



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。