

2024-01-23

竞争行为分析

汇报人：



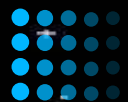
contents

目录

- 引言
- 竞争行为概述
- 竞争环境分析
- 竞争对手分析
- 企业自身分析
- 竞争策略制定与实施
- 风险与机遇分析

01

引言



目的和背景



分析市场竞争现状

01

通过对竞争行为的分析，了解当前市场的竞争态势，包括竞争对手的数量、实力、市场份额等。

识别潜在威胁和机会

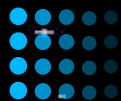
02

发现潜在的竞争威胁和机会，为企业制定应对策略提供依据。

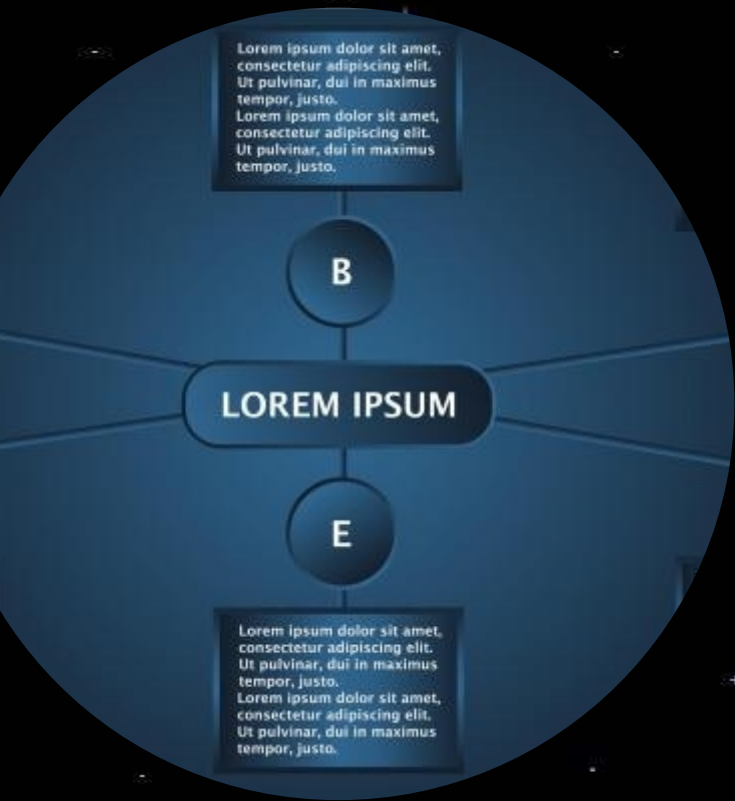
提高企业竞争力

03

通过竞争行为分析，发现自身优势和不足，进而改进和优化经营策略，提高企业竞争力。



汇报范围



竞争对手概述

简要介绍竞争对手的基本情况，包括企业规模、产品特点、市场份额等。

竞争行为分析

详细分析竞争对手的竞争行为，包括定价策略、营销策略、产品创新等。

竞争影响评估

评估竞争对手的竞争行为对市场格局、消费者需求等方面的影响。

应对策略建议

根据竞争行为分析结果，提出针对性的应对策略建议，包括市场定位、产品创新、营销策略等。

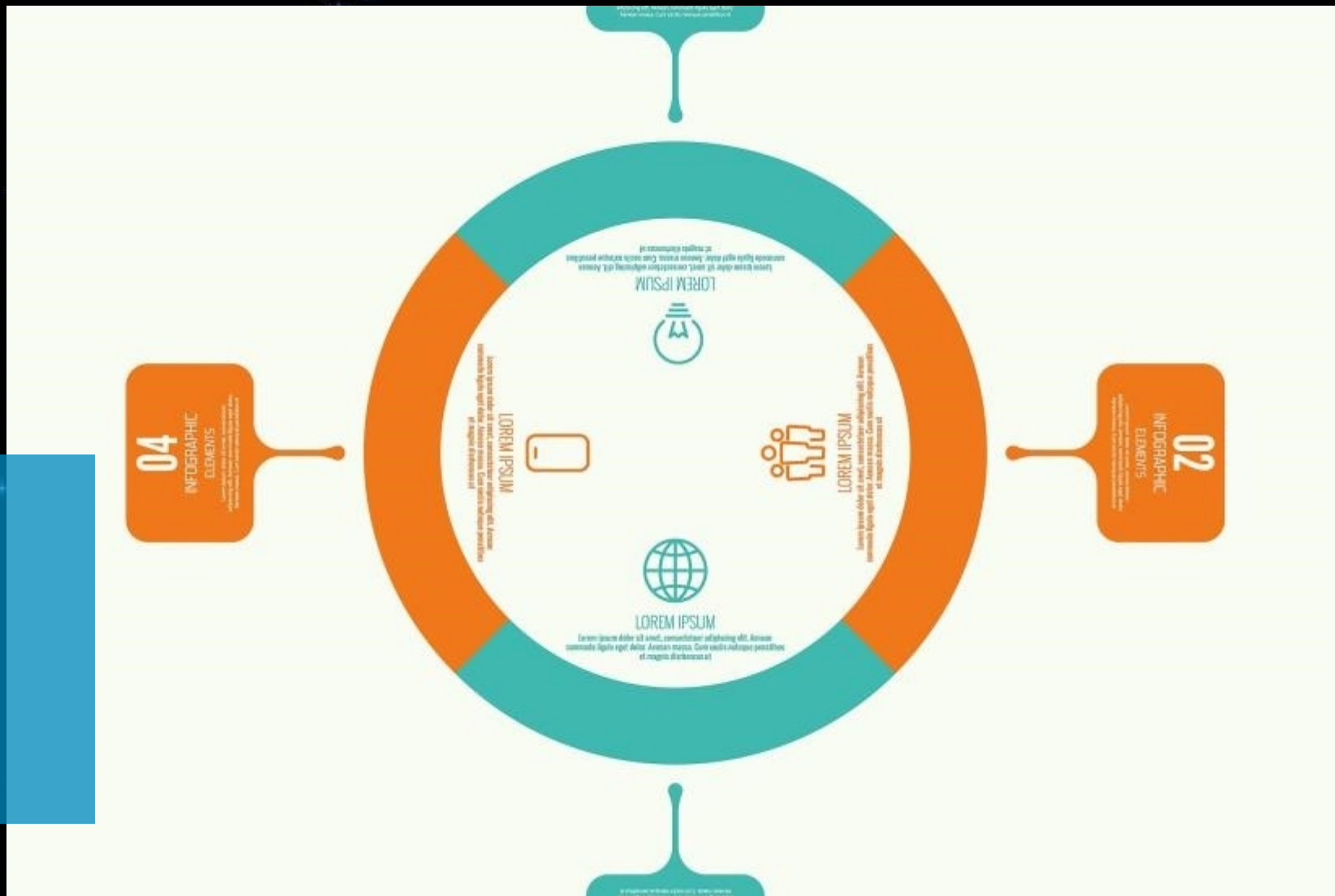
02

竞争行为概述

竞争行为的定义

竞争行为是指企业或个人在市场环境中为争夺资源、市场份额和利润而采取的各种策略和行动。

竞争行为是市场经济中不可避免的现象，是市场参与者之间相互作用和影响的结果。



竞争行为的类型



价格竞争

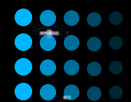
通过降低价格来吸引消费者，提高市场份额。

非价格竞争

通过提供独特的产品、优质的服务、创新的营销策略等手段来吸引消费者。

合作竞争

通过与其他企业或机构建立合作关系，共同开发市场、降低成本、提高竞争力。



竞争行为的意义

促进市场经济发展

竞争行为能够激发市场参与者的积极性和创造力，推动市场经济的发展。

提高资源配置效率

竞争行为能够优化资源配置，使资源流向效率更高的企业和行业。

增强企业竞争力

通过竞争行为，企业能够不断提高产品质量、降低成本、拓展市场，从而增强自身的竞争力。

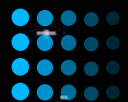
保护消费者利益

竞争行为能够促使企业提供更优质的产品和服务，降低价格，从而保护消费者的利益。



03

竞争环境分析



行业发展趋势



行业增长

分析行业整体的增长率、市场规模和潜力，以及未来的扩张趋势。



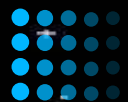
竞争格局

研究行业内主要竞争者的市场份额、竞争策略和优势，以及潜在进入者的威胁。



行业生命周期

判断行业所处的生命周期阶段（如导入期、成长期、成熟期和衰退期），以及不同阶段的特点和竞争重点。



政策法规环境

01

政策法规变动

关注政策法规的变动趋势，分析其对行业竞争格局和企业经营的影响。

02

行业监管

了解行业监管机构的政策导向和监管力度，评估其对行业竞争的影响。

03

国际贸易政策

分析国际贸易政策对行业的影响，特别是关税、贸易壁垒和汇率等方面的变化。



技术创新环境

● 技术发展趋势

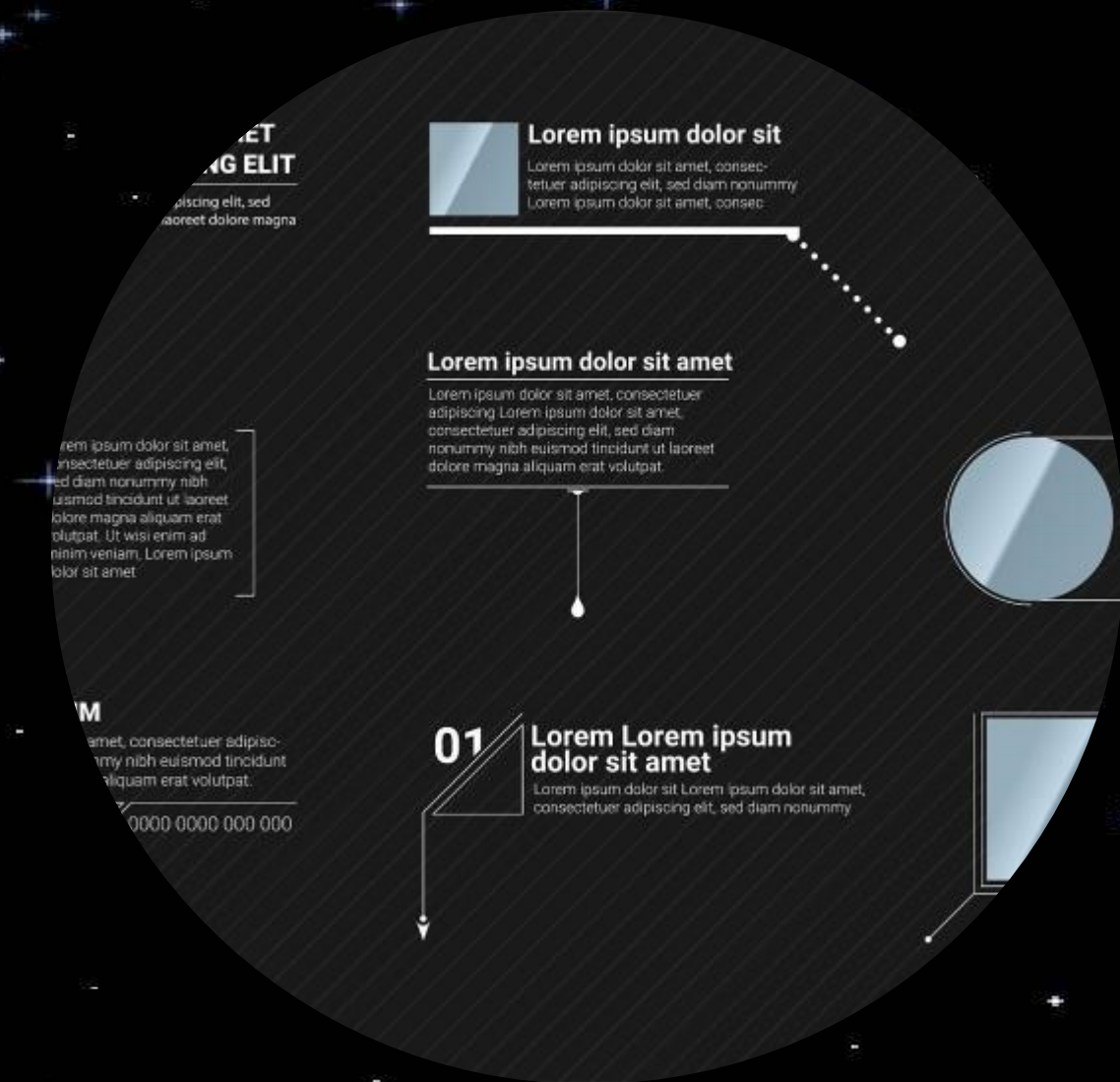
研究行业内关键技术的发展动态和趋势，以及新技术对行业竞争格局的影响。

● 技术创新速度

评估行业内技术创新的速度和频率，分析其对企业竞争力的影响。

● 技术标准和专利

了解行业内的技术标准和专利情况，分析其对技术创新和竞争的影响。



社会文化环境

社会价值观念

分析社会价值观念的变化对行业竞争的影响，如消费者对环保、健康等方面的关注度提高。

文化差异

研究不同地域和文化背景下的消费习惯和需求差异，以及对企业营销策略的影响。

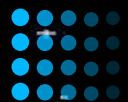
社会问题

关注社会问题对行业的影响，如人口老龄化、城市化等趋势对行业竞争格局和企业经营策略的影响。



04

竞争对手分析



识别竞争对手

● 市场调研

通过市场调研了解行业内的主要参与者，包括直接和间接竞争对手。

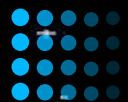
● 专家咨询

请教行业专家或资深从业者，获取他们对竞争对手的看法和建议。

● 社交媒体监测

关注社交媒体上的讨论和评价，了解公众对竞争对手的看法。





评估竞争对手实力



市场份额

分析竞争对手在市场上的份额和地位，了解他们的市场影响力。

财务状况

获取竞争对手的财务报告或相关指标，评估他们的经济实力和偿付能力。

技术能力

了解竞争对手的技术水平和研发能力，评估他们在技术创新方面的实力。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/947162162034010001>