



艾凯咨询
ICAN Consulting

科龙电器营销战略若干问题的市 场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《科龙电器营销战略若干问题的市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42989.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

本文从企业发展战略、国际化、信息化等角度,通过对重组后科龙电器营销战略若干问题的研究,详细阐述了这三者与营销战略间的密切联系;文中具体提出了品牌再造中的多品牌战略等概念,拓宽了对国内、国际家电营销战略研究的新思路。在阐述科龙重组后的发展战略对营销战略的影响里,笔者主要是依据成本领先战略和多品牌战略这两条主线进行分析。在对科龙空调营销战略的研究中,本文分析现阶段科龙空调业绩提升的原因主要是得益于体制的转变和战略的突破以及市场的自然洗牌。在分析了科龙空调营销战略的缺点后,笔者提出了科龙空调营销战略建议,以帮助科龙解决其在管理与营销战略上存在的问题,保证其空调业绩的持续增长。在对科龙冰箱营销战略的研究中,笔者根据对市场的综合分析研究,提出了未来冰箱行业的发展趋势,如市场国际化;行业集中度加强等。伴随着世界经济全球化进程加快和中国加入WTO,中国冰箱业在经历了近20年的高速发展后,正逐步进入产业成熟期,与此同时冰箱的替换期渐渐来临,农村市场也已经开始启动,展望国家冰箱节能标准的即将实施,笔者提出了科龙冰箱的营销战略建议。在对科龙国际化营销战略的研究中,笔者结合对国际、国内其他...

中文摘要 英文摘要 引言 第一章科龙电器背景简述 1.1 科龙电器简介 1.2 科龙电器重组过程简介 1.3 科龙重组对营销战略的意义 1.3.1 短期成本制胜战略 1.3.2 科龙多品牌战略 第二章营销战略理论简述 2.1 战略管理理论 2.2 企业经营战略理论 2.2.1 企业经营战略的涵义 2.2.2 企业经营战略的学派 2.3 市场营销学理论 2.4 核心竞争力理论 2.5 品牌再造理论 2.6 国际营销理论 第三章科龙空调营销战略研究 3.1 空调市场现状分析 3.2 科龙空调营销战略分析 3.2.1 科龙双效王空调介绍 3.2.2 科龙康拜恩空调介绍 3.3 科龙空调营销战略中存在的问题 3.3.1 缺乏新利润增长点 3.3.2 健康因素关注不足 3.3.3 出口步伐缓慢 3.3.4 多品牌内部竞争 3.4 中国空调行业发展趋势预测 3.4.1 中国空调行业分析 3.4.2 五马论与“72”分析法 3.4.3 未来空调市场竞争格局 3.5 科龙空调营销战略建议 3.5.1 新产品开发 3.5.2 健康华宝 3.5.3 加强出口力度 3.5.4 品牌市场细分 第四章科龙冰箱营销战略研究 4.1 冰箱市场现状分析 4.2 科龙冰箱营销战略分析 4.2.1 行业重组 4.2.2 技术领先 4.2.3 争夺低端市场 4.3 科龙冰箱营销战略中存在的问题 4.3.1 盲目扩张 4.3.2 政策敏感性差 4.3.3 多品牌细分不明 4.3.4 缺乏创新 4.3.5 渠道混乱 4.4 中国冰箱行业发展趋势预测 4.4.1 市场国际化 4.4.2 行业集中度加强 4.4.3 产品创新多样化 4.4.4 渠道竞争激烈化 4.5 科龙冰箱营销战略建议 4.5.1 减少盲目性扩张 4.5.2 集中资源开发节能冰箱 4.5.3 相关多元化与产品创新 4.5.4 渠道工程再造 4.5.5 多品牌间市场细分 第五章科龙国际化营销战略研究 5.1 中国部分家电企业国际化情况简介 5.2 科龙国际化战略及其缺点分析 5.2.1 本土化制造不足 5.2.2 创新能力欠缺 5.2.3 产

品出口零效益 5.3 中国家电国际化瓶颈现象研究 5.3.1 企业微观制度瓶颈 5.3.2 关键技术瓶颈 5.3.3 空间发展瓶颈 5.3.4 产业管理瓶颈 5.4 科龙国际化营销战略建议 5.4.1 资本收购与整合 5.4.2 工业设计与产品创新 5.4.3 企业制度调整 5.5 科龙国际化进程应注意事项 第六章科龙营销管理系统建设初步建议 6.1 系统功能概述 6.2 网络系统的建设方案 6.2.1 建立网络管理模式 6.2.2 广域网的实现 6.2.3 系统的目标 6.3 科龙集团INTRANET功能规划 结束语

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42989.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。