



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国保健品企业发展战略市场分 析及发展趋势研究报告（200 8完全版）

一、调研说明

《中国保健品企业发展战略市场分析及发展趋势研究报告（2008完全版）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/39752.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

【 目录 】

1.前言

2.中国保健品企业发展战略定位

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中国保健品行业发展分析

2.2中国保健品企业战略使命与目标

2.2.1中国保健品企业愿景

2.2.2中国保健品企业使命

2.2.3中国保健品企业发展战略内容

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

3.中国保健品企业人力资源发展战略

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

4. 中国保健品企业信息化发展战略

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

5.中国保健品企业文化发展战略

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

6.中国保健品企业财务管理战略

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

7.中国保健品企业能力发展战略

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

8.中国保健品企业价值创新发展战略

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

9.中国保健品企业安全管理战略

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

10.中国保健品企业战略实施评价及其管理

10.1中国保健品企业战略实施评价

10.1.1中国保健品企业市场应变能力评价

10.1.2中国保健品企业市场营销能力评价

10.1.3中国保健品企业技术利用能力评价

10.1.4中国保健品企业技术创新能力评价

10.1.5中国保健品企业人力资源能力评价

10.1.6中国保健品企业组织协调能力评价

10.1.7中国保健品企业财务目标能力评价

10.1.8中国保健品企业文化能力评价

10.2中国保健品企业战略预警管理

10.2.1战略预警管理的概述

10.2.2战略预警管理的特征

10.2.3战略预警管理对运营商的意义

10.2.4中国保健品企业战略预警管理的关键成功因素

10.3中国保健品企业的战略性危机管理

10.3.1战略性危机管理的定义

10.3.2战略性危机管理体系

10.3.3中国保健品企业战略性危机管理的流程设计

10.3.4中国保健品企业战略性危机管理支撑系统的建立

11.结论

【图表索引】

图1：企业战略特征示意图

图2：中国保健品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：人力资源管理的内容示意图

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内容示意图

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内容分析图

图23：企业财务战略的内容框架图

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额及其增速分析图

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：<https://www.icandata.com/view/39752.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。