
摘要

格力空调在激烈的竞争中不断发展壮大，成为家电行业的佼佼者和我国空调行业的领头羊。近些年格力空调面临的营销环境发生了深刻的变化，一方面：随着国内空调企业的飞速追赶和外国名牌空调的渗透，空调行业的竞争者不断的增多，使得空调行业竞争加剧；另一方面：随着我国高等院校的扩招、义务教育的普及和人民购买力的增强，人们的文化程度和生活水平都得到提高，消费者对空调产品有了更高层次的需求，越来越关注空调智能化和个性化。以格力空调为代表的格力电器面临复杂的外部环境，正处于突破发展瓶颈的关键时期，需要增加产品销售量，扩大市场占有率，保持国内空调行业领头羊的地位，大力开拓国际市场。因此，本文以格力空调为研究对象对其产品策略进行详细研究，希望为格力空调的经营管理活动提供借鉴和参考。

本文由八大部分组成。第一部分是引言，介绍本文的研究背景、研究意义与研究方法、研究思路与研究内容和研究的创新与不足；第二部是营销策略理论，对 4P 营销组合理论和产品策略进行阐述；第三部分是企业概况，主要介绍格力空调企业概况及空调产品情况；第四部分是对格力空调企业面临的宏微观营销环境进行分析；第五部分是格力空调 STP 营销战略分析，对格力空调的市场细分、目标市场选择及市场定位进行分析；第六部分对格力空调的产品策略现状及存在的问题进行分析；第七部分是格力空调产品策略存在问题的解决对策；最后进行总结。

关键词：格力空调；营销环境；产品策略

目 录

1	引 言	1
1.1	研究背景与意义	1
1.1.1	研究背景	1
1.1.2	研究意义	1
1.2	研究内容、方法、创新与不足	2
1.2.1	研究内容	2
1.2.2	研究方法	2
1.2.3	研究的创新与不足	3
2	相关理论概述	5
2.1	4P 营销组合理论	5
2.2	产品策略的相关理论	5
2.2.1	产品与产品组合策略	5

2.2.2	包装策略.....	6
2.2.3	品牌策略.....	7
2.2.4	产品生命周期.....	7
2.2.5	新产品开发.....	8
3	格力空调企业概况.....	9
3.1	企业简介.....	9
3.2	企业文化.....	9
3.3	产品介绍.....	10
3.3.1	产品种类.....	10
3.3.2	产品特点.....	11
4	营销环境分析.....	14
4.1	宏观环境分析.....	14
4.1.1	政治法律环境分析.....	14
4.1.2	经济环境分析.....	14
4.1.3	人口环境分析.....	15
4.1.4	社会文化环境分析.....	16
4.1.5	技术环境分析.....	16
4.2	微观环境.....	17
4.2.1	企业环境.....	17
4.2.2	竞争者分析.....	18
4.2.3	渠道企业分析.....	19
4.2.4	消费者市场分析.....	19
4.3	SWOT 分析.....	20
4.3.1	优势分析.....	20
4.3.2	劣势分析.....	20
4.3.3	机会分析.....	21
4.3.4	威胁分析.....	21
5	格力空调 STP 战略分析.....	22
5.1	市场细分.....	22
5.2	目标市场选择.....	24

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/107134000101006116>