

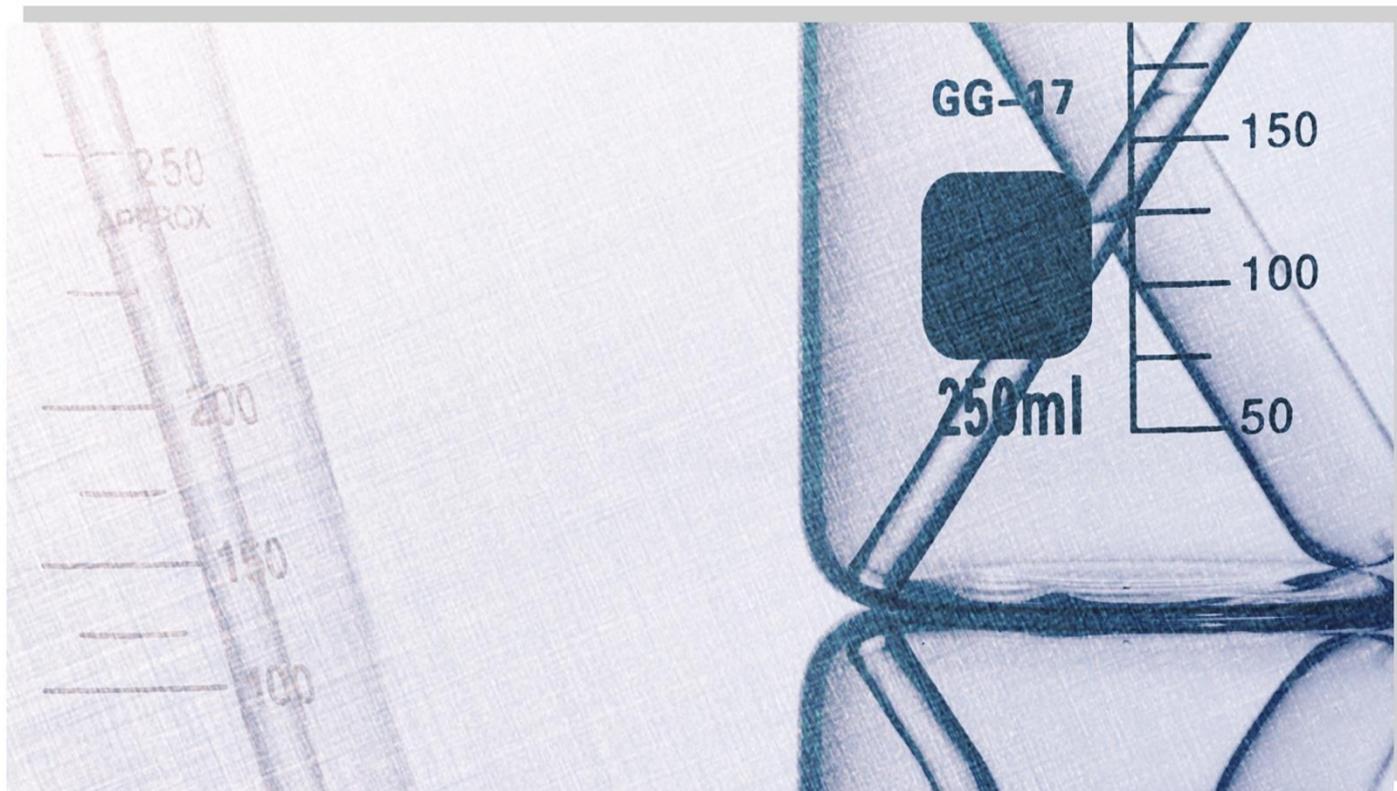
竞争情报研究模块大纲



Date: 2020-08-29

CONSULTING

能源化工资讯和价格指数供应商
ENERGY AND CHEMICAL
INFORMATION AND
PRICE INDEX SUPPLIER



企业竞争对手调研报告/竞争情报研究结构

第一部分 市场部分

第一章 市场竞争宏观环境分析

- 1.1 PEST 分析
- 1.2 行业主要经济特性
- 1.3 行业变革驱动因素
- 1.4 行业是否具有吸引力
- 1.5 行业盈利前景
- 1.6 行业生命周期
- 1.7 行业壁垒

第二章 市场供需现状调研

- 2.1 XX 产品供需平衡表分析
- 2.2 XX 产品供应现状分析
 - 2.2.1 XX 产品产能、产量分析
 - 2.2.2 XX 产品市场主流生产企业产能、产量分析
- 2.3 XX 产品行业集中度分析（垄断程度）
- 2.4 XX 产品需求现状分析
 - 2.4.1 XX 产品下游需求总量分析
 - 2.4.2 XX 产品下游需求领域分析
 - 2.4.3 XX 产品下游需求区域分析
 - 2.4.4 XX 产品下游需求特点分析

第三章 XX 产品进出口市场分析

- 3.1 XX 产品进口市场分析
 - 3.1.1 XX 产品进口量、进口价格分析
 - 3.1.2 XX 产品进口来源地分析
 - 3.1.3 XX 产品进口产品优劣势分析（供应量、指标、政策等）
- 3.2 XX 产品出口市场分析
 - 3.2.1 XX 产品出口量、出口价格分析
 - 3.2.2 XX 产品出口来源地分析

3.2.3 XX 产品出口产品优劣势分析（供应量、指标、政策等）

第四章 XX 产品盈利情况分析

4.1 XX 产品行业盈利情况分析

4.2 XX 产品不同工艺盈利情况分析

4.3 XX 产品不同厂家盈利情况分析

第五章 XX 产品储运情况分析

5.1 XX 产品储运方式分析

5.2 XX 产品储运价格分析

第六章 XX 产品替代产品分析

6.1 替代产品供应分析

6.2 替代产品价格分析

6.3 替代产品优劣势分析

第七章 XX 产品市场未来格局分析

7.1 XX 产品拟在建情况分析

7.2 XX 产品未来供应现状展望

7.3 XX 产品未来需求情况展望

第二部分 竞争对手研究

（一）筛选竞争对手

第一章 直接竞争对手（产品销售一半以上区域或者客户存在重叠）

1.1 以销售客户群体进行筛选

1.2 以销售区域进行筛选

1.3 以产品指标进行筛选（生产工艺、产品指标）

1.4 以生产能力进行筛选

1.5 以产品价格进行筛选

第二章 潜在竞争对手

2.1 以目标客户群体进行筛选

2.1 以销售区域进行筛选（未来可能存在销售区域重合）

2.3 以拟在建情况进行筛选

2.4 以产品质量进行筛选（未来产品质量是否会有改变，是否会生产同质化产品）

第三章 替代产品竞争对手

- 3.1 以替代产品效果进行筛选
- 3.2 以替代产品价格进行筛选
- 3.3 以替代产品供应量进行筛选

(二) 主要竞争对手调研

主要竞争企业 A

第一章 企业基本情况介绍

- 1.1 企业基本情况
- 1.2 企业历程介绍
- 1.3 企业品牌概述

第二章 企业职能部门介绍

- 2.1 企业组织架构介绍
- 2.2 企业内部价值链传导

第三章 企业主营业务板块介绍（主要板块、战略规划）

第四章 企业主要装置运营情况介绍

- 4.1 企业生产工艺流程图
- 4.2 企业生产工艺
 - 4.2.1 工艺基本情况介绍
 - 4.2.2 工艺来源（外购、合作、自主研发等）
- 4.3 企业原料采购流程
 - 4.3.1 主要生产原料介绍
 - 4.3.2 原料采购流程介绍
 - 4.3.3 原料采购参考关键因素介绍
- 4.4 企业装置运行情况
 - 4.4.1 开停机情况及影响介绍
 - 4.4.2 企业未来装置扩产计划
- 4.5 企业生产成本介绍
 - 4.5.1 原料成本（原料来源，价格、单耗等）
 - 4.5.2 能耗成本（水、电、蒸汽等）

- 4.5.3 三废成本（废水、废气、废渣等）
- 4.5.4 人员成本（车间人员、办公室人员、管理人员等）
- 4.5.5 其他生产成本（折旧、财务、专利技术 etc）
- 4.6 企业产品销售情况
 - 4.6.1 主要指标
 - 4.6.2 产品价格走势分析
 - 4.6.3 主要下游领域、区域
 - 4.6.4 主要应用客户（五家或者十家）
 - 4.6.4.1 采购量分析
 - 4.6.4.2 采购参考点分析
- 4.7 企业销售模式分析
 - 4.7.1 销售流程分析（流程简图）
 - 4.7.2 销售定价决策方案（参考产品定位、价格定位、渠道、促销等）
 - 4.7.3 企业售后服务情况
- 4.8 企业产品毛利分析
- 4.9 企业品牌建设情况分析
- 4.10 企业各部门联动性介绍（分析各职能部门协调、协作等能力）

第五章总结

- 5.1 与目标企业优劣势对比（组织结构、品牌、原料、生产、销售、部门协同等方面分析优劣势）
- 5.2 参考建议

主要竞争企业 B

主要竞争企业 C

第三部分 企业自身问题总结及建议

第一章 企业管理架构对比结论及改进意见

第二章 企业生产流程对比结论及改进意见

2.1 技术研发方面

2.2 生产管理方面（生产流程、人员调配、原料供应、品质保证等）

2.3 产品结构建议（是否配套上下游、主产品生产牌号占比建议）

第三章 产品销售方面

3.1 产品销售方面

3.1.1 直销、分销情况

3.1.2 销售区域建议

3.1.3 销售客户群体调整建议

3.2 产品运输方面（如何选择最优运输方式、运输载体等）

3.3 产品价格方面

3.3.1 定价机制（参考因素、决策部门、定价周期等）

3.3.2 产品售后服务（售后响应情况）

第四章 未来装置投产、扩产建议

第五章 结论（主要通过竞争对手及企业自身情况对比，对企业自身问题及发展方向给出结论）