

# 合并 1 年，河南永乐市场份额不降反升

业内称赞，河南永乐创造了一个奇迹。昨天上午，专家学者热议“永乐现象”。

8月1日，新国美电器集团旗下的永乐生活电器河南分部在郑州举行“加入新国美集团一周年庆典”“永乐现象”研讨会。与会家电人士认为，河南永乐加入新国美集团后，对整合和完善河南流通零售资源，打造高效的供应链价值，更好的服务上游制造厂家，具有积极意义。由于永乐家电在河南市场拥有25家门店，占据绝对优势地位，通过这次研讨会，河南永乐将在河南市场上展开大规模的庆典活动，继续保持在河南家电市场的领导者地位，并且在07年下半年拥有河南家电市场60%的市场份额。

**现象：永乐市场地位继续加强**

“河南永乐生活电器加入新国美集团1年后，无论在发展规模还是发展速度上都具备了行业领头羊的风范。随着规模和实力的强大，河南永乐在经营策略上有了新的认识和突破，开始走在国内经济发展的前沿，慢慢走向竞合，这些表现在河南永乐、河南国美的合并和与各厂家的数次对话中，竞合乃大势所趋，因为我

们的目标更高、更远。”国美集团河南大区总经理常城用这样的话来评价河南永乐1年多的品牌整合之路。他表示，这次“永乐现象”研讨会的召开，就是河南永乐将在8月4日盛大启动“一周年庆典”促销活动的一个重要序曲。河南永乐表示，07年下半年，河南永乐将通过一系列的资源整合和品牌再造，预期在中原市场的销售规模达到12亿元，门店数将达到40家，确保河南市场份额超过60%。

河南省商业经济研究所所长张进才认为，以永乐电器大型家电连锁卖场的崛起为代表的销售模式的改变以及长期以来中原家电相对高价的迅速消退正是种种变局出现的关键原因，而竞合突变已经随着家电连锁大卖场向周边二级市场的挺进而进一步延续。

分析：吸收国美文化  
强大自身

夸父企业管理咨询机构首席顾问刘步尘认为，所谓“永乐现象”的产生，其实是一件非常正常的事情，“国美和永乐的文化

进行了很好的融合，所以才能造成河南永乐节节攀升的市场攻势。”

河南永乐总经理丁宁表示，永乐生活电器成功加入国美集团后，开展了一系列的新举措，通过10亿元彩电采购、平板电视评选活动、8亿元空调采购、全体供应商大会、空调服务督师大会、空调年度评选活动，本着以利益共同体为原则，打造了河南家电市场的新格局，稳固了河南永乐的市场地位。通过精细化管理，提升单店经营质量。推进集中采购项目，大幅度提高集中采购的比例。在与供应商合作的过程中，本着利益共同体的原则，加强双方的强势、弱势地区优势互补。建立多层次的对话机制，增进互信、加深全品类的合作。继续在经营管理等方面进行开放式战略合作，深入挖掘深层次的共享资源。相信在零供双方的共同努力、精诚合作下，将会在国内家电市场形成和谐共生，可持续发展的良好供应链体系。

未来：继续扩张市场  
领先地位



对于永乐的未来走向，常城表示，在成功合并后的新一轮品牌发展战略中，新国美电器集团为了更好地提升永乐品牌市场号召力，将会按国际一流的专业家电连锁业门店布局陈列标准，对现有门店也进行一系列的改造，致力提升永乐电器的市场竞争力，改善门店购物环境，强化服务质量，为消费者提供更舒适、贴心的购物环境，全面提升单店作战能力。同时在网络布局、商品采购、物流配送等方面进行资源挖潜，大幅度降低成本。以实

现连锁网络的效益最大化，从而为消费者提供性价比更高，更具价格竞争力的家电产品。

为此，省家电协会秘书长李晓伟认为，成功合并后的永乐生活电器，充分发挥其现有的规模优势及网络优势，在采购成本上充分体现  $1+1 < 2$  的优势，在效益上实现  $1+1 > 2$ ，实现了资本利益最大化，从而最大程度地集约了家电产业的资源，加强了产销的专业化分工，客观上为消费者带来了更多质优价廉商品，因而受到消费者的追捧也是情理之中。