

批发供应雀巢咖啡700克 批发 零售 团购

产品名称	批发供应雀巢咖啡700克 批发 零售 团购
公司名称	北京旺添乐成商贸有限公司
价格	630.00/箱
规格参数	品牌:雀巢 商品条形码:== 卫生许可证:==
公司地址	北京市朝阳区王四营乡王四营村村南西1-B022
联系电话	13911675083 15810586578

产品详情

品牌	雀巢	商品条形码	==
卫生许可证	==	产品标准号	==
净重	= (g)	原料与配料	咖啡 伴侣 糖
保质期	24个月 (个月)	原产地	广东
生产厂家	雀巢	特产	否
储藏方法	常温	等级	优
规格	24*700g	生产日期	==

雀巢集团

出自 mba智库百科(<http://wiki.mbalib.com/>)

雀巢集团 (nestle) ——全体工业界的的典范

官方网站:<http://www.nestle.com/>英文

中国网站:<http://www.nescafe.com.cn/>中文

目录[隐藏]

4.1准确地把握并满足市场的需求4.2反应灵活4.3较强抗风险能力4.4网络型组织结构4.5正确认识模块组合营销4.6模块组合战略是整合营销的创新4.7模块组合亦有统一的品牌形象4.8模块组合并不否定集团化1雀巢集团简介2雀巢企业历史3雀巢营销组织结构4模块组合营销带给雀巢的经营优势5雀巢咖啡的国际传播原则6雀巢咖啡的广告及代理商7雀巢公司的市场领导者策略8案例：雀巢公司:婴儿奶粉危机的经验与教训9雀巢在中国大事记[2]10参考文献

[编辑]

雀巢集团简介

雀巢集团（nestle），拥有138年历史的雀巢公司起源于瑞士。它最初是以生产婴儿食品起家的。今天，雀巢公司已是世界上最大的食品制造商，在全球80多个国家拥有500多家工厂，近25万名员工。

2005年雀巢公司的年销售额高达910亿瑞郎，同比增长了7.5%。净利润也创下了历史最高纪录，达到80亿瑞士法郎。

雀巢公司，由亨利·内斯特莱(henri nestle)于1867年创建，现在的总部设在瑞士日内瓦湖畔的沃韦(vevey)，是世界最大的食品制造商。2005年，雀巢公司在全球拥有500多家工厂，25万名员工，年销售额高达910亿瑞士法郎。从一个生产婴儿食品的乡村作坊发展成今天领先世界的食品公司，雀巢走过了130多年的发展历程。

[编辑]
雀巢企业历史

雀巢公司年销售额达到477亿美元以上，其中的大约95%来自食品的销售，因此雀巢可谓是世界上最大的食品制造商，也是最大的跨国公司之一。公司以生产巧克力棒和速溶咖啡闻名遐迩，目前拥有适合当地市场与文化的丰富的产品系列。

目前，雀巢在五大洲的60多哥国家中共建有400多家工厂，所有产品的生产和销售由总部领导下的约200多个部门完成。雀巢销售额的98%来自国外，因而被称为“最国际化的跨国集团”。

19世纪中叶，瑞士的一个学者型食品技术人员亨利·内斯特尔（henri nesti）发明了一种育儿用乳制品，即把果糖和营养剂加入奶粉中，是当时很优秀的育儿食品，但产量很少，内斯特尔仍主要从事科学研究工作。

1865年，一位朋友告诉内斯特尔，由于婴儿喝了他的奶粉，都健康地成长起来，改变了婴儿不喝牛奶的习惯，为母亲们排了忧解了难。听到这一消息后，内斯特尔在1867年终于创立了育儿奶粉公司，以他的名字nestle为其产品的品牌名称，并以鸟巢图案为商标图形。因为英文雀巢（nest）与他的名字为同一词根，所以中文一并译为“雀巢”。实际上，内斯特尔（nestle）英文的含义是“舒适安顿下来”和“依偎”；而雀巢图形自然会使人联想到慈爱的母亲哺育婴儿的情景。因此，“雀巢”育儿奶粉的销路一直很好。

1905年，雀巢育儿奶粉公司与美国人办的另一食品公司合并，取名雀巢英瑞炼乳公司；

1949年为另一家瑞士公司购进，改为现名雀巢食品公司。

20世纪初，公司开始实行多样化生产，并在世界各地收购并建立企业，成为世界规模最大的食品制造商，其分支机构开设在美国、日本、德国等20多个国家已有1200多家工厂、商号，总部设在瑞士的韦维。公司1990年销售额达333亿美元，主要产品为速溶咖啡、炼乳、奶粉、婴儿食品、乳酪、巧克力制品、糖果、速饮茶等数10种。

其中的雀巢咖啡销量最大，主要是因为产品质量过硬，再就是品牌名称使得消费者在饮用时也确实体会到“舒适”、“依偎”的感觉。1991年，据美国兰通公司的调查结果，雀巢咖啡这一品牌被列为世界10大著名品牌之一，其品牌价值1994年被确定为115.49亿美元。

从总体看，似乎“雀巢”品牌唾手而来，并没有费多大力气。内斯特尔（nesti）用自己的名字为品牌命名，但其名字在英文中却有“舒适安顿下来”和“依偎”的含义。由于其名字的特定含义，自然要与英文同一词根的“nest”（雀巢）相联系，以雀巢图案作品牌图形，而这又会使人联系起待哺的婴儿、慈爱的母亲和健康营养的雀巢产品。可见，轻而易举而来的“雀巢”品牌不但具有其丰富的内涵，而且完全符合商标定位的基本要求。

首先，“雀巢”作为品牌名称显著性就很强。虽然这一名词很一般，但往往人们所熟悉的事物才能加深人们的印象，才能产生很多联想，从而才贴近生活、贴近消费者。其次，一般中才体现出与众不同。人人都知道的“雀巢”，却只有内斯特尔使用在商标上，成了世界上独一无二的公司代名词，树立和壮大了公司形象，从而就变成不一般了。再次，“雀巢”名称与“雀巢”图形的紧密结合，这在西方商标史上也是少见的。两者的紧密结合，可以使人们见图形而知名称，见名称而知其图形，是名符其实的组合品牌。最后，“雀巢”品牌定位充分体现了具体的功能定位和情感定位。

20世纪70年代，非洲和南美等地不断有婴幼儿因喝过雀巢公司出产的乳制品而生病，人数包括死亡的人每年达到1000万人。为此，美国等地的消费者从1973年起发起了一场长达十多年的拒买雀巢食品的运动。直到1984年雀巢公司承认并实施世界卫生组织有关经销母乳替代品的国际法规，国际抵制雀巢产品运动委员会才宣布抵制运动结束。

1984年，雀巢公司收购了美国食品巨头三花公司。

1988年，雀巢公司和东莞糖酒集团有限公司建立了东莞雀巢有限公司，主要生产速溶咖啡及相关产品。

1988年，收购了意大利公司堡康利。

1988年，雀巢收购了生产奇巧（kit-kat）和聪明豆（smarties）巧克力的英国糖果公司能得利（rowntree macintosh）。

1999年秋天，雀巢成功收购中国知名的调味食品企业太太乐。

2002年，埃塞俄比亚政府把雀巢当地的分公司收归国有，雀巢意图向该国政府索偿八亿美元，引起举世指责。后来雀巢让步，愿意将赔款减至一亿元，并将赔款用于建设当地，事件暂时平息。

2001年可口可乐与雀巢成立合资公司beverage partners worldwide（即bpw全球饮料伙伴公司），双方各占50%股权。联合发展红茶与绿茶的饮料业务

可口可乐主要负责产品的分销和生产，而雀巢主要负责产品的规划、设计、研发和品牌支持。

2002年8月6日，雀巢以26亿美元的价格收购美国厨师公司（chefamerica）。

2003年，在中国销售的部分产品含有转基因成分，被中国消费者起诉。

2003年，在日本发生不当解雇事件，员工提起诉讼并胜诉，由日本雀巢公司上诉至最高法院。2008年4月18日，日本雀巢公司放弃上诉，确定由员工胜诉。

2006年，日本雀巢公司所贩售之矿泉水产品，爆发出违法盗采矿泉水事件。

2009年10月，全球最大食品集团雀巢(nestle sa)称，该公司很可能将在明年上半年未完成250亿瑞士法郎(约合248亿美元)的股票回购计划。而且很有可能通过出售所持眼科保健护理公司爱尔康(alcon)股份的方式来筹募新资金