

# 伊利集团竞争力分析报告（2007）

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《伊利集团竞争力分析报告（2007）》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/ruzhipin/U72719M8DG.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]伊利集团竞争力分析报告（2007）内容介绍：[/b]

### 【发展分析】

伊利集团基本情况介绍

伊利公司概况

伊利公司发展的主要事件

伊利公司的组织结构

伊利集团现阶段的经营战略

### 【考核与评价】

伊利集团核心竞争力模糊综合评价

伊利集团的市场地位及竞争力评价

伊利的市场地位

伊利公司的竞争力评价及SWOT分析

### 【产品市场结构】

伊利集团核心竞争力分析

五种竞争动力模式分析

综合内外部环境进行战略分析—SWTO分析

乳品行业市场竞争态势分析

### 【销售渠道结构】

消费者研究

目标消费群的特征

影响目标消费者主要因素

目标消费者行为方式分析

消费者研究的结论和启示

### 【主力厂商评价】

液态奶市场主要厂商竞争战略分析

### 【动因分析】

伊利集团液态奶市场竞争战略的形成

消费者为导向的战略观念的提出

伊利公司的战略目标和战略观念

伊利液态奶市场的竞争性市场定位

差异化产品与渠道拓展并重的发展战略

伊利公司营销策略的提出

#### 【因素分析】

中国加入WTO对乳品发展趋势分析

政府政策导向分析

技术水平对中国乳品行业的影响

社会文化环境对中国乳品行业的影响

#### 【链式分析】

中国乳品行业发展和现状

中国乳品行业存在的主要问题及发展趋势

当前存在的主要问题

未来中国乳业的发展趋势

#### 【对策与建议】

伊利集团提高企业核心竞争力的对策

提高企业核心竞争力的一般方法

伊利集团提高核心竞争力的具体途径

对当前伊利公司的营销策略的改进建议

#### 【管理方略】

伊利集团生产经营管理状况

伊利的辉煌业绩

伊利的“责任”

伊利集团独特的企业文化

#### 【战略与策略】

伊利公司的差异化产品战略的实施

产品发展趋势

产品差异化策略

渠道拓展策略

分销渠道策略

现代渠道终端的营销策略

开发农村市场

价格策略

综合促销策略

媒体组合策略

营业推广策略

公共关系策略

酸奶市场策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/U72719M8DG.html>