

2007年全国-MBA联考论证有效性分析(十) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/160/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E5_85_A8_c70_160159.htm 作为财务总监，我反对公司进入保健品行业。《新都报》已经报道有关专家的预测，我国的保健品市场的增长将放缓。2002年，我国的保健品市场增长率为23%，2003年则为20.8%，由此可见保健品市场的规模在缩小。根据京、沪两地20~30岁人群的500个样本调查显示，更多的人选择的是健身房健身而不是买保健品。再如地龙液公司的补血产品不过2年就退出了保健品市场，可见这类产品的生命周期很短，进入这个行业对企业而言发展潜力有限。再有人们对保健品的抱怨越来越多，大家认为保健品的治疗功效十分有限。所以，我认为，进入保健品市场风险很大，不宜投资。来源：www.examda.com对上述论证进行分析，分析上述论证在概念、论证方法、论据及结论等方面的有效性。600字左右。（提示：论证有效性分析的一般要点是：概念特别是核心概念的界定和使用上是否准确并前后一致，有无各种明显的逻辑错误，该论证的论据是否支持结论，论据成立的条件是否充分等。要注意分析的内容深度、逻辑结构和语言表达。）100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com