

中药企业竞争力战略研究报告（2007-2008）

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《中药企业竞争力战略研究报告（2007-2008）》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/zhongyao/4410438DV5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]中药企业竞争力战略研究报告（2007-2008）内容介绍：[/b]

【报告优势】根据客户要求增加指定内容

【报告形式】动态研究报告（现成报告内容+客户指定内容+现时内容）

【报告作者】企业竞争力研究课题组

【报告提示】

中医药是我国宝贵的遗产，是中华民族特有的瑰宝，为中华民族的繁荣昌盛做出了巨大的贡献，随着人类科技的发展和医疗观念发生深刻变化，全球对中国中医药的研究、开发和应用越来越予以重视，为中国中药产业带来了前所未有的发展机遇。展望未来，21世纪将会是生命科学的世纪，医药是极具高科技含量和巨大增长潜力的产业。中医药是最具我国民族特色和独特优势的领域，在我国21世纪产业结构调整中将起到举足轻重的作用。改革开放以来，中药经济保持了较快的增长速度和良好的发展趋势，初步形成了由中药农业、中药工业、中药商业和中药知识业组成的产业体系和具有一定实力的中药工业企业集团。然而我国中药企业的整体情况并不乐观，企业规模不大、实力较为弱小；产品集中度高、经济效益好的企业不多；中药产品标准化程度不够，因此在中国加入WTO和国外公司纷纷投入天然植物药市场的情况下，中药企业面临极大的挑战。在这一背景下,对我国中药企业的竞争力进行研究具有重要的现实意义。本报告的研究目的主要是构建中药企业竞争力评价体系,比较性评价企业的相对市场竞争力,为企业制定出重点改善手段和措施、积极参与有效正当的竞争以及制定市场竞争战略提供科学的决策依据。

【报告核心】

报告目的

研究框架

外部环境

内部环境

SWOT分析

竞争力识别

战略模式

战略选择

【报告目录】

[b]第1章：绪论[/b]

第1节：企业的竞争力

第2节：竞争的优势

第3节：竞争力战略对企业的意义

第4节：报告研究背景及意义

1.研究背景

2.研究的意义

3.报告研究方法

第5节：报告研究内容

第6节：报告研究框架

[b]第2章：中药企业外部环境分析与评价[/b]

第1节：宏观环境分析—PEST分析

1.政治和法律环境

2.经济环境

3.社会文化和自然环境

4.技术环境

5.环境宏观因素行业现状及发展趋势分析

1.中药行业分析

2.国内市场发展现状分析

3.中国中药(中药市场分析)市场发展的特点

第3节：中药企业竞争环境分析

1.中药行业结构分析

2.中药企业竞争结构分析

第4节：中药企业外部环境评价

[b]第3章：中药企业内部环境分析与评价[/b]

第1节：中药企业内部环境分析

1.中药企业内部资源分析

2.中药企业资源能力分析

3.企业资源能力的市场检测法

第2节：中药企业核心竞争力识别

1.中药企业核心竞争力内部识别

2.中药企业核心竞争力外部识别

3.核心竞争力识别小结

[b]第4章：中药企业竞争战略选择与评价[/b]

第1节：SWOT分析

第2节：可供选择的竞争战略模式

1.竞争战略轮盘

2.企业竞争战略选择—战略钟

3.功能领域的竞争定位

第3节：中药企业竞争战略选择的原则及目标描述

1.指导原则

2.战略目标描述

第4节：中药企业竞争战略选择与评价

第5节：中药企业竞争战略选择小结

[b]第5章：中药企业竞争战略实施建议[/b]

第1节：战略实施模式

第2节：战略实施匹配

第3节：战略实施的组织调整

第4节：战略实施的资源配置

第5节：战略实施中核心竞争力的创建、培养和提升

1.培养企业核心竞争力的途径

2.整合核心竞争力要素

3.维护提升企业的核心竞争力

4.加大技术创新力度以增强核心技术能力

5.加大管理创新力度以增强核心管理能力

6.强化培训和学习以形成核心制造能力

7.加强营销渠道建设以形成核心营销能力

8.加强企业文化建设形成独特的经营理念和价值观念

第6节：战略控制

[b]第6章：结论[/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhongyao/4410438DV5.html>