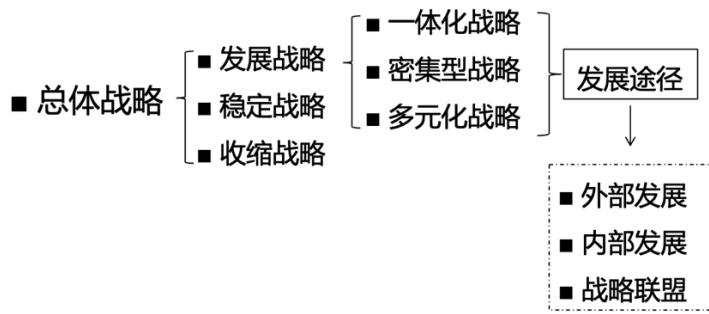


### 第三章 战略选择

#### 冲刺考点 1 一体化战略

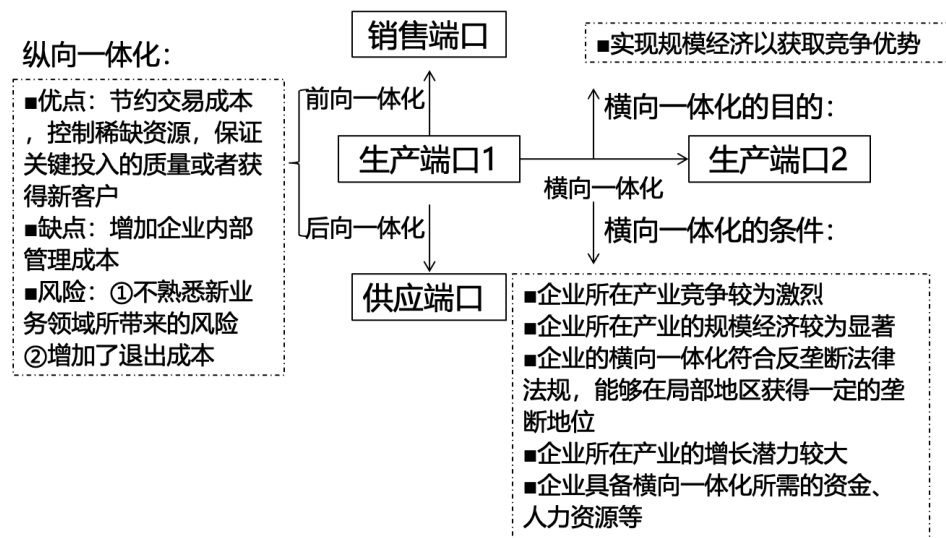
##### 一、一体化战略的位置关系：



##### 二、一体化战略含义

是指企业对具有优势和增长潜力的产品或业务，沿其经营链条的**纵向或横向**延展业务的**深度和广度**，扩大经营规模，实现企业成长。

##### 三、一体化战略类型

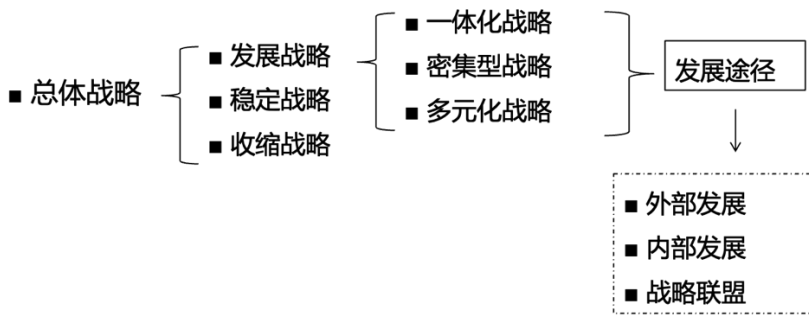


##### 三、一体化战略类型

	前向一体化	后项一体化
适用条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 企业现有销售商的销售成本较高或者可靠性较差而难以满足企业的销售需要</li> <li>■ 企业所在产业的增长潜力较大</li> <li>■ 企业具备前向一体化所需的资金、人力资源等</li> <li>■ 销售环节的利润率较高</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 企业现有供应商的供应成本较高或者可靠性较差而难以满足企业对原材料、零件等的需求</li> <li>■ 供应商数量较少而需求方竞争者众多</li> <li>■ 企业具备后向一体化所需的资金、人力资源等</li> <li>■ 供应环节的利润率较高</li> <li>■ 后向一体化有利于控制原材料成本，从而确保产品价格的稳定</li> </ul>

#### 冲刺考点 2 密集型战略

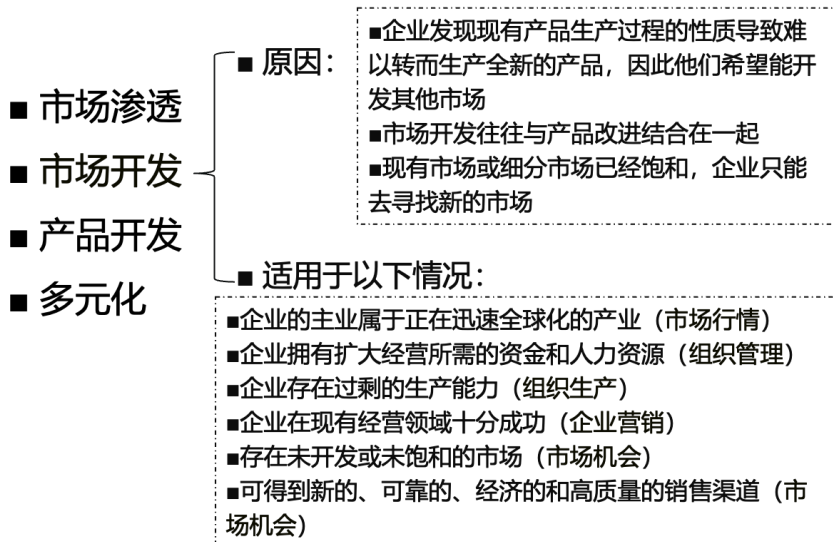
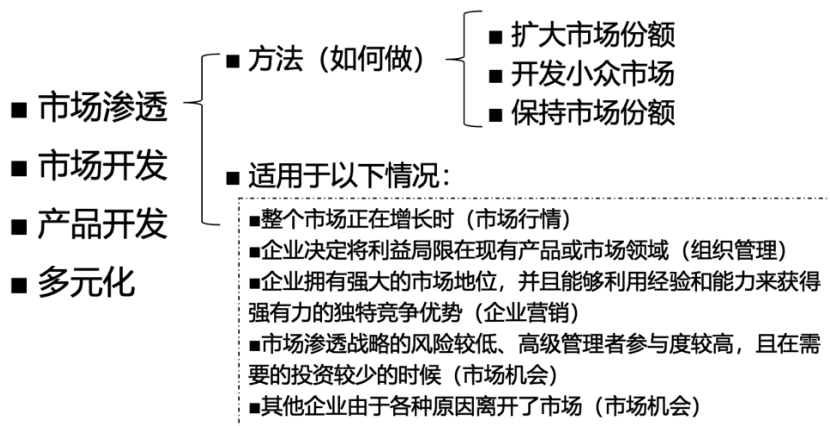
##### 一、密集型战略的位置



## 二、密集型战略内容

		产品	
		现有产品	新产品
市场	现有市场	<b>市场渗透</b> ：在单一市场，依靠单一产品，目的在于大幅度增加市场占有率	<b>产品开发</b> ：在现有市场上推出新产品；延长产品生命周期
	新市场	<b>市场开发</b> ：将现有产品推销到新市场；在现有实力、技能和能力基础上发展	<b>多元化</b> ：以现有产品或市场为基础的相关多元化；与现有产品或市场无关的非相关多元化

## 三、基本原理



- 市场渗透
- 市场开发
- 产品开发
- 多元化

- 原因:

- 充分利用企业对市场的了解
- 保持相对于竞争对手的领先地位
- 从现有产品组合的不足中寻求新的机会
- 使企业能继续在现有市场中保持稳固的地位

- 适用于以下情况:

- 企业所在产业正处于高速增长阶段 (市场行情)
- 企业具有较强的研究与开发能力 (组织生产)
- 企业的产品具有较高的市场信誉度和顾客满意度 (企业营销)
- 企业所在产业属于适宜创新的高速发展的高新技术产业 (市场机会)
- 主要竞争对手以近似价格提供更高质量的产品 (市场竞争)