

第五章第二节公司基本分析 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/42/2021_2022__E7_AC_AC_E4_BA_94_E7_AB_A0_E2_c33_42653.htm 主要包括公司行业地位分析、公司经济区位分析、公司产品分析、公司经营能力分析、公司成长性分析、公司基本分析在上市公司调研中的实际运用六部分内容。 第一部分 行业地位分析 公司行业地位分析的目的：找出公司在所处行业中的竞争地位 衡量公司行业竞争地位的主要指标：行业综合排序和产品的市场占有率 第二部分 公司经济区位分析 经济区位——地理范畴上的经济增长点及其辐射范围。 经济区位分析的三条途径：1、区位内的自然条件与基础条件（包括矿产资源、水资源、能源、交通、通讯设施等）2、区内政府的产业政策3、区内的经济特色——区内经济与区外经济的联系和互补性、龙头作用及其发展活力与潜力的比较优势（包括区的经济发展环境、条件与水平、经济发展现状等有别于其他区的特色）。 第三部分 公司产品分析 一、产品的竞争能力 产品的竞争能力的三方面表现：成本优势、技术优势、质量优势 成本优势——公司的产品依靠低成本获得高于同行业其他企业的盈利能力。 产品成本优势的实现方式：可以通过规模经济、专有技术、优惠的原材料、低廉的劳动力、科学的管理、发达的营销网络等实现。其中，由资本的集中程度而决定的规模效益是决定产品生产成本的基本因素。 技术优势——公司拥有的比同行业其他竞争对手更强的技术实力及其研究与开发新产品的能力。主要体现在生产的技术水平和产品的技术含量上。 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