

SHOUYAO YU SILIAO
YINGXIAO SHIWU

SHOUYAO YU SILIAO YINGXIAO SHIWU

兽药与饲料 营销实务

徐廷生 程相朝 主编

中国农业出版社

改革开放 20 多年来，我国养殖业发展取得了举世瞩目的成就，主要动物产品连续 20 年以 10% 左右的速度增长。据联合国粮农组织的信息，1999 年我国肉、蛋、奶总产量分别达到 5 935.7 万吨、2 148.8 万吨和 1 065.0 万吨，分别占世界总产量的 26.33%、40.20% 和 1.90%，肉类和蛋类生产已稳居世界头号大国地位，彻底扭转了畜产品市场短缺的局面。我国养殖业之所以能在较短的时间内取得如此大的成就，与近年来我国畜牧科技的飞速发展是分不开的，其中饲料、兽药制造业的崛起与发展，是促进养殖业发展的重要因素。

目前我国的饲料生产企业有 12 000 多家，1999 年预计配合饲料产量达到 5 600 多万吨，浓缩饲料达

到1 000多万吨，添加剂预混合饲料达到160多万吨；我国兽药生产企业有1 800多家，兽药品种2 000多个；兽医生物制品厂家29家，品种130多个。随着饲料、兽药工业的发展，市场竞争日趋激烈。价格战、经销商争夺战、广告宣传战，此起彼伏，各个企业竟施高招，以期建立自己的竞争优势。但竞争优势是一个相对的、动态的概念，市场不断在变化、竞争对手在变化、客户的需求在变化，企业如何在这种变化中求得生存和发展，掌握饲料、兽药的营销方略，减少失误，少走弯路，是市场竞争中最基本的着眼点，这也是我们编写《兽药与饲料营销实务》的出发点。

本书的编写还基于以下考虑：近年来，有关市场营销的教材版本众多，但其内容多是共性的，理论性强，具体在反映兽药饲料与市场营销的有机结合上还存在一定的缺憾，加之兽药饲料行业营销策略的独特性，能否编写出一本针对性强、可操作性强、通俗易懂，既可供农业院校师生教学使用，又可供兽药饲料生产及营销企业培训使用的创新型教材，已成为一项重要的使命。对此，我们做了

这方面的尝试，也了却了我们多年的一桩心愿。

本书在编写过程中，得到了许多专家教授的指导，并参阅了大量的文献，特别是来自营销一线的杨荣恩、孙亚伟、郝伟、张要齐、李尚波、郑亚文、张忠基、罗宏、叶万鑫、王东方、张家林、鲁闪电、吴凤业、何光明、沈利明等专家提供了很多素材并参与了本书下篇的编写工作，值此出版之际，特一并致谢。

由于我们水平有限，时间仓促，疏漏、错误之处，恳请广大读者和专家学者不吝赐正。

编著者

2000年10月



兽药与饲料基本知识

第一章 兽药基本知识	3
第一节 兽药的品种	3
一、兽用化学原料药及其制剂	4
二、兽用中药及中成药	5
三、饲料药物添加剂	6
四、兽用生物制品	6
第二节 兽药的剂型	6
第三节 兽药的管理	8
一、兽药管理机构及任务	9
二、对兽药生产、经营、进出口及医疗单位的制剂的 有关规定和兽药的质量标准	12
三、新兽药及兽药制剂管理	14
四、兽药的贮藏管理	15
第四节 兽药发展趋势分析	17
一、我国兽药发展的现状	18
二、我国兽药的发展趋势分析	19

第二章 生物制品基本知识	22
第一节 生物制品的种类及应用	22
一、疫苗	23
二、类毒素	27
三、免疫血清	27
四、诊断液	28
五、其他宿主生物制品	29
第二节 生物制品的生产工艺	29
一、制造疫苗的基本程序	29
二、制备高免血清和高免卵黄液的基本程序	34
第三节 生物制品的管理	36
一、生物制品生产管理及质量检验准则	36
二、兽医生物制品监察制度	37
第三章 饲料基本知识	39
第一节 饲料的种类及其特性	39
一、饲料原料的种类及特性	39
二、饲料产品的种类及特性	46
第二节 饲料的加工工艺	50
一、原料的接收工艺	50
二、原料的清理工艺	51
三、原料的粉碎工艺	54
四、配料工艺	57
五、混合工艺	58
六、制粒工艺	60
七、膨化工艺	63
八、包装工艺	63
第三节 饲料的管理	64

一、饲料的质量管理	64
二、饲料的行业管理	69
第四节 饲料发展趋势分析	73
一、我国饲料工业现状	73
二、我国饲料工业发展趋势	76



兽药与饲料企业营销

第四章 兽药饲料企业营销的市场	81
第一节 生产者市场分析	81
一、生产者市场的需求与购买对象	81
二、生产者市场的购买决策过程	83
第二节 客户市场分析	85
一、市场需求与购买动机	85
二、客户购买行为分析	86
三、影响购买行为的基本因素	89
第三节 市场细分与目标市场	91
一、市场细分	91
二、目标市场的选择及策略	98
三、市场定位及其策略	103
第四节 企业市场营销组合	104
一、市场营销组合	104
二、市场营销组合的特点和作用	105
第五章 兽药饲料市场调研	110
第一节 市场调查	110
一、市场调查的概念及作用	110
二、市场调查的内容	111

三、市场调查的步骤	114
四、市场调查的方法	116
第二节 市场预测	119
一、市场预测及其作用	119
二、市场预测的内容	120
三、市场预测的方法	121
第六章 兽药饲料产品策略	129
第一节 产品的整体概念	129
一、产品	131
二、产品的整体结构	131
第二节 产品组合	132
一、产品组合的概念及意义	132
二、产品组合策略	134
第三节 产品市场生命周期	137
一、产品市场生命周期的概念	137
二、产品生命周期各阶段的特征及营销策略	138
第四节 新产品的开发与推广	141
一、新产品的开发要求与方式	141
二、新产品的开发程序	143
第五节 品牌、商标与包装	145
一、品牌及其策略	145
二、商标及其策略	149
三、包装及其策略	154
第七章 兽药饲料产品价格策略	158
第一节 影响产品定价的基本因素	158
一、定价的依据	158
二、影响定价的基本因素	160

第二节 定价目标与定价方法	163
一、定价目标	163
二、企业定价方法	165
第三节 定价策略和技巧	171
一、定价策略	171
二、价格营销的主要技巧	176
第八章 兽药饲料销售渠道策略	182
第一节 产品销售渠道的模式与类型	182
一、销售渠道结构	182
二、销售渠道的基本类型	183
三、销售渠道策略	186
第二节 中间商的选择与管理	188
一、中间商及其类型	188
二、中间商的选择	192
三、中间商的管理	194
第三节 其他销售方式	197
一、垂直分销系统	197
二、包销	198
第九章 兽药饲料促销策略	200
第一节 促销与促销组合	200
一、促销的含义及其作用	200
二、促销组合	202
第二节 企业形象策划	204
一、CI 战略	204
二、公关拓展	207
三、公关人员的管理	212
第三节 广告	214

一、广告的概念和功能	214
二、广告媒体及其选择	216
第四节 人员推销	218
一、人员推销的含义	218
二、销售人员的工作任务	219
三、人员推销的特点	219
第五节 营业推广	221
一、营业推广的方式与特点	221
二、营业推广方案的制订	223
三、营业推广的实施与评价	224
第十章 推销技巧	225
第一节 现代推销的含义	225
一、现代推销活动的含义	225
二、现代推销的特点	226
三、推销人员的职责	227
四、影响推销的因素	228
第二节 推销员的素质和能力	228
一、推销员的职业动机	229
二、推销人员的能力	231
三、推销人员的品质	235
四、销售人员的选择	239
五、销售人员的培训	240
第三节 推销程序和技巧	241
一、客户开发	241
二、推销访问	243
三、顾客异议处理	247
第十一章 兽药饲料的营销服务	251

第一节 营销服务概述	253
一、营销服务的概念	253
二、营销服务的意义	254
三、营销服务的原则	255
四、营销服务的分类	257
第二节 营销服务体系	259
一、售前服务	259
二、售中服务	262
三、售后服务	264
第三节 营销服务与 CS 战略	269
一、CS 经营战略的基本思想	269
二、CS 经营战略的主要内容	270
三、忠诚客户的培养	271



兽药饲料企业营销实例透析

4CS 创造市场	277
注重市场分析, 活用营销技巧	282
兽药营销通路新思维	289
富道公司销售策略初探	294
以质量求生存, 以管理促发展	298
浅谈动物生物制品营销的几点体会	302
双赢策略 网络营销	306
避实就虚 后来居上	311
坚持以人为本 注重新产品研发	314
宝树呼霸是如何在我区打开销路的	318
东方正大饲料销售中的服务营销策略	322

8 目 录

大北农新型厂商关系探讨	328
企业定位必须先行一步	334
主要参考文献	341

上篇

兽药与饲料 基本知识

第一章 1

兽药基本知识

第一节 兽药的品种

兽药是用以预防、治疗和诊断畜禽等动物疾病的物质总称。包括添加于饲料中能平衡饲粮、促进生长、提高繁殖力的微量化学物质，即饲料药物添加剂。进入机体的药物，在一定条件下，可能损害机体的健康，甚至造成死亡，此时的药物则成为毒物。应用药物时，既要使畜禽用药后获得最好的预防、治疗及诊断效应，又要防止可能产生的毒害作用。

随着我国改革开放的不断深入，畜牧业得到迅速发展，兽用药物数量和品种越来越多，进口药品也大量出现在我国的兽药市场。兽药的来源有天然药物、人工或半人工合成的兽药。天然药物一般包括植物、动物、矿物质和微生物等药品；人工或半人工合成药物是根据天然药物的化学结构，应用分解、结合、取代、加成等化学方法进行人工合成和半人工合成，如磺胺类药、喹诺酮类药等。由于其种类繁多，按不同的分类方法，可以分成不同的类别。目前，经营和使用的兽药有四大类：即兽用化学原料药及其制剂，兽用中药及中成药、饲料药物添加剂和兽用生物制品。

一、兽用化学原料药及其制剂

(一) 磺胺药与抗菌增效剂 磺胺类药物主要用于治疗各种革兰氏阳性菌、阴性菌以及某些放线菌、螺旋体引起的感染性疾病，对某些原虫及病毒性疾病也有效。抗菌增效剂（如甲氧苄胺嘧啶）可使磺胺类药物抗菌作用增强。该类药物化学性质稳定，使用方便，易于保存，抗菌范围广（主要抑制细菌的繁殖），所以是兽医临床上常用的一类抗微生物药。

(二) 抗生素 抗生素是某些微生物（主要是一些真菌、放线菌或细菌）在生命活动过程中产生的，能在低浓度下选择性的杀死他种生物或抑制其机能的化学物质。主要用微生物发酵法生物合成，也可将生物合成的抗生素结构改变（半合成）或化学合成（如氯霉素）。按其化学结构可分为六类：（1） β -内酰胺类，包括青霉素类，头孢菌素类；（2）氨基糖甙类，如链霉素等；（3）大环内酯类，如红霉素、螺旋霉素等；（4）四环素类，如土霉素、四环素等；（5）多肽类，如多粘菌素、杆菌肽等；（6）其他类，如氯霉素、制霉菌素等。

(三) 喹诺酮类 该类药物由于其抗菌谱广，抗菌活性强，成本低廉而受到广泛重视，也是世界范围内开发的热点。目前，一些兽医专用的喹诺酮类已开发成功，投入生产。常用的喹诺酮类如：吡哌酸、氟哌酸、氧氟沙星、环丙沙星、恩诺沙星等。

(四) 其他合成化学治疗药 其他合成抗菌药包括呋喃类如呋喃唑酮、呋喃西林等，抗真菌药如制霉菌素、克霉唑等，抗病毒药如吗啉胍、金刚烷胺等。

(五) 抗寄生虫药 抗寄生虫药是指能杀灭或驱除畜禽体内外寄生虫的药物。根据其作用特点, 又分为抗蠕虫药、抗原虫药和杀虫药三大类。

(六) 作用于神经系统的药物 该类药物有中枢神经兴奋药、镇静催眠药、安定药、抗惊厥药、镇痛药、解热镇痛及抗风湿药、全身麻醉药、局部麻醉药、骨骼肌松弛药、拟胆碱药、抗胆碱药、拟肾上腺素药、抗肾上腺素药。

(七) 作用于内脏系统的药物 该类药物包括消化系统用药、呼吸系统用药、心脏与血液循环系统用药、泌尿与生殖系统用药等。

(八) 影响组织代谢药物 该类药物包括激素类(主要是糖皮质激素如氢化可的松、地塞米松等)、影响组织代谢的酶类及促生长酶制剂等。

(九) 解毒药 该类药包括有机磷中毒的解毒药、重金属及类金属中毒的解毒药、氰化物中毒的解毒药、亚硝酸盐中毒的解毒药、有机氟中毒的解毒药等。

(十) 消毒防腐药 该类药物包括酚类、酸碱类、卤素类、氧化剂、表面活性剂、重金属盐、醇类、挥发性烷化剂、染料类等。

(十一) 其他类 包括抗过敏药、灭鼠药、灭钉螺药、诊断用药等。

二、兽用中药及中成药

目前, 由于中药对许多疾病可以预防和治疗, 而且疗效好, 残留少, 副作用小, 得以在兽医临床上广泛应用, 多以中成药的形式应用, 应用的剂型有: 汤剂、散剂、酊剂、丸剂、颗粒剂、片剂、注射剂等各种剂型。