空调产品不合格。

数据显示，在线下空调市场，格力电器的市场份额为37.6%，是国内最大空调品牌，而奥克斯的份额只有3.8%。然而，奥克斯最近几年线上销量猛增，成为互联网空调销量第一。

借助线上销售，奥克斯迎头赶上。与此同时，格力电器和奥克斯之间官司不断，打起了“专

利战”。

那么这一次，是否又是一场“举报战”？

举报信公开后，有媒体拨打奥克斯集团董事长郑坚江、奥克斯集团媒体对接人员等人的电话，均无人接听。

昨晚8点，奥克斯在官方微博给予回应，称已报案。

昨天下午，记者得知，宁波市场监管局已关注这一情况，正在进行核实，待核实清楚后将发布官方通报。

格力电器公开举报： 奥克斯产品不合格

昨天下午4:10左右，格力电器官方微博突然发布了一封《关于奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品的举报信》，并@了国家市场监督管理总局和国家发改委。

格力电器在举报信中称：众多消费者此前向我司反馈奥克斯空调价格便宜但耗电量很大，经我司实验室实测，奥克斯空调股份有限公司生产的以下型号空调产品与其宣传、标称的能效值差距较大。经我司委托有专业资质的第三方机构检测验证，检测结论与我司检测结果一致，能效比和制冷消耗功率的检测结论均为不合格。生产销售此类产品不仅严重侵害了消费者的合法权益，对国家节能减排环保政策以及市场公平竞争的良性秩序也造成了巨大的破坏。

格力电器举报信中提到的奥

克斯空调有8个型号，具体包括：KFR-25GW/NFW+3、KFR-35GW/NF19+3、KFR-25W/ZC+2、KFR-35GW/HFY+3、KFR-35GW/NFW+3、KFR-25GW/NF19+3、KF-26GW/NFA1+3、KFR-35GW/ZC+2等。目前，这些产品仍通过主流电商平台及实体卖场销售。

据奥维云网公布的中国空调电商市场零售额TOP 20机型排行榜数据统计，仅KFR-25GW/NFW+3、KFR-35GW/NFW+3两款机型产品2018年线上零售额就高达16.71亿元，销售量近百万台/套。

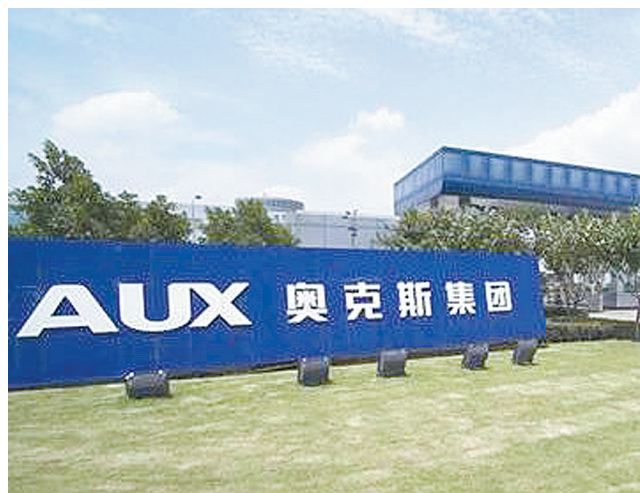
举报信一出，顿时引发关注。

昨晚，格力电器在其官方微博再次发声：“用事实说话！我们已准备好充分证据供监管部门调阅，并视情况适时向社会公布。”同时还发布了一系列关于奥克斯空调的检验报告。

奥克斯发布声明回应： 格力举报不实，已报案

昨晚8点，奥克斯在官方微博发布关于珠海格力电器股份有限公司所谓举报信的声明。声明指出，格力举报不实，已向公安机关报案。奥克斯称：格力既非消费者又非国家监管部门，其声称消费者向其举报我公司产品问题，明显不合情、不合理，

漏洞百出。正当“6·18”空调销售旺季即将来临之际，格力采用诋毁手段，疏于明显的不正当竞争行为……我们愿意接受消费者和国家相关部门的监督检查。对于格力的不实举报，我公司已向公安机关报案，并向司法机关提起诉讼。



奥克斯集团总部设在宁波



熟悉的格力品牌标识(资料图片)

梳理

格力与奥克斯“专利战”不断

过去几年，格力与奥克斯之间的“专利战”不断。

据记者了解，2017年6月，格力电器向广东省高级人民法院起诉奥克斯。格力电器称，奥克斯的30余款仍在销售的产品侵犯格力一项名为“上下接水盘、底壳一体化”的专利，请求法院确认奥克斯侵权并判决赔偿1.1亿元。

2018年4月，广州知识产权法院对格力诉奥克斯空调专利侵权案作出一审判决：奥克斯需立刻停售侵权的8个型号空调产品，并赔偿格力经济损失4000万元。

在另外3个案件中，格力的起诉被驳回。还有2件案件中，

奥克斯制造销售被诉空调的行为被法院认定构成侵权，且奥克斯构成举证妨碍责任。

对于昨天的举报信，格力电器相关负责人告诉记者，“奥克斯频繁、恶意侵犯格力电器专利权，抄袭格力电器的自主创新成果，仅2017、2018两年，奥克斯就被法院判决侵犯格力电器6件专利权，其中已终审判决4件，赔偿额530万元。已一审判决2件，赔偿4300万元。一审未开庭案件1件，诉讼标的额1.1亿元。”

同时，奥克斯方面也有起诉。

2017年7月份，奥克斯在市场上发现，被董明珠誉为“划时

代产品”的画时代空调侵犯奥克斯专利权，于是将格力告上宁波市中级人民法院。最终，法院宣判：格力立即停止制造、销售、许诺销售侵权的画时代空调，并销毁库存侵权产品；格力向奥克斯赔偿经济损失1000万元及制止侵权所支出的合理维权费用43万余元。

除了控诉对方侵权之外，格力电器方面还曾表示，自2010年至今，奥克斯公司通过各种不正当方式挖走格力电器300余位研发、质检等部门的核心骨干人员。

在今年1月的临时股东大会上，董明珠还说：“奥克斯天天在格力‘挖人’。”

不仅仅是小米、美的，格力的对手还有奥克斯

在中国的空调市场，格力和奥克斯的名声都很响亮。

据前瞻产业研究院数据显示，2018年线下空调市场，格力、美的、海尔分别以37.6%、24.5%和11.5%的市场份额位列一线阵营；海信、奥克斯则分别以5.8%、3.8%的市场份额位列第二阵营。但是，空调行业竞争激烈，线下机会越来越少。于是，奥克斯走向了互联网电商新零售的路子，通过减少中间环节，拉低空调价格，以更低的价格赢得市场。据奥维云网的统计数据，2018年前22周，奥克斯空调线上产品均价为2714元，低于3029元的行业线上均价水平。

2018年，奥克斯一跃成为线

上空调市场的销售冠军。虽然线下销售份额不高，但奥克斯还是以整体超过海尔233万台的成绩进入了前三。

2018年“双十一”期间，奥克斯更是以3分钟销量过亿，30分钟成为天猫“双十一”期间唯一一个进入“亿元俱乐部”的家电品牌。

董明珠曾经多次在公开场合直言，电子商务对格力的威胁不大，也不屑于发展电子商务。但是，为了进一步完善公司销售渠道，促进线上销售额度增长，更好地推广公司新兴产业产品，格力电器在今年4月专门修订了《公司章程》，在经营范围中增加电子商务业务，并鼓励员工通

过微店微商的方式，去大力推广销售格力电器。

对于这次举报，家电行业观察人士张彦斌表示，从时间节点上看，格力是选择在“6·18”前对外公布举报。“6·18”对于“互联网直卖”模式的奥克斯来讲非常重要，格力的举报明显已经取得了影响消费者想法的效果。格力之所以举报奥克斯，实际上是因为奥克斯通过互联网卖空调已经戳到了格力的痛处。格力的壮大就是靠其分销代理和压货，去年开始奥克斯发力线上，“互联网直卖”模式已经吸引到格力电器的分销商。

(综合每日经济新闻、新京报网等媒体相关报道)