

2009中国饮料企业发展战略研究及市场分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009中国饮料企业发展战略研究及市场分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/2775527755.html>

报告价格：电子版: 7500元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

报告目录

1.前言

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

2.本研究报告的支撑理论

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

3.中国饮料企业发展战略的外部环境

3.1中国饮料企业外部宏观环境

3.1.1政策法规

3.1.2经济环境

3.1.3技术环境

3.1.4社会文化环境

3.2中国饮料行业竞争环境

3.2.1市场集中度

3.2.2同业竞争格局

3.2.3国内行业发展趋势

4.中国饮料企业发展战略的内部条

4.1中国饮料企业发展

4.1.1发展现状

4.1.2经营状况

4.1.3企业文化

4.2中国饮料实施发展战略的 SWOT

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

5.中国饮料企业2009-2019年发展战略选择

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

6.中国饮料企业战略实施及保障措施

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

7.结论

图表目录

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模型图

图4：2008年饮料行业集中度图

图5：波特五力模型图

图6：中国饮料行业五力图

图7：中国饮料行业发展趋势图

图8：中国饮料行业产出数据图

- 图9：中国饮料行业销售数据图
- 图10：中国饮料行业进出口数据图
- 图11：中国饮料行业成本与利润图
- 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图
- 图28：中国饮料企业内源融资图
- 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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/2775527755.html>