

中国保健品企业发展战略研究报告

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

《中国保健品企业发展战略研究报告》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/baojianpin/X05043JXX5.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]中国保健品企业发展战略研究报告 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】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，对保健品业及其相关研究人员具有一定参考价值。

[b]1.前言[/b]

[b]2.中国保健品企业发展战略定位[/b]

2.1中国保健品企业环境分析

2.1.1中国保健品企业外部环境分析

2.1.2中国保健品企业内部环境分析

2.1.3中国经济形势分析

2.1.4中国保健品发展战略内容

2.3中国保健品企业可持续发展战略

2.3.1中国保健品企业发展之路

2.3.2中国保健品企业需要可持续发展

2.3.3中国保健品企业可持续发展战略方法

[b]3.中国保健品企业人力资源发展战略[/b]

3.1关于企业人力资源发展战略

3.1.1人力资源战略管理的定义

3.1.2人力资源战略管理的特征

3.1.3人力资源战略管理的定位

3.1.4人力资源战略管理的方法

3.2中国保健品企业人力资源管理现状调查与分析

3.2.1中国保健品企业人力资源战略的特征

3.2.2中国保健品企业人员配置与调整现状分析

3.2.3中国保健品企业人力资源管理的制度建设与组织发展现状分析

3.2.4中国保健品企业培训与开发现状分析

3.2.5中国保健品企业绩效评估与激励现状分析

3.2.6中国保健品企业交流沟通系统运行分析

- 3.2.7中国保健品企业劳资关系系统运行分析
- 3.2.8中国保健品企业核算与监督系统运行分析
- 3.2.9中国保健品企业人力资源信息系统运行分析
- 3.3中国保健品企业人力资源发展战略的选择与实施
 - 3.3.1中国保健品企业人力资源管理战略意义
 - 3.3.2中国保健品企业职务分析与设计策略
 - 3.3.3中国保健品企业人力资源规划策略
 - 3.3.4中国保健品企业员工招聘与选拔策略
 - 3.3.5中国保健品企业绩效考评策略
 - 3.3.6中国保健品企业薪酬管理策略
 - 3.3.7中国保健品企业员工激励策略
 - 3.3.8中国保健品企业培训与开发策略
 - 3.3.9中国保健品企业职业生涯规划策略
 - 3.3.10中国保健品企业人力资源会计策略
 - 3.3.11中国保健品企业劳动关系管理策略
- 3.4中国保健品企业人力资源战略的控制与反馈

[b]4.中国保健品企业信息化发展战略[/b]

- 4.1关于企业信息化发展战略
 - 4.1.1企业信息化概述
 - 4.1.2企业信息化的外延
 - 4.1.3企业信息化的目的
 - 4.1.4企业信息化的范围
 - 4.1.5建设企业信息化内容与实施条件
- 4.2中国保健品企业信息化发展现状的调查与分析
 - 4.2.1中国保健品企业信息化发展的环境分析
 - 4.2.2中国保健品企业电子信息技术的应用现状分析
 - 4.2.3中国保健品企业生产自动化的应用现状分析
 - 4.2.4中国保健品企业数据的自动化和信息化应用现状分析
 - 4.2.5中国保健品企业辅助管理和辅助决策系统的应用现状分析
- 4.3中国保健品企业信息化发展战略的选择与实施
 - 4.3.1中国保健品企业信息化发展战略的重点--创造性地应用信息技术
 - 4.3.2中国保健品企业信息化的战略原则

4.3.3中国保健品企业信息化的战略组织建设策略

4.3.4中国保健品企业信息化的战略决策策略

4.3.5中国保健品企业电子商务的发展策略

4.4中国保健品企业信息化战略的控制与反馈

[b]5.中国保健品企业文化发展战略[/b]

5.1关于企业文化发展战略

5.1.1企业文化的内涵及特点

5.1.2企业文化在企业战略管理中的意义

5.1.3现代企业文化发展战略的基本内容

5.2中国保健品企业文化建设与管理现状的调查与分析

5.2.1中国保健品企业经营者对企业文化基本问题的认识

5.2.2中国保健品企业文化建设的实现形式

5.2.3中国保健品企业文化建设所处的阶段

5.2.4中国保健品企业对企业文化的关注程度

5.2.5中国保健品企业最满意的企业文化内容

5.2.6中国保健品企业文化建设存在的主要问题

5.3中国保健品企业文化发展战略的选择与实施

5.3.1中国保健品企业文化发展战略的要点

5.3.2中国保健品企业战略选择与行业文化培育

5.3.3中国保健品企业战略并购与两种文化融合

5.3.4中国保健品企业战略调整与企业文化变革

5.3.5中国保健品企业战略实施与优秀文化创建

5.4中国保健品企业文化发展战略的控制与反馈

[b]6.中国保健品企业财务管理战略[/b]

6.1关于企业财务管理战略

6.1.1企业财务管理战略的定义

6.1.2企业财务管理战略的特征

6.1.3企业财务管理战略的意义

6.1.4企业财务战略的基本内容

6.2中国保健品企业财务管理现状的调查与分析

6.2.1中国保健品企业负债结构分析

6.2.2中国保健品企业偿债状况分析

6.2.3中国保健品企业利息保障倍数分析

6.2.4中国保健品企业盈利状况分析

6.3中国保健品企业财务管理战略的选择与实施

6.3.1中国保健品企业财务管理战略制定原则及思路

6.3.2中国保健品企业财务管理战略的定位

6.3.3中国保健品企业不同阶段的财务管理战略选择

6.3.4中国保健品企业财务管理战略的制定与实施

6.4中国保健品企业财务管理战略的控制与反馈

[b]7.中国保健品企业能力发展战略[/b]

7.1关于企业能力发展战略

7.1.1企业能力发展战略的定义

7.1.2企业的发展能力分析的思路

7.1.3以影响价值变动的因素衡量企业发展能力的思路

7.2中国保健品企业能力发展现状的调查与分析

7.2.1中国保健品企业销售增长率分析

7.2.2中国保健品企业可持续增长率分析

7.2.3中国保健品企业资产增长率分析

7.2.4中国保健品企业资本增长率分析

7.3中国保健品企业能力发展战略的选择与实施

7.3.1中国保健品企业能力发展战略的重点

7.3.2中国保健品企业能力发展战略的挑战

7.3.3确定未来可能的威胁和新的机遇

7.3.4制订应对多种未来可能的战略

7.3.5建立未来所需的战略能力

7.3.6按照制订的面向未来的战略实施行动

7.4中国保健品企业能力发展战略的控制与反馈

[b]8.中国保健品企业价值创新发展战略[/b]

8.1关于价值创新发展战略

8.1.1价值创新发展战略的定义

8.1.2价值创新发展战略的途径

8.1.3价值创新的战略逻辑

8.1.4价值创新的系统性分析

- 8.2中国保健品企业价值创新现状调查与分析
 - 8.2.1中国保健品企业价值的现状分析
 - 8.2.2中国保健品企业价值创新过程中存在的问题
- 8.3中国保健品企业价值创新的战略选择与实施
 - 8.3.1战略规划
 - 8.3.2组织实现战略所需的资源
 - 8.3.3领导和控制实施战略所需资源
 - 8.3.4构建持续能力
 - 8.3.5中国保健品企业价值创新战略的实施方案
- 8.4中国保健品企业价值创新战略的控制与反馈

[b]9.中国保健品企业安全管理战略[/b]

- 9.1关于企业安全管理战略
 - 9.1.1安全管理战略的定义
- 9.2安全管理战略的五种关系
- 9.3中国保健品企业安全管理现状的调查与分析
 - 9.3.1员工安全管理能力分析
 - 9.3.2设备安全管理能力分析
 - 9.3.3物料安全管理能力分析
 - 9.3.4制度安全管理能力分析
 - 9.3.5环境安全管理能力分析
- 9.4中国保健品企业安全管理战略的选择与实施
 - 9.4.1员工安全知识与技能能力的改善与提升策略
 - 9.4.2优化设备安全性能能力的改善与提升策略
 - 9.4.3物料安全水平能力的改善与提升策略
 - 9.4.4安全制度能力的改善与提升策略
 - 9.4.5监测环境安全状况能力的改善与提升策略
- 9.5中国保健品企业安全管理战略的控制与反馈

[b]10.中国保健品企业战略实施评价及其管理[/b]

- 10.1中国保健品企业战略实施评价
 - 10.1.1中国保健品企业行业发展现状分析图

图3：中国保健品行业发展趋势分析图

图4：人力资源管理职能转型的主要因素分析图

图5：人力资源管理的內容示意图

图6：人力资源管理的功能示意图

图7：中国保健品行业重点分析企业人员配置与调整分析图

图8：中国保健品行业重点分析企业制度与组织分析图

图9：中国保健品行业重点分析企业培训与开发分析图

图10：中国保健品行业重点分析企业人力资源信息系统运行图

图11：中国保健品行业重点分析企业沟通系统分析图

图12：企业实施信息化战略的重点示意图

图13：中国保健品行业重点分析企业电子信息技术应用分析图

图14：中国保健品行业重点分析企业生产自动化应用分析图

图15：中国保健品行业重点分析企业数据自动化和信息化应用分析图

图16：中国保健品行业重点分析企业辅助管理和辅助系统应用分析图

图17：新时期企业文化的基本內容示意图

图18：中国保健品行业重点分析企业文化建设的实现形式分析图

图19：中国保健品行业重点分析企业经营者对企业文化基本问题的认识分析图

图20：中国保健品行业重点分析企业所处企业文化阶段分析图

图21：中国保健品行业重点分析企业对企业文化的关注程度分析图

图22：中国保健品行业重点分析企业最满意的企业文化內容分析图

图23：企业财务战略的內容框架图

图24：中国保健品行业重点分析企业负债结构分析图

图25：中国保健品行业重点分析企业偿债状况分析图

图26：中国保健品行业重点分析企业利息保障倍数分析图

图27：中国保健品行业重点分析企业盈利状况分析图

图28：企业转型能力的整合架构图

图29：环境识别能力的构成要素框架图

图30：资源整合能力的构成要素框架图

图31：管理控制能力的构成要素框架图

图32：持续创新能力的构成要素框架图

图33：中国保健品行业重点分析企业销售收入及其增速分析图

图34：中国保健品行业重点分析企业净利润額及其增速分析图

图35：中国保健品行业重点分析企业留存收益及其增速分析图

图36：中国保健品行业重点分析企业股东权益及其增速分析图

- 图37：中国保健品行业重点分析企业总资产及其增速分析图
- 图38：中国保健品行业重点分析企业净资产收益率分析图
- 图39：中国保健品行业重点分析企业可持续增长率分析图
- 图40：中国保健品行业重点分析企业实际增长率分析图
- 图41：价值创新产生的基本要素框架图
- 图42：安全管理战略的五种关系分析图
- 图43：中国保健品行业重点分析企业员工安全管理能力分析图
- 图44：中国保健品行业重点分析企业设备安全管理能力分析图
- 图45：中国保健品行业重点分析企业物料安全管理能力分析图
- 图46：中国保健品行业重点分析企业制度安全管理能力分析图
- 图47：中国保健品行业重点分析企业环境安全管理能力分析图
- 图48：企业战略评价流程分析图
- 图49：中国保健品行业重点分析企业市场应变能力评价分析图
- 图50：中国保健品行业重点分析企业市场营销能力评价分析图
- 图51：中国保健品行业重点分析企业技术利用能力评价分析图
- 图52：中国保健品行业重点分析企业技术创新能力评价分析图
- 图53：中国保健品行业重点分析企业人力资源能力评价分析图
- 图54：中国保健品行业重点分析企业组织协调能力评价分析图
- 图55：中国保健品行业重点分析企业财务目标能力评价分析图
- 图56：中国保健品行业重点分析企业文化能力评价分析图
- 图57：中国保健品行业重点分析企业战略性危机管理支撑系统框架图
- 表1：中国保健品行业重点分析企业入力资源现状调查表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/X05043JXX5.html>