

# 2023年海尔公司案例分析报告 保洁公司 产品分销案例分析报告(通用5篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 海尔公司案例分析报告篇一

一大宝在其渠道管理中存在哪些问题?并分析导致这些问题的原因。

答：1. 渠道管理力度薄弱，代理商销售方式不同。

原因是：大宝采取的区域代理经销制由代理商买断产品，在各自的区域内推广市场进行销售配送，使大宝对代理商的控制能力大幅降低。

2. 各个代理商的销售价格混乱，促销方式各不相同。

原因是：大宝没有对代理商做出任何控制，使得其销售方式和价格是自由的，而且代理商根据夏以及客户的进货额和进货品项多少自行确定价格，并有权制定各种促销搭赠政策。

3. 水平冲突，同一区域各个代理商互相影响。

原因是：公司并没有明确的代理区域，对代理条件也没有限制，使得代理商之间相互竞争相互影响，造成恶性循环。

4. 内部管理和物流配送成本居高不下。

原因是：大宝市场渠道开发过快，出现了库存高，在制品储

备高，生产周期长，不能及时交货，尤其是对其销售分公司的产品库存及资金不能有效控制。

答：推拉式。

特点：

3. 采用延迟策略，尽量使推拉式的分界点接近最终消费者，信息传递速度快且更准确；

优势：

5. 代理商不直接面对终消费者，只面对区域内的经销商，市场层次清楚；

有利于避免同一区域串货现象的发生；

三结合案例谈谈分销渠道管理对供应链管理的重要性。

答：分销渠道使供应链中的重要一环，在供应链中，上游制造商制造的产品必须通过分销渠道实现所有权的转移，满足市场的需求。有好的产品并不一定能保证拥有市场，它还要有强大的分销渠道的支持。因此，渠道竞争是供应商之间一种重要的竞争手段，谁拥有渠道，谁就拥有市场。分销渠道在供应链中有重要的作用，如下：

1提高交易效率，减少交易成本

经销商最直接和最主要的作用就是将产品从制造商那集中起来，再根据客户的具体要求将其进行重新包装组合和分配的过程。一般来说，生产商缺乏进行直接营销所需的能力和资源，这就是中间商存在的价值和原因所在。即使是那些有能力建立自己的市场覆盖率。

因此，分销商的存在往往能够较少分销渠道的交易成本。而

在我们的案例中打包采取的区域代理经销制，有代理商买断产品，但公司并没有明确的代理区域，这使得不同的代理商也会进行交易，而且代理商还会通过卖给其他商家的方式来赚取利润，一定程度上增加了交易的次数，大大增加了交易成本。

而强生对区域代理商的制约滚利核对市场销售完善的物流配送大大减少了这一交易次数。强生的配送体系相当发达，经销商凭借强生开具的提单就可以从强生设在北京的分发中心处提货，并直接降火派送到各个经销商处。。

## 2收集和反馈市场信息

在产品的流通过程中，经销商对生产企业而言是机器重要的信息来源。经销商最接近市场可以和终端客户保持经常的联系，获取各种有关客户，市场和竞争者的信息，通过收集整理兵法亏给生产商。同时，许多经销商也销售竞争厂商的产品，有助于他们了解客户对各种产品的真实反映。

案例中强生的物流配送完全外包给第三方物流公司，每年各地销售上会向强生汇报每一年的销售计划，他直接按销售计划数量进入物流公司相应的区域分发中心，使产品在最短时间内进入市场区域，使强生的市场掌握和控制非常有力。

## 3缓解资金压力

分销渠道的另一个重要作用就是实现了资金在渠道中的流动，这可以环节上缠上在资金上的压力。在产品流通中，由于中间商的存在，提供了多种多样，灵活方便的付款方式。同时，通过分销渠道成员自己的实力和信用进行融资，扩大了产品流通过程所需要的资金来源，似的渠道的资金雄厚，便于更广泛的推销产品。

案例中强生对于下一季的经销商包括较大的超市，都是现款

现结，尽管强生对代理商还有一定折扣决定权，但同一个区域的出货价基本上都是同一根据出货量来确定。

4分销网络为买卖双方搜寻市场资源提供便利，

在市场环境中，双方试图满足自己的消费需求，而买房则像预测并抓住这些需求信息。如果一双“搜索”过程能成功进行，需求信息能实施高校流动，那么买卖双方都是有利的，分校网络中的中间商分别按不同的行业组织，并向各自市场提供相关信息，从而为买卖双方提供便利并降低供应中相关成本，如销售成本，运输成本，订单处理成本，用户服务成本的。分销系统作为供应链的一个重要组成部分，通过物流服务信息沟通来促进链上良性循环，实现系统高效运转，以制造商为中心的管理分销系统将发生根本性转变。分销系统使得制造商和渠道成员从着眼与眼前利润扩展包含远期发展的战略利益。

案例中，大宝销售渠道漫天撒网，是内部管理，物流配送成本居高不下，事实上，大包一度由于开发过快，出现了库存高，在制品储备高，生产周期长，不能及时交货，尤其是对异地销售分公司的产品库存及资金不能有效控制，而强生是根据下一集经销商的订货量进行生产，并有相应的分发中心来派送，他的外包物流公司还能及时将出货情况及时反馈给强生是强生的市场掌握力和控制力大大增强。

## 海尔公司案例分析报告篇二

20xx年3月，中维会计师事务所对心平公益基金会执行年度审计，年度审计报告已送民政部年检并获通过。按照本基金会的章程规定，在此把20xx年1月-12月的捐助、收入及费用等各项财务数据公布如下：

(1) 非定向捐助的捐款金额为：5.650.816.48元，包括：

图书阅读项目，捐款金额4.010.732.68元

阅读支持项目，捐款金额580.633.3元

大学生公益行动项目，捐款金额792.486.5元

教学点读机捐赠项目，捐款金额90.964元

研究与评估类项目，捐款金额176.000元

(2) 定向捐赠的拨款金额为：16.927.300元，包括：

在江西师范大学设立“心平自立贷学金”□20xx年度捐款2.000.000元

在北京师范大学设立“心平自立贷学金”□20xx年度捐款2.000.000元

注：20xx年1月-12月，总共向346所学校及社区捐赠了图书阅读项目。

(1)20xx年4月，心平基金会收到佚名的非限定性捐款：人民币22.680元。

(2)20xx年5月，心平基金会收到段永平先生、刘昕女士筹集捐赠的定向捐款：人民币400万元，专项用于江西师范大学和北京师范大学“心平自立贷学金”项目的第一期拨款。

(3)20xx年9月，心平基金会收到金戈先生的非限定性捐款：人民币2000元。

(4)20xx年12月，心平基金会再次收到段永平先生、刘昕女士筹集捐赠的非限定性捐款：人民币1550万元。

(5)20xx年7月-11月，心平基金会收到黄一禾先生定向捐赠的教学专用点读机：137台。

在此向各位捐赠人致以最诚挚的感谢！

(1) 全职与兼职人员工资福利：463.230.1元

(2) 办公房租及个人房租：122.400元

(3) 办公事务物品耗费和服务开支：34.992.04元

(4) 差旅及车辆费：66.153.1元

(5) 摊销及运行维护费用：93.193.23元

(6) 固定资产折旧：69.956.76元

(7) 计提跌价准备：70.547.4元（因股权投资而计提此项）

(1) 心平基金会20xx年度支出合计23.508.834.36元

其中：公益性捐赠22.578.116.48元，行政管理费用925.893.63元

(2) 心平基金会20xx年度收入合计23.398.912.76元

其中：捐赠收入19.615.374.00元，投资收益3.406.453.47元，其他收入377085.29元。

(3) 人员工资和行政办公支出占本年支出的比例为3.94%

说明：以上所有金额除特别注明的，均以人民币计。

# 海尔公司案例分析报告篇三

## 一、研究对象及选取理由

### (一) 研究对象

本报告选取了能源电力行业两家上市公司——xx国际□xx电力作为研究对象，对这两家上市公司公布的一连续三年的财务报表进行了简单分析及对比，以期对两个公司财务状况及经营状况得出简要结论。

### (二) 行业概况

能源电力行业近两、三年来非常受人瞩目，资产和利润均持续较长时间大幅增长。、市场表现均非常优秀，特别是20，大多数公司的主营业务收入出现了增长，同时经营性现金流量大幅提高，说明整体上看，能源电力类上市公司的效益在年有较大程度的提升。2003年能源电力类上市公司平均每股收益为元，高出市场平均水平95%左右。2003年能源电力行业无论在基本面还是市场表现方面都有良好的表现。

且未来成长性预期非常良好。电力在我国属于基础能源，随着新一轮经济高成长阶段的到来，电力需求的缺口越来越大，尽管目前电力行业投资规模大幅增加，但是电力供给能力提升速度仍然落后于需求增长速度，电力供求矛盾将进一步加剧，尤其是经济发达地区的缺电形势将进一步恶化。由于煤炭的价格大幅上涨，这对那些火力发电的公司来说，势必影响其盈利能力，但因此电价上涨也将成为一种趋势。在这样的背景下，电力行业必将在相当长的一段时期内，表现出良好的成长性。

因此，我们选取了这一重点行业为研究对象来分析。

### (三) 公司概况

## 1 □xx国际

xx国际的母公司及控股股东xxxxx是于1985年成立的中外合资企业，它与电厂所在地的多家政府投资公司于1994年6月共同发起在北京注册成立了股份有限公司。总股本60亿股，在国内发行亿股a股，其中流通股亿股，而后分别在香港、纽约上市。

在过去的几年中□xx国际通过项目开发和资产收购不断扩大经营规模，保持盈利稳步增长。拥有的总发电装机容量从2,900兆瓦增加到目前的15,936兆瓦□xx国际现全资拥有14座电厂，控股5座电厂，参股3家电力公司，其发电厂设备先进，高效稳定，且广泛地分布于经济发达及用电需求增长强劲的地区。目前□xx国际已成为中国最大的独立发电公司之一。

xx国际公布的20第1季度财务报告，营业收入为亿人民币，净利润为亿人民币，比去年同期分别增长 和。由此可看出，无论是发电量还是营业收入及利润□xx国际都实现了健康的同步快速增长。当然，这一切都与今年初中国出现大面积电荒不无关系。

在发展战略上□xx国际加紧了并购扩张步伐。中国经济的快速增长造成了电力等能源的严重短缺。随着政府对此越来越多的关注和重视，以及xx国际逐渐走上快速发展和不断扩张的道路，可以预见在不久的将来□xx国际必将在中xx力能源行业中进一步脱颖而出。最后顺便提一句□xx国际的董事长\_先生为中国前总理\_，这也许为投资者们提供了更多的遐想空间。

## 2 □xx电力

xx电力发展股份有限公司(股票代码600795)是中国xx集团公司控股的全国性上市发电公司，193月18日在上海证券交易所挂牌上市，现股本总额达亿股，流通股亿股。



# 海尔公司案例分析报告篇四

姓名：\*\*（本人） 性别：男 年龄：22

生理特征：身材矮、青春期××意识萌动。

性格特质：多愁善感，言行犹豫徘徊、瞻前顾后，性格内倾、封闭自保，自我观念差。

家庭职业背景：农村农民

家庭感情：所谓“代沟”严重、少有交感互动

受教育经历：从初中到高中，是应试教育下十足的考试狂，在种种压力环境下，唯分数是从，忽视压抑其他一切方面的学习、锻炼、培养、体验。现为华中科技大学本科三年级学生。

## 二、案例陈述

内容提要案主在大学里偷偷喜欢同班的女生m□一年多后以一种不可思议的方式表白了，被拒绝后内心茫然失措，情绪多变，心情矛盾痛苦，影响了案主的日常学习生活。

案主自述大一时，我和许多新生一样盲目茫然、郁闷空虚。有一种声音告诉我：快点找个女朋友吧！由于平常上课总喜欢窝在最后几排，于是，一位不幸的女孩即m落入了我的视线。我看她越看越美啊，好像似曾相识啊，她给我的感觉太好了，特别是她很有气质。我开始疯狂的想她，但从不外露，没有人知道。我不敢表白，甚至连正面看她的勇气都没有，很害羞很害怕啊。我的“硬件”和“软件”都不如她啊，我怕表白，癞蛤蟆想吃天鹅肉啊？没门！加上她又是我班的，抬头不见低头见，要是失败了，我以后怎么在班上混啊，俗话说得好，“兔子不吃窝边草”。尽管有一对成功的同班情

侣向我作了“示范”，尽管我真的一天到晚想恋着她，我一直不敢捅破这层纸。后来听人说她有男朋友，我本不自信，这样一来，我就更不敢表白了，好像有了借口啊，自我安慰着。你知道我是一个腼腆的男孩子。

但我并未死心啊。在日常学习生活中，我从不和她搭话，路上见了远远的躲之不及，或当作没看见、不认识：“冷酷到底”！我是个没用的人，胆怯懦弱的人。不是没有机会的，比如有一次搞调查，但是，我始终无法迈出当面和她表白的勇敢一步，因为我感觉自己太烂了，感觉她对我一点好感都没有，配不上啊。可是我真的好喜欢她啊。矛盾啊痛苦啊那种滋味真叫折磨人！我知道了什么叫刻骨铭心。

天涯何处无芳草，何必单恋一枝花？道理我也懂的，可我总是会钻牛角尖，自怨自艾，吊死在一棵树上。迷茫啊！

### 三、分析治疗

理论模式：人本心理治疗法[Rogers]

基本概念：自我观念（自我概念[Self-concept]——人在内心深处关于自己的形象，是个人在其成长生活的环境中对人、对己、对事物交感互动时由所得经验逐渐形成的综合性观念，是有组织的连贯的一整套自我看法和评价体系。

理论假设：

- 1) 人的本性是善良、理智、仁慈的。
- 2) 人有与他人和谐相处的愿望与能力，而且有自我成长、自我实现的内在动力（动机、需求）和潜能。
- 3) 所以，要对人的本性、潜能抱有乐观的态度、十足的信心。深信每个人都可以自己挖掘、发展自己的潜质，要以当事人

为中心，使案主独立自决，达到自我实现。

4) 案主的问题（困境）产生的原因是因为他（她）拥有一个偏低的自我观念。不能接纳自我、袒露自我、自尊自爱、自信自主，自我形象感拙劣，自我评价较低；“理想我”与“真实我”、自我感觉到的我与别人眼中的我之间不一致而内心冲突矛盾、焦虑困苦，而自我否认、掩饰、逃避、防卫，形成恶性循环，陷入囚徒困境。6) 因为，自我概念决定人的心理（思想、知觉、意识、动机、需求、心情、情绪、态度、观念等）和行为（记忆、学习、社交、活动、适应、习惯等）。

治疗目标：协助案主去伪、存真、自我认识、自我重建（此乃治疗必经程序），以自我实现。使其独立自主、自爱自信，悦纳自我、他人、世界，使人格更为统合，提高生活耐挫力和环境适应力，培养自我成长、实现的能力。

——对案例的剖析治疗：

开始，我（假象的我）以倾听为主，让案主尽情放纵宣泄，我尽量表现出真诚一致、无条件积极关怀，并表达同理心。基本上案主放开了自我，很坦白，这很不容易，敢于面对的勇气和坦然令人佩服。

案主淋漓尽致地泄情诉苦，表面上是在说他因为胆小怯弱、害怕不自信而不敢向暗恋对象表白，用间接的方式表白被拒后自我压抑郁闷，茫茫然无所措，陷入痛苦困惑、无法自拔的困境，实质上，根本性的问题是：案主不敢接纳面对自己，总在逃避，竭力掩饰，有意无意地自我防御和自我保护，对人对事缺乏主见（独立人格），自卑自贱、自怨自艾、自我想象。很明显，案主的自我观念有问题，从而导致了他内心和行为上的异常。在生活中，案主性格内向，自我封闭，不敢坦然面对真实的自我，不愿积极主动与人交往，自信心不足，多愁善感，内心敏感，感情细腻丰富，情绪易波动，容

易受别人及环境的影响。于是，待人处事上采取防卫方式，这是不能应付、解决内心困境的，只会使自己更加焦躁不安、忧郁悲观。案主对自己的形象认知未免太过悲观和低贱了吧？他已经没有了对自己独立的价值判断标准，很在意别人对他的评价、别人眼中反照的自我，而不相信自己的认知、判断。

案主的困惑其实就是认识自我的问题。因此，引导他大胆地面对自己，看清自己，还原自己，形成正确的自我观念和评价。让他看到一个真实客观、可爱不错的自我，开始自尊自爱自信起来，让案主自主自决、重建自我。

打开心扉，让心灵的天空不设防（相对），与自己、他人、外面的世界积极主动地互动，让案主感觉到，其实，生活很精彩！

#### 四、疗效评估

由于采用的是人本治疗法，不像行为治疗法那么易测量易评估，但是大致来说，还是可以试着观测评鉴的。

这里仅从治疗的工作目标实现的程度上加以分析。

经过人本心理治疗，按主明显自信、开朗、快乐多了，开始重新体认以往的经验，重新审视周围的人事，开始悦纳自己、别人、环境，行为表现上较成熟、较社会化、适应调谐能力增强，性格试着外倾，与人交往更开放更主动更自信更自然更开心更频繁了，独立、统合、健康的人格初具雏形，自我成长能力增强，逐步走向自我实现。

当然，有很多不确定的复杂易变的因素，以及含糊而弹性的评价指标（概念的可操作性不强），始终让人不能对本案的疗效抱有过分乐观的态度和期望。

另外，也很难确定当事人取得的疗效一定都是由于工作者的

人本治疗贡献的。有些心理问题和疾病，可以自然痊愈，也就是不治而愈。可能，是多种环境、条件、因素交互作用的结果。这点，真的很难鉴定，至少当前的心理学研究还无法“搞定”。

## 五、工作感受

限于篇幅，我只谈遗憾、缺点、不足、局限性。

由于是自我治疗，带来很多问题，一些正规的治疗程序和方法无法尝试、训练、应用、实践和体味升华，不利于专业知识的有效内化。深为遗憾！

（一）、由于采用单一的人本治疗模式，导致以下一些问题不等：

i]只笼统解决了内心（主观世界）的根本的问题，

怀疑在实际生活中，在与人互动的行为中，缺少相关环境要素的系统配合（配套机制）而疗效甚微。

ii]人是思想的巨人，行动的矮子。知道、懂道理是一回事，实际行动表现又是另一回事。似乎可以怀疑人本治疗的疗效。

iv]如果采用多种治疗模式综合治疗，似乎更合乎生活实际，更能收到疗效，但是，这样子就没有自己的专业权威和体系特色了。这是一个悖论。

（二）、个案社会工作的伦理要求尊重案主的隐私权，强调保密性，但这在实际操作中与目标任务在某些方面、在一定程度上造成了冲突、矛盾，此乃社会工作的伦理难题。

（三）、在做个案社会工作时感觉有时有些地方太过于程式化，（技术化、程序化、模式化），难免显得僵硬、做作、

冗赘，让人感觉不自然。而心理学上的心理治疗看上去更单纯、间接、干脆、直接。老实说，心理异常及问题的治疗，个人认为只要运用常人的心理常识、生活常理适当加以开导开化就行了。当然，这对开导者的综合能力有一定要求。

（四）、在写作第一部分的“案主资料”和第二部分的“案例陈述”时，我有意无意地根据接下来的分析治疗之需要，对事件本身进行增删、强调、润色，这在实际的社会个案工作过程中是不可能的。这是作业，根据理论需要提取案例，可以理解。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 海尔公司案例分析报告篇五

康师傅在全国有七家公司，包括东北、华北、西北、华中、华东、华南、西南七家公司，拥有20家工厂，一共有155条生产线。

康师傅方便面的产品布局是以红烧牛肉面为核心产品、发展多种定位不同的副品牌，以吸引不同人群。“福满多”系列定位为农村市场，“亚洲精选”定位为年轻人，“福香脆”

则是针对中小学生的消费者的。”

## 一：市场概况及营销环境分析

数据显示，康师傅在市场上所占份额约为42%，在方便面市场中占据这领导者地位。

而从近几年的方便面销售量走势图可以看出，方便面食品今年来的消费量保持持续增长态势[]20xx年达556.3亿包，人均消费量达42包。根据日本的经验，年人均消费达40袋后，方便面市场的发展会趋于平稳。根据产业周期来判断，一个行业的增长率维持在10%左右，即表明该行业进入成熟期。现方便面行业增长率在10%左右，进入了缓慢增长的阶段。且方便面是一个高度市场化和成熟化的行业，门槛本身就高，加之行业先天的利润微薄，使得行业格局呈现稳定。市场主要集中在几家大型方便面制造企业，康师傅、统一、白象、华龙、华丰等方便面厂家市场占有率超过了70%，行业集中度很高。方便面市场竞争日益加大：

- 1：价格竞争白热化，渠道争夺日益激烈。
- 2：品牌形象竞争及广告促销投入越来越大。
- 3：地区性品牌的竞争优势逐渐形成(规模、品质、设备、成本)。
- 4：一线品牌(康师傅、统一)向下延伸，二线品牌(华龙、白象)向上发展。
- 5：工厂布点增加，合理化布局。
- 6：追求经济规模效应，利润最大化。

## 二：产品及竞争对手分析

从整体竞争格局上看，方便面市场的集中度很高，仅康师傅和统一两个品牌就占据了整个市场份额的70%。而在忠诚度上，康师傅高达76%，统一是唯一一个有实力能与康师傅抗衡的品牌，但他的品牌忠诚度与康师傅的差距还是比较大。

而从区域差异化上，康师傅的强势区域主要集中在北方地区，而统一则集中在南方地区，但目前康师傅也在南方地区建立遍布城乡的密集网点，有效保证了市场占有率。

康师傅在今后的广告目标为：

- 1、传达未来的方便面发展理念——口味将不会受到地域的限制。
- 2、迅速打入目标市场，保持较高占有率，提高重度消费者数量
- 3、提高指名购买率，塑造方便面的领导地位。
- 4、提高康师傅整体品牌知名度。
- 5、是康师傅广告深入人心。

### 三：消费者分析

- 1、方便面的主流消费者是15-35岁的年轻群体，这部分人是方便面的忠实消费群体全时性固定工作的白领占了总消费人群的46%，学生群体占了总消费人群的17%。
- 2、如果每月消费11袋者为重度消费者，则男性群体重度消费者占53.3%。于此相对应的'是女性消费者占46.7%。
- 3、随着收入增加，消费者对速食面的需求从以前的吃饱就行发展到现在的开始关注营养成分，康师傅敏锐的注意到了这一变化，并经过调研，发现七成消费者对营养型速食面感兴



趣。

#### 四：市场分析总结

通过分析，我们可以先给产品进行定位：

1、口味的多元化

2、适合享受、需求

3、注重产品质量和商品利益

4、包装形式和材质创新

5、建立产品销售管道机制，通过建立产品销售管道机制来经营通路，使产品在最短的时间内与零售商见面、与消费者见面。同时通过这种通路，建立良性循环的反馈机制，不断的听取消费者的感受和意见，这也是我们不断创新的动力源泉。

#### 五：swot分析：

**s:01.**市场占有率高

02. 产品种类齐全口味多们，能满足了各个阶层的需求

03. 产品的价格分层而定，包装及设计新潮时尚，符合大众的审美喜好

**w:01.**在农村方面的市场占有率不高，再而是价格优势也不太明显。

02. 产品的绿色环保理念不够明显，在这方面缺乏竞争率。

03. 由于本产品本处在成熟期，而本产品在国内市场上的需求

量也已达到饱和，产品销量在中国市场很难有再大的发展。

04. 产品的终端做的还不太人性化。

o:01.在继续保持产品原来优势上的地位的同时，加大其品牌形象。02.可结合当前市场上的绿色营销及理念营销的这一新的传播模式。突显本产品在这一方面的优势地位。

03.对市场做更加详细的细分，主要抓住主要的消费群体，也就是高中及大学生，还有就是刚刚工作的年轻人士。抓住他们的特点及喜好。

05.加在产品在其它国家的品牌宣传力度，把产品打造成一个大品牌。