



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国化肥企业营销战略市场分析 及发展趋势研究报告（2007

## 一、调研说明

《中国化肥企业营销战略市场分析及发展趋势研究报告（2007）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/52667.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

面对变化了的化肥市场形势，化肥营销工作要适应形势合理配置资源，把握市场动态科学推价，用更好的服务打造和维护品牌。随着化肥市场形势的不断发展，传统化肥营销存在的很多问题逐渐暴露出来。目前国内化肥市场已经全面向外资开放，一批具有雄厚资金实力、先进营销理念的外资企业将和我们争夺国内的化肥市场。外部环境、市场情况的变化，是化肥销售企业必须面对的现实。而同时，化肥营销工作也要与国家对农村政策的调整、相应的农村种植结构的变化等相适应。首先，要适应形势，配置资源。一是细分目标市场，规范销售渠道。做好销售区域划分工作，合理确定资源配置流程，保证化肥市场销售有序进行。二是确保调剂资源的落实。其次是把握动态，科学推价。市场瞬息万变，商机稍纵即逝。要及时、准确捕捉各种信息，特别要了解进口化肥和外省化肥的营销情况以及市场动态，为确定销售策略提供第一手资料。要深入市场前沿，做好实际调查研究工作，摸清需求底数。对省内具有代表性的地区和周边市县及田间地头进行深入细致的调查，从化肥的销售价格、农产品的种植结构和种植面积、用肥需求总量到资源配置情况都详细进行调查和了解，掌握省内化肥市场的具体情况，形成有针对性的营销策略。要从化肥的生产到销售系统、中间客户，直至最终消费者，建立起流程顺畅、方便迅捷的信息渠道，使产和销之间衔接得更紧密。发挥好化肥营销工作协调小组的作用，与合同单位共同维护黑龙江省化肥市场。由于化肥产品的内在质量差不多，加之农民购买力低，确定合理的价格对产品销售至关重要。据测算，目前化肥产品的需求价格弹性系数很高，尿素销售价格降低100元/吨，就可使销售量增加50%。但销售价格的降低，也意味着企业利润的降低。因此，科学推价，就要遵循市场规律，要有科学和准确判断的能力，努力做到推价到位，也要充分考虑企业生产成本、销售费用及农民的消费水平。在产品定价时，要充分考虑客户及农民的承受能力，给客户留一定的赢利空间，做到企业、客户、农民利益三统一，实现共赢。从化肥生产角度讲，企业不断挖掘潜力，降低成本，特别要消化原料涨价等对成本影响的因素。从流通环节来看，要减少中间环节，扩大直销面，合理控制中间商的数量，充分发挥销售网点的作用，降低销售费用。再次是产品服务，维护品牌。要认真做好产品售前、售中、售后服务，积极帮助客户处理销售、运输、包装、产品质量等方面的问题，认真听取经销商的意见和建议。要以质量赢得信誉。要免费为农民提供技术咨询，测土配方，指导农民科学施肥，在新开发市场搞田间对比试验，用事实证明产品的功效，使农民乐于购买。要大力加强广告宣传，深入到农民中采用农民喜闻乐见的形式宣传产品，宣传企业，提升企业形象，培养忠诚消费者。重视自己“家门口”的市场，要充分发挥路途短、汽车运输方便的优势，在企业周边地区一定距离的范围内建立

直销点。要以真诚换取中间商的真诚，以努力赢得中间商和农民的信任，以开创化肥营销工作的崭新局面。

## 〔 目 录 〕

### 绪 言1

#### 第1篇：行业发展篇2～6

##### 第1章：化肥企业行业发展分析2～6

###### 第1节：我国化肥行业发展现状分析2～5

###### 第2节：我国化肥行业发展前景分析6

#### 第2篇：国际借鉴篇7～13

##### 第1章：世界化肥行业发展分析7～11

###### 第1节：世界化肥行业概况7

###### 第2节：世界化肥行业现状8～11

##### 第2章：我国与外国化肥行业比较分析12～13

#### 第3篇：WTO篇14～27

##### 第1章：中国化肥行业入世后面临的挑战和机遇14～27

###### 第1节：中国加入WTO关于化肥行业的承诺14～17

###### 1.入世承诺一览表14

###### 2.各年度配额及国营贸易与非国营贸易的配额安排15～17

###### 第2节：加入WTO对中国化肥行业的影响18～21

###### 第3节：入世对化肥行业带来的发展机遇22～24

###### 第4节：入世对化肥行业带来的挑战25～27

#### 第4篇：环境篇28～44

##### 第1章：化肥企业营销环境分析28～38

###### 第1节：化肥企业宏观环境分析28～35

###### 1.化肥及其产品分类28～30

###### 2.经济环境因素分析31

3.政治环境因素分析32

4.法律因素分析33

5.人口因素分析34

6.技术因素分析35

第2节：农业结构调整对化肥行业的影响36 ~ 38

第2章：化肥消费者行为分析39 ~ 44

第1节：购买动机分析39

第2节：购买行为分析40 ~ 42

第3节：购买形态分析43

第4节：购买程序分析44

第5篇：营销战略篇45 ~ 80

第1章：化肥企业营销战略制定45 ~ 57

第1节：化肥企业的战略发展目标45

第2节：打造化肥企业长期的竞争优势46

第3节：建立化肥企业营销架构47

第4节：化肥企业最佳业务组合的确定48 ~ 49

1.化肥企业业务重点和发展方向48

2.化肥企业代理商情况分析49

第5节：化肥企业营销策略组合50 ~ 57

1.根据消费者需求，实现成本领先的市场定位50

2.提高消费者让渡价值，强化企业竞争优势51

3.实施渠道创新，建立消费者与产品之间便捷通道52 ~ 54

4.建立品牌差异化优势，强化与消费者的有效沟通55 ~ 57

第2章：化肥企业营销战略的控制58 ~ 63

第1节：营销战略失效原因及对策58 ~ 59

1.营销战略失效的原因58

2.战略失效的类型与对策59

第2节：化肥企业营销战略控制的内容60

第3节：化肥企业营销战略控制的方式61 ~ 63

第3章：化肥企业营销战略的实施64 ~ 80

第1节：建立化肥企业长期队伍的竞争优势64 ~ 72

- 1.建立化肥长期队伍优势64
- 2.建立营销团队管理模式65
- 3.建立高技能、高生产力、高聚合力的营销团队66 ~ 69
- 4.营销主管的职能及在团队中的作用70
- 5.业务员的角色定位及工作职责71
- 6.营销人员的职业生涯规划72

#### 第2节：建立化肥企业以客户为导向的渠道架构73 ~ 76

- 1.强化市场部职能73
- 2.建立客户渠道构架74
- 3.加强业务活动管理75
- 4.加强代理管理76

#### 第3节：以销售为导向优化配置资源76 ~ 80

- 1.销售人员薪酬改革76 ~ 78
- 2.销售费用制度的改革79

#### 第4节：建立化肥企业销售文化80

#### 结 论81

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/52667.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。