

中国饮料企业发展战略研究报告（2009）

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

《中国饮料企业发展战略研究报告（2009）》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/yinliao/E17161E98S.html>

报告价格：纸质版：7800元 电子版：8300元 纸质+电子版：8800元

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]中国饮料企业发展战略研究报告（2009）内容介绍：[/b]

【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】行业发展研究课题组

【报告提示】像技术、管理、营销等需要不断创新一样，企业发展战略也需要不断创新。企业发展战略创新就是研究制定新的企业发展战略。企业发展战略应该保持相对稳定，保持相对稳定并不意味着一成不变。企业发展战略创新是为了应对外部环境和内部条件的重大变化。任何企业发展战略都是针对一定的外部环境与内部条件制定的。当外部环境或内部条件发生重大变化时，毫无疑问就应该与时俱进、调整或重新制定发展战略。我们所处的时代是变化速度空前加快的时代，中国入世又使中国企业融入了变化多端的国际市场，这就使企业发展战略创新显得尤为重要。在经营过程中，企业内部条件发生原来意想不到的重大变化也是常有的事，如果发生了这种变化也要调整或更新原有的发展战略。企业发展战略创新也是为了提高战略水平。企业各项工作都要上水平，发展战略更要上水平。企业发展战略水平决定企业各项工作水平。智慧有大小，战略有高低。企业发展战略存在着水平差异，甚至是相当大的水平差异。企业发展战略创新是为了获得更好的企业发展战略。企业发展战略创新取决于企业领导观念转变。企业普遍需要发展战略创新，有的需要重新定位，有的需要重新整合资源，有的需要重新制定战略措施。可是，由于企业领导或多或少地存在旧观念，企业发展战略创新往往提不到议事日程。要想获得更好的企业发展战略，领导者应该首先向自己的旧观念挑战。企业发展战略创新也源于企业领导的动力、魄力和毅力。从某种意义上讲，企业发展战略创新是企业再造工程，是一项具有很大风险、困难和阻力的系统工程。企业领导如果没有强烈的事业心、责任感，没有排除各种困难和阻力的魄力，没有坚韧不拔的毅力，就很难下定这种决心。本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，对饮料企业及其相关研究人员具有一定参考价值。

[b]【报告目录】[/b]

[b]1.前言[/b]

1.1数据来源

1.2本研究的目的是与意义

1.3最新研究动态

1.4研究方法

[b]2.本研究报告的支撑理论[/b]

2.1关于饮料行业

2.2企业战略管理理论

2.3企业义利共生论

[b]3.中国饮料企业发展战略的外部环境分析[/b]

3.1中国饮料企业外部宏观环境分析

3.1.1政策法规分析

3.1.2经济环境分析

3.1.3技术环境分析

3.1.4社会文化环境分析

3.2中国饮料发展战略的内部条分析[/b]

4.1中国饮料企业发展分析

4.1.1发展现状分析

4.1.2经营状况分析

4.1.3企业文化分析

4.2中国饮料实施发展战略的 SWOT 分析

4.2.1实施发展战略的优势

4.2.2实施发展战略的劣势

4.2.3实施发展战略的机会

4.2.4实施发展战略的威胁

[b]5.中国饮料企业2009-2019年发展战略选择[/b]

5.1中国饮料企业战略使命和价值观

5.22009-2019 年总体战略目标

5.3中国饮料企业的发展战略选择

5.3.1经营战略选择

5.3.2研发与技术创新战略选择

5.3.3财务战略选择

5.3.4人力资源战略选择

5.3.5企业文化战略选择

[b]6.中国饮料企业战略实施及保障措施[/b]

6.1中国饮料企业战略实施规划

6.1.1中国饮料企业竞争优势的构建

- 6.1.2战略实施步骤及计划
- 6.1.3战略管理制度
- 6.1.4战略控制措施
- 6.2中国饮料企业发展战略实施策略
 - 6.2.1战略实施的研发策略
 - 6.2.2战略实施的营销策略
 - 6.2.3战略实施的融资策略
 - 6.2.4战略实施的国际化策略
- 6.3中国饮料企业战略实施的保障措施
 - 6.3.1技术创新保障体系
 - 6.3.2人力资源保障体系
 - 6.3.3资本运营投融资体系
 - 6.3.4信息化建设
- 6.4中国饮料企业战略实施的风险防范与调控机制

[b]7.结论[/b]

[b]【图表目录】[/b]

图1：中国饮料企业发展战略研究框架图

图2：中国饮料企业发展战略研究技术路线图

图3：PEST分析模型图

图4：2008年饮料行业集中度分析图

图5：波特五力分析模型图

图6：中国饮料行业五力分析图

图7：中国饮料行业发展趋势分析图

图8：中国饮料行业产出数据分析图

图9：中国饮料行业销售数据分析图

图10：中国饮料行业进出口数据分析图

图11：中国饮料行业成本与利润分析图

图12：中国饮料行业产出、销售及出口预测图

图13：中国饮料行业成本和利润预测图

图14：民族型和市场型企业文化比较图

图15：中国饮料企业文化的战略诊断图

图16：企业SWOT模型图

- 图17：中国饮料企业SWOT图
- 图18：中国饮料企业战略目标图
- 图19：经营战略分析的框架图
- 图20：中国饮料企业财务战略选择框架图
- 图21：中国饮料企业人力资源诊断图
- 图22：中国饮料企业人力资源战略选择框架图
- 图23：中国饮料企业企业文化战略选择框架图
- 图24：中国饮料企业战略实施的各阶段策略框架图
- 图25：中国饮料企业竞争优势构建策略框架图
- 图26：中国饮料企业营销策略实施步骤图
- 图27：中国饮料企业外源融资分析图
- 图28：中国饮料企业内源融资分析图
- 图29：中国饮料企业国际化战略框架图
- 图30：中国饮料企业战略控制图
- 图31：中国饮料企业战略风险识别图
- 图32：中国饮料企业战略风险控制图
- [b]（更多图表：略）[/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/E17161E98S.html>