

2009-2010年中国营养、保健食品制造企业核心竞争力分析报告

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

《2009-2010年中国营养、保健食品制造企业核心竞争力分析报告》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/Y16189JALE.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]2009-2010年中国营养、保健食品制造企业核心竞争力分析报告 内容介绍：[/b]

该报告为独家首创行业深度调查研究报告，此报告为个性定制服务报告，如果该报告目录中所列举的内容没有完全满足您的需求，我们将根据不同类型及不同行业企业提出的具体要求，重新修订报告目录，并在此目录的基础上重新完善行业数据及分析内容，为企业准确详细了解行业运行状况及同业竞争者战略方向提供全程服务。

报告摘要：

核心竞争力也称核心能力或核心专长，它是企业所拥有的能为消费者带来特殊效用并使企业获得长期而稳定超额利润的独特性资源。我们分析认为，自上世纪90年代以来，跨国企业在经济全球化的竞争压力之下，频繁进行着大规模的战略重组和业务外包，其主要目的归根到底就是要获取互补性资源、集中精力提高企业在核心业务领域的竞争力水平。

与跨国企业相比，中国营养、保健食品制造企业在诸多方面还存在很大的差距。如何有效提升中国营养、保健食品制造企业的核心竞争力、积极参与到全球化的竞争之中，是我们迫切需要考虑的问题。可喜的是，以营养、保健食品制造行业为代表的中国营养、保健食品制造业在20多年的发展中，凭借着在技术、管理、营销等领域的创新，成为了营养、保健食品制造全球市场的重要参与者，具有了较强的国际竞争力。从某种意义上，它们的成功为其他行业的发展提供了值得借鉴经验与启示。本报告以中国营养、保健食品制造企业为研究对象，对不同战略群组营养、保健食品制造企业的核心竞争力模式进行了比较研究。

[b]第一章 研究导论[/b]

第一节 企业核心竞争力的概念

第二节 企业核心竞争力指标的研究现状与研究意义

第三节 本报告研究的对象与思路

[b]第二章 企业核心竞争力指标的主要特征[/b]

第一节 企业的特性

第二节 本行业企业竞争的特性

第三节 营养、保健食品制造企业核心竞争力的特性

第四节 顾客对营养、保健食品制造企业的期望指标综述

[b]第三章 我国企业核心竞争力的现状、问题和主要障碍[/b]

第一节 我国企业核心竞争力的现状和问题

第二节 影响我国企业核心竞争力的主要障碍

[b]第四章 企业核心竞争力评价指标体系的初步设计[/b]

第一节 企业核心竞争力评价指标体系设计的意义及原则

第二节 企业核心竞争力评价指标体系的初步设计

[b]第五章 培育提升企业核心竞争力[/b]

第一节 提升我国企业核心竞争力的几种观念和方法

第二节 外部条件的营造

第三节 提升我国企业核心竞争力的三种途径

[b]第六章 营养、保健食品制造企业发展现状的国际比较分析[/b]

第一节 国外营养、保健食品制造企业发展现状分析

一、美国营养、保健食品制造企业发展现状

二、日本营养、保健食品制造企业发展现状

三、欧洲营养、保健食品制造企业发展现状

四、发达国家营养、保健食品制造企业发展的趋势

第二节 国内营养、保健食品制造企业发展现状分析

一、我国营养、保健食品制造企业的环境分析

二、我国营养、保健食品制造企业优劣势分析

第三节 营养、保健食品制造企业发展现状的国际比较

一、营养、保健食品制造企业服务的现状比较

二、营养、保健食品制造企业发展水平国际比较分析

[b]第七章 我国营养、保健食品制造企业核心竞争力识别与培育[/b]

第一节 营养、保健食品制造企业核心竞争力分析

一、我国营养、保健食品制造企业核心竞争力的要素构成

二、我国营养、保健食品制造企业核心竞争力构成要素关联分析

第二节 营养、保健食品制造企业核心竞争力发展的三种形态

一、基础态核心竞争力

二、亚状态核心竞争力

三、成熟态核心竞争力

第三节 营养、保健食品制造企业核心竞争力的识别分析

第四节 我国营养、保健食品制造企业核心竞争力的培育

一、内部功能整合

二、外部资源购买

三、与其他企业合作形成营养、保健食品制造战略联盟

[b]第八章 我国营养、保健食品制造企业核心竞争力综合评价[/b]

第一节 我国营养、保健食品制造企业核心竞争力评价的原则

第二节 我国营养、保健食品制造企业核心竞争力评价指标体系构建

第三节 我国营养、保健食品制造企业核心竞争力综合评价模型构建

第四节 我国营养、保健食品制造企业核心竞争力综合评价与分析

[b]第九章 营养、保健食品制造企业核心竞争力的培育与提升[/b]

第一节 营养、保健食品制造企业核心竞争力的培育途径

一、观念创新

二、技术创新

三、文化创新

四、制度创新

[b]第十章 行业重点企业核心竞争力分析[/b]

第一节 重点企业之一

一、企业经营概况

二、市场竞争力分析

三、产品竞争力分析

四、技术竞争力分析

五、销售渠道竞争力分析

六、其他竞争力分析

第二节 重点企业之二

一、企业经营概况

二、市场竞争力分析

三、产品竞争力分析

四、技术竞争力分析

五、销售渠道竞争力分析

六、其他竞争力分析

第三节 重点企业之三

一、企业经营概况

二、市场竞争力分析

三、产品竞争力分析

四、技术竞争力分析

五、销售渠道竞争力分析

六、其他竞争力分析

第四节 重点企业之四

- 一、企业经营概况
- 二、市场竞争力分析
- 三、产品竞争力分析
- 四、技术竞争力分析
- 五、销售渠道竞争力分析
- 六、其他竞争力分析

第五节 重点企业之五

- 一、企业经营概况
- 二、市场竞争力分析
- 三、产品竞争力分析
- 四、技术竞争力分析
- 五、销售渠道竞争力分析
- 六、其他竞争力分析

[b]第十一章 营养、保健食品制造企业核心竞争力的构建[/b]

第一节 营养、保健食品制造企业核心竞争力的构成要素

第二节 构建核心竞争力的途径

第三节 营养、保健食品制造企业核心竞争力的维护

- 一、关注营养、保健食品制造企业核心竞争力的地位
- 二、加强营养、保健食品制造企业核心竞争力的管理
- 三、强化创新，重视营养、保健食品制造企业核心竞争力的改进
- 四、树立产品整体概念，培养顾客忠诚，保持竞争优势
- 五、积极推进信息化建设，进行科学管理

第四节 营养、保健食品制造企业核心竞争力的提升

- 一、实施国际管理标准，提升营养、保健食品制造企业核心竞争力
- 二、潜心专业化，适时多元化经营，提升营养、保健食品制造企业核心竞争力
- 三、合作竞争，提升营养、保健食品制造企业核心竞争力
- 四、战略联盟，增强营养、保健食品制造企业核心竞争力
- 五、以人为本，进一步提升营养、保健食品制造企业核心竞争力
- 六、转变政府职能，降低营养、保健食品制造企业的商务成本

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/Y16189JALE.html>