



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005百安居（中国）年度 市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2004-2005百安居（中国）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/48663.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

2004年，对于国内建材超市同行而言，东方家园因为新东家“素未谋面”而前途未卜，好美家因为广州友谊对行业“前景不看好”而撤离投资。与此相映成趣的是：2004年9月，百安居控股公司翠丰集团公布的数据显示，百安居中国2004年上半年销售额比去年增长76.2%，利润增长400%，创历史新高。这对于国内建材行业而言，意义非凡。事实上，百安居全球业务也一度低迷，只是来自法国、波兰和中国（也包括意大利）的强劲支撑，使得集团税前利润上升了17.5%，达到6.709亿英镑。近期，百安居的广告主角也开始从自己的员工身上发生了变化，广告主题摒弃单纯的价格诉求，开始瞄准“吸引更多女性光顾百安居门店”，让所有的商品充满“aspirational”的激情能量，一场轰轰烈烈的“Do more”宣传即将上演。百安居在积极蜕变……《2004-2005百安居（中国）年度研究报告》立足2002-2004年所有事实依据，竭力展现百安居（中国）发展之动力源泉、经营谋略、创新业务、竞争博弈中的商业基因。研究报告通过对百安居中国，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居建材行业流通渠道的现状、变化和未来趋势……

1 2004年百安居中国综述 1

1.1 经营状况总结 1

1.2 行业竞争总结 6

1.3 市场营销总结 7

1.4 2005趋势预测 12 2 百安居经营研究 15

2.1 百安居全球业务状况 15

2.1.1 全球发展概况 15

2.1.2 最新发展趋势 15

2.2 经营业绩分析 17

2.2.1 经营收入状况 18

2.2.2 市场份额状况 18

2.2.3 门店规模状况 19

2.2.4 人员规模状况 19

2.2.5 规模采购状况 20

2.2.6 经营创新状况 21

2.2.7 IT投资状况 22

2.3 百安居团购分析 24

2.3.1 驱动因素分析	24
2.3.2 商务模式分析	24
2.3.3 团购业绩状况	26
2.3.4 市场影响分析	28
2.4 百安居并购分析	30
2.4.1 驱动因素分析	30
2.4.2 并购案例分析	31
2.4.3 并购目标趋势分析	31
2.5 成本控制分析	32
2.5.1 成本控制制度	32
2.5.2 成本细节管理	33
2.6 自有品牌业务分析	35
2.6.1 驱动因素分析	35
2.6.2 商务模式分析	36
2.6.3 自有品牌业绩状况	37
2.7 投诉案例分析	38
2.7.1 “ 差价返还 ” 投诉案例	38
2.7.2 “ 商品品质 ” 投诉案例	39
3 百安居装潢研究	41
3.1 商务模式解析	41
3.2 业务创新动力	42
3.3 装潢中心业绩表现	44
3.3.1 营业收入状况	44
3.3.2 经营规模状况	45
3.4 经营管理模式	49
3.4.1 管理模式解析	49
3.4.2 信息化管理系统	50
3.4.3 经营执行模式	50
3.4.4 装潢施工管理	51
3.4.5 装潢营销管理	51
4 百安居DIY研究	54
4.1 DIY成功要素分析	54
4.2 中国DIY市场分析	55
4.3 百安居中国DIY市场策略分析	56

4.3.1 中国建材市场环境分析	56
4.3.2 中国建材市场渠道分析	57
4.3.3 中国居民家装消费观念分析	58
4.4 百安居中国DIY策略演变	58
5 百安居区域市场研究	60
5.1 整体市场分析	60
5.1.1 主要城市房产投资概况	60
5.1.2 主要城市建材市场容量概况	61
5.1.3 百安居区域扩张模式分析	62
5.2 上海	64
5.2.1 市场结构分析	64
5.2.2 区域竞争分析	66
5.2.3 市场策略	68
5.2.4 经营状况	68
5.3 北京	70
5.3.1 市场结构分析	70
5.3.2 区域竞争分析	71
5.3.3 市场策略	75
5.3.4 经营状况	76
5.3.5 发展规划	77
5.4 广州	78
5.4.1 市场结构分析	78
5.4.2 区域竞争分析	80
5.4.3 市场策略	83
5.4.4 经营状况	85
5.4.5 发展规划	86
5.5 其他城市	88
5.5.1 深圳	88
5.5.2 青岛	90
5.5.3 南京	92
5.5.4 福州	94
5.5.5 沈阳	95
6 百安居企业竞争研究	97
6.1 百安居竞争模式分析	97

6.1.1	百安居主要竞争对手谱带	97
6.1.2	百安居主要竞争企业基本情况	98
6.1.3	百安居主要竞争对手目标分析	99
6.1.4	百安居SWOT矩阵分析	99
6.2	欧倍德	100
6.2.1	企业背景	100
6.2.2	企业现状	101
6.2.3	百安居与欧倍德对比分析	102
6.2.4	发展策略	104
6.2.5	竞争认知	106
6.2.6	百安居应对策略	107
6.2.7	竞争对比检验	109
6.3	乐华梅兰	113
6.3.1	企业背景	113
6.3.2	企业现状	114
6.3.3	竞争认知	116
6.3.4	发展策略	117
6.3.5	百安居应对策略	118
6.3.6	竞争对比检验	118
6.4	东方家园	121
6.4.1	企业背景	121
6.4.2	企业现状	122
6.4.3	发展策略	123
6.4.4	竞争认知	124
6.5	家得宝 (HOME DEPOT)	126
6.5.1	企业背景	126
6.5.2	企业现状	126
6.5.3	发展策略	127
6.5.4	竞争认知	130
6.5.5	百安居应对策略	131
6.6	其他竞争对手	132
6.6.1	家世界	132

6.6.2 好美家 134

6.6.3 宜家 136 7 附录： 139

7.1 附件：2004百安居中国23位中高层名单 139 图表目录：

图表 1：1999-2004年百安居新增门店与城市扩张关联分析 2

图表 2：1999-2004年百安居门店经营面积变化分析 3

图表 3：2003-2004年百安居与主要城市关联分析 4

图表 4：2004年百安居主要创新业务分析 4

图表 5：2003-2004百安居主要企业发言人分析 5

图表 6：2004百安居主要竞争对手关联分析 6

图表 7：2004年百安居主要竞争对手网络媒体监测分析 7

图表 8：2004年下半年百安居平面广告投放与门店开业关联分析 8

图表 9：2004年下半年百安居平面广告投放区域分析 9

图表 10：2004年下半年百安居平面广告投放媒体分析 10

图表 11：2004年百安居网络媒体报道分析 11

图表 12：2004年百安居媒体报道网络信道分析 12

图表 13：百安居经营创新逻辑分析 22

图表 14：百安居团购业务利益分析 26

图表 15：百安居并购策略决策分析 31

图表 16：百安居成本控制体系分析 33

图表 17：百安居自有品牌与传统商品成本比较分析 36

图表 18：百安居“一站式购物”商务模式驱动分析 42

图表 19：2000-2004年百安居装潢营业收入分析 45

图表 20：2002-2004百安居门店与装潢设计室关联分析 47

图表 21：百安居装潢设计室布局结构分析 47

图表 22：百安居装潢经营管理模式分析 49

图表 23：1999-2004年百安居城市扩张模式路线图分析 62

图表 24: 百安居（中国）主要竞争对手谱带 97

图表 25：百安居与欧倍德中国区门店开业时期差异对比分析 102

图表 26：欧倍德合作类型分析 103

图表 27：百安居合作类型分析 103

图表 28：2003-2007年欧倍德人才需求量分析 106

图表 29：1997-2001年乐华梅兰全球收入规模 115

图表 30 : 1997-2001年乐华梅兰门店规模	115
图表 31 : 1999-2001年乐华梅兰全球雇员规模	116
图表 32 : 1997-2004家世界集团营业收入	133
图表 33 : 1994-2004年宜家全球销售收入	136 表格目录 :
表格 1 : 1999-2005年百安居门店开设及分布情况	1
表格 2 : 2004年国内主要家居建材商场平面广告投放分析	7
表格 3 : 百安居门店扩张规划数据表	13
表格 4 : 百安居中国经营业绩数据表	17
表格 5 : 百安居装潢 (中国) 信息化硬件配置情况	22
表格 6 : HP为百安居提供的IT服务内容	23
表格 7 : DIY要素条件与中国市场现状比较表	55
表格 8 : 百安居关于国内外建材经营对比分析	56
表格 9 : 百安居关于各类建材渠未来趋势分析	57
表格 10 : 1970-1990年百安居对中国居民家庭消费需求观念变化分析	58
表格 11 : 1999-2001中国大陆各主要城市房产投资数据	60
表格 12 : 上海建材市场结构特征分析	65
表格 13 : 百安居上海主要竞争群体分析	66
表格 14 : 百安居上海门店情况	68
表格 15 : 百安居北京主要竞争群体分析	74
表格 16 : 百安居北京门店情况	76
表格 17 : 广州建材市场结构特征分析	80
表格 18 : 百安居广州主要竞争群体分析	82
表格 19 : 百安居广州市场策略分析	85
表格 20 : 百安居广州门店情况	85
表格 21 : 百安居深圳主要竞争群体分析	89
表格 22 : 百安居青岛主要竞争群体分析	92
表格 23 : 百安居南京主要竞争群体分析	94
表格 24 : 百安居福州门店情况	94
表格 25 : 沈阳建材超市竞争分析	96
表格 26 : 百安居全球主要竞争企业基本情况表	98
表格 27 : 百安居中国主要竞争企业基本情况表	98
表格 28 : 百安居 (中国) 主要竞争对手2005年目标计划	99

表格 29：百安居SWOT矩阵分析 99

表格 30：百安居与欧倍德中国区认知差异对比分析 102

表格 31：百安居装潢与欧倍德装潢中国区经营状况比较分析 104

表格 32：2007、2012年欧倍德人才需求分布表 106

表格 33：百安居与欧倍德南京店店长情况对比表 111

表格 37：百安居与乐华梅兰经营情况对比分析 119

表格 38：东方家园与HOME DEPOT经营情况对比分析 122

表格 39：2004年百安居与东方家园经营业绩对比分析 124

表格 40：HOME DEPOT与Lowe ' s企业经营管理情况对比分析 127

表格 41：2003-2005百安居与HOME DEPOT并购传闻序列表 129

表格 44：宜家全球前5位采购国与销售国情况对比 136

b

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48663.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。