



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005国美电器年度市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2004-2005国美电器年度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/43048.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

作为家电流通渠道的代表，国美电器表征了当前国内家电流通渠道行业的现状和趋势...

... 看渠道影响：在日本，以山田和小岛电器为首的家电专业连锁店已遍布日本，专业连锁店的市场份额占整个家电市场的80%以上。美国的家电零售企业已经少于10

作为家电流通渠道的代表，国美电器表征了当前国内家电流通渠道行业的现状和趋势...

... 看渠道影响：在日本，以山田和小岛电器为首的家电专业连锁店已遍布日本，专业连锁店的市场份额占整个家电市场的80%以上。美国的家电零售企业已经少于1000家，前三大家电零售企业占据了80%的市场份额。作为本土家电零售的老大，2002年国美宣称在家电市场的份额只有2-3%左右；国美计划宣称，到2008年，销售收入目标达到1200亿元以上；未来5年，国美数码产品销量力争占到全国市场的20%以上——不知在那时国美渠道该有怎样的激情力量..... 看竞争影响：事实上，最初大家提及家电三巨头是“国美、三联、苏宁”；但现在，我们的用词发生了变化，国美、苏宁仍在，但“三联”的名字变得些许陌生。相反，永乐、大中成为后起之秀，前途不堪限量。加之，TCL、易好家、海尔的强势阵容.....

在2004年12月11日后的中国零售市场，竞争格局是否会因为外资巨头的加入而横生变数呢，结果虽不可预知，但绝非全然没有感觉和征兆..... 看工商博弈关系：今天，国美与格力的对立，其实早在日本20世纪的60年代中期就已经发生。在当时的日本国内，扮演国美角色的是大荣，松下则扮演格力电器。当时的松下给零售业者的减价销售限度是厂商定价的15%，但是大荣却屡次破坏这个限度，以低于厂商定价的20%的价格销售电器。遭到了松下电器的报复，松下于64年10月宣布对将松下商品低价销售的大荣采取制裁，停止供给大荣松下的商品.....双方一直折腾了30年。对于当前的市场、技术发展形势，30年——对于未来中国而言，应该是一个需要好莱坞似的想象力空间..... 商者无域，相融共生。《2004-2005国美电器年度研究报告》立足2002-2004年的所有事实依据，竭力展现国美电器发展之动力源泉、竞争博弈、营销战略、经营管理中的商业基因。研究报告通过对国美电器，以及其竞争对手同行竞争的全面考察、深度挖掘，充分展现我国当前家电流通渠道的现状、变化和未来趋势.....

[阅读说明] 4

[版权申明] 4

[名词解释] 4

[企业介绍] 4

[联系方法] 5 1. 2004国美年度综述 1 2. 国美经营研究 12

2.1. 核心经营理念 12

2.2. 国美盈利模式	13
2.3. 国美资本运作	14
2.4. 国美组织架构	16
2.5. 国美决策系统	19
2.6. 国美财务特色	24
2.7. 国美IT系统特色	27
3. 2004国美营销研究	32
3.1. 国美营销基因（DNA）	32
3.2. 国美营销案例研究	34
3.2.1. 价格营销案例分析	34
3.2.2. 行为艺术营销案例分析	34
3.2.3. 文化营销案例分析	35
3.2.4. 白皮书营销案例分析	36
3.2.5. 媒体联合营销案例分析	37
3.3. 国美营销形态演变	38
4. 国美服务研究	40
4.1. 国美创新服务理念	40
4.2. 国美服务案例研究	41
4.3. 国美服务形态演变	43
5. 国美产业研究	45
5.1. 国美业务BCG分析	45
5.2. 国美地产	46
5.2.1. 国美地产竞争性强弱分析	46
5.2.2. 国美地产战略地位和作用分析	47
5.2.3. 投资背景	47
5.2.4. 经营理念	48
5.2.5. 经营现状	49
5.2.6. 行业认知	49
5.2.7. 发展规划	50
5.3. 国美音像	53
5.3.1. 国美音像竞争性强弱分析	54
5.3.2. 国美音像战略地位和作用分析	55
5.3.3. 投资背景	55
5.3.4. 市场认知	57
5.3.5. 经营模式	58

5.3.6. 经营策略	60
5.3.7. 发展规划	62
5.3.8. 采购策略	65
5.3.9. 竞争对手研究	66
5.3.10. 经营风险	69
5.4. 国美数码	71
5.4.1. 国美数码竞争性强弱分析	71
5.4.2. 国美数码战略地位和作用分析	72
5.4.3. 投资背景	72
5.4.4. 经营策略	75
5.4.5. 经营现状	76
5.4.6. 行业认知	76
5.4.7. 发展规划	78
5.4.8. 经营风险	80
6. 企业竞争分析	82
6.1. 国美竞争模式分析	82
6.1.1. 国美主要竞争对手谱带	82
6.1.2. 国美主要竞争对手区域分布	83
6.1.3. 国美竞争反应模式	84
6.1.4. 国美主要竞争对手目标分析	84
6.2. 苏宁电器	85
6.2.1. 竞争背景	85
6.2.2. 竞争比较	86
6.2.3. 发展状况	88
6.2.4. 苏宁对国美的竞争认知	89
6.2.5. 发展趋势	89
6.3. 永乐电器	92
6.3.1. 竞争背景	92
6.3.2. 发展状况	93
6.3.3. 竞争模式与策略	94
6.3.4. 永乐对国美的竞争认知	96
6.3.5. 发展趋势	97
6.4. 其他竞争对手	99

6.4.1. 大中电器	99
6.4.2. 台湾灿坤	100
6.4.3. 江苏五星	102
7. 国美与国外电器零售商分析	105
7.1. 日本电器零售商对比分析	105
7.1.1. 日本电器零售背景	105
7.1.2. 日本主要家电零售企业状况	106
7.1.3. 日本零售商与制造商的关系变化	108
7.2. 美国电器零售商对比分析	110
7.2.1. 美国电器零售背景	110
7.2.2. 美国主要家电零售企业状况	111
8. 附录：	115
8.1. 2004年国美51位中高层经理名单	115
8.2. 报告图表索引	117

b

作为家电流通渠道的代表，国美电器表征了当前国内家电流通渠道行业的现状和趋势...
... 看渠道影响：在日本，以山田和小岛电器为首的家电专业连锁店已遍布日本，专业连锁店的市场份额占整个家电市场的80%以上。美国的家电零售企业已经少于10

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43048.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。