

卖点

——“驻点直销”实战宝典

meridian

王锡义/著

中国文联出版社

卖点

——“驻点直销”实战宝典

meridian

王锡义/著

中国文联出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

卖点: “驻点直销” 实战宝典 / 王锡义著.

北京: 中国文联出版社, 2005.11

ISBN 7-5059-5124-6

I. 卖… II. 王… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 132390 号

书 名	卖点——“驻点直销” 实战宝典
作 者	王锡义
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389152)
地 址	北京农展馆南里 10 号(100026)
经 销	全国新华书店
责任编辑	王其芳
责任校对	王建党
责任印制	李寒江 王其芳
印 刷	中国青年出版社印刷厂
开 本	880×1230 1/32
印 张	9.5
插 页	2 页
版 次	2005 年 11 月第 1 版第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5059-5124-6
定 价	30.00 元

您若想详细了解我社的出版物

请登陆我们出版社的网站<http://www.cflacp.com>

前 言

我的《卖点》一书在2005年5月出版发行以来,领导、朋友、同仁多有溢美之词,有的撰文点评,有的赠诗赞扬,有的短信息祝贺,特别是还有一些化肥企业把它作为销售员业务培训的必修教材,这一切的一切对我都是很大的鼓舞和鞭策。其中有位外省素不相识的晚辈赠诗四首,赞曰:驻点直销模式新,不是亲历哪能行。字里行间显智慧,都是经验在提升……有位报界资深编辑书赠我对联两副:五年心血驻点直销称首创,半世豪情诗文言志领风骚;立足六国成大事,举手云空觅小诗。句句使我深感惭愧,又深受鼓舞。

更让我没有想到的是《卖点——“驻点直销”点石成金术》还真的卖得不错,出版发行的几千册,早就卖完了,据了解在许多新华书店,一上书架没几天就脱销了,一些外省的朋友到书店买不到书,打电话找我。我哪有?只好解释一番,表示歉意。

我知道《卖点》一书,由于多方面的原因,加之出版的时间仓促,其文字较粗糙,其思想亦不够精深,之所以好卖,我以为是因为它论述的“驻点直销模式”有一定的实用价值,在发展经济是第一要务的今天,该“模式”对广大从事营销工作的人来说,能给予确实确实的帮助。正因如此,《卖点》现在竟然缺口不少,读者要求加印呼声甚高。我权衡再三,并同出版社商定,决定再版发行8000册。

为什么不第二次印刷而要再版呢?因为第二次印刷就只能按原版原封不动地加印,而我是对原书作些内容上的补充,文字上的修改,编排上

的变动，以负责任的实际行动来感谢朋友和读者的厚爱，因此必须按修订后的再版来做。为了这次再版，我对原书作了如下主要改动：

对上篇《论驻点直销模式》的修改：一是在第三章中增加了两节；二是改写了第四章第三节，补充了一些内容；三是增写了第五章《驻点直销模式的考核分配工作》；四是将原书的第五章改为第六章。这样，对驻点直销模式的论述就更加全面、更加系统了。

对下篇《三十六年诗存》的修改：原《诗存》为 139 首，现删去《无题》一首，新增 13 首，共计为 152 首（含对联）；原《诗存》是按周年计算到 2004 年底，现因增有今年的几首新诗，故连头带尾计算就改为《三十八年诗存》了。

对附录《营销杂谈》的修改：增加了论文《蓬勃发展的中国磷肥工业如何面对磷矿资源瓶颈》一文。

对全书编排的改动：原书分为上篇《实战宝典》、下篇《三十六年诗存》、附录《营销杂谈》。再版改为：上篇不变，中篇《营销杂谈》，下篇《三十八年诗存》，书末增加青年作家钱玉贵先生撰写的代跋《一团炽烈的火》。

特别应该说明的是，对书名的副标题也作了改动，原书名为《卖点——“驻点直销”点石成金术》，现再版改为《卖点——“驻点直销”实战宝典》。

我是一个国有大型化肥企业的高管人员，文字功底浅，这次却斗胆把《卖点》奉献给社会，而且再版，实乃出于想在中国的化肥流通体制改革和净化化肥市场方面尽自己的绵薄之力，期盼赐教！

王锡义

2005 年 10 月 12 日

一心修道 半世豪情

——为《卖点》作序

郑红艳

总觉得写序应该是大家的事，大家的序言应该犹如王冠上的美钻，可以给书以最美的装点。所以当王锡义先生把这项任务交给我时，在意外的同时，觉得既感动又惭愧。作为一名初入农资圈的年轻记者，我的序言给不了他像大家那样的装点，我能做的也就是尽量能够走进他的内心，理解他的营销理论，理解他，并让翻开这本书的人也从中受益。

刚入农资圈，多次听到“王锡义”的名字，却一直没机会见着他。有人说，你开会的时候，看到一位穿着中山装、戴着眼镜、面容清瘦的人，一定是王锡义。果然如此，在贵阳的一次会议上，在西装革履的人群中，我一眼发现了他那标志性的“中山装”和“眼镜”。

“中山装”应该是革命者的象征，“眼镜”应该是知识分子的象征，的确“观衣识人”，他是一位坚定的革命者，也是一位儒雅的知识分子。

王锡义先生一生坎坷，曾在26岁的少壮时期高居安徽省团委副书记一职；进入而立之年时，因当时的历史原因贬调至荒僻的大别山区，一干就是十二年，做过很多种工作，几起几伏，但是有一样东西从未改变：虔诚地信仰马克思主义。也许现在说这些，人们觉得很“老土”。但是他的确如此，从来无怨无悔！

也许就是这份执著，他才没有在人生的起伏跌宕中沉沦，而且再次

崛起，开创出中国农资营销史上罕见的连续十二年常胜不败的辉煌业绩。与此同时，他还在实践中总结出了一套营销理论——目前在农资界备受关注的“驻点直销模式”。如今，该模式已相继在《农资导报》、《中华合作时报》、中国化肥信息网等多家大型媒体上报道，成为业界争相学习的一种崭新的农资经营模式。

所以在编写此书时，编者将他的作品分为上下两篇，上篇重点介绍“驻点直销模式”，从中可以学习他的营销理论；下篇重点介绍他的诗作，从中可以了解他的思想轨迹和为人。

“驻点直销模式”始创于1999年，当时正是中国农资行业最低谷的时期：运营多年的农资渠道正面临着改革的阵痛，全国省以下的农资公司大多债台高筑，亏损严重，而个体经营未形成气候，加之大量进口化肥的冲击，国内化肥严重滞销，此时六国公司也陷于困顿之中，应收账款达7000余万元。就是在这种处境中，王锡义抛开传统的营销方法，形成了这种独具特色的营销模式，该模式最核心的一个字就是“联”，把厂商“联”起来，形成最牢固的战略伙伴，发挥双方各自的优势，开创市场新局面。如今，时过六年，六国公司利用这一“实战宝典”，取得了非常瞩目的成就。现在把这种模式推广开来，应该说，对中国农资市场的发展是十分有意义的，它有利于加速中国农资市场乃至中国农业的发展进程，同时对其他产品的营销也有一定的借鉴意义。

至于下篇的诗作，在编写此书时，王锡义一直很犹豫要不要把他的诗作汇编到这本关于营销的书中，他多次问我是否有这样的先例。我相信这样一句话，人是需要一点精神的，同时人也需要信仰，没有这些，人很难成功。“诗言志”，从他的诗中，我们可以领略到精神和信仰的力量，应该说，这是“驻点直销模式”形成的最根本的动因。

当我翻开王锡义先生的这叠厚厚的诗稿，心中竟有种莫名的感动，在一切都追求着“快餐化”的今天，竟然还有人以如此典雅庄重的方式

“言”着“志”。而读完诗稿,则被一种情绪深深地感染了:那就是充盈在他心中的热情。在这热情的耀眼光芒中,所有生命的美好在我眼前一一展现:认真地对待自己,真诚地对待朋友,诚信地对待客户,勤谨地对待工作……

可以说,没有这种精神,没有这份热情,就没有“六国驻点直销模式”,就没有相应而生的事业成功。热情犹如一颗美丽的火种,照亮了他的人生旅程,而热情工作的结晶——“驻点直销模式”,也助使六国化工公司一步一步地走向光明的未来。所以该书收编了这些诗篇,也许它并不精美,但它感人!

我们都需要这样的热情!因为在充满机遇与艰辛的征程上,我们都需要热情引领我们穿越汹涌的大海,抵达梦中的彼岸!

“时光飞逝,热情不绝!”这是他和他的诗稿传达出来的。

现在,在农资界,“驻点直销模式”已成为六国公司的一个标志性品牌,而王锡义先生以及他所取得的成绩不仅得到了集团公司的认可,在业界也享有很高的声誉。从1997年到2004年,他连续四次被铜化集团评为劳动模范,连续两次被铜陵市评选为劳动模范,2005年又荣获国务院授予的“全国劳动模范”荣誉称号。关于他事迹的报道也是屡屡见诸报端。2000年12月1日,《铜化集团报》发表了关于王锡义的专题报道——《风风火火闯九州》;2002年1月13日《中国化工报》(文化周刊)稍加修改后以《锦心绣口跑销售 风风火火闯九州》为题转载此文;2003年6月5日,《铜陵日报》专门开辟“特色人生”专栏,推出了连续五期的《走近王锡义系列报道》,报道王锡义的事迹,该文由《铜化集团报》副总编于春咏采写;2004年7月20日,《安徽工人日报》发表了题为《流金闪光的岁月》的文章,表达对这位老模范的敬重情怀;2005年1月14日,《铜化集团报》再次以《驰骋商场显雄才》为题,报道王锡义同志在营销工作中取得的辉煌业绩。

这样的报道很多，而王锡义也被集团公司誉为“没有悬念的劳动模范”。如果没有实实在在的成绩又怎能征服如此众多的人？又怎能获得如此众口一词的好评？也许这样的人生才是真正精彩的人生！

写了这么多，我不知道是否说清楚了，我只是想向大家推荐一种很阳光的思想，一个很阳光的人，还有这本很阳光的书！

目 录

- 001 前 言
- 003 一心修道 半世豪情 郑红艳

上篇 实战宝典

- 003 评“驻点直销模式”
- 006 论“驻点直销模式”
 - 引 言
- 007 第一章 驻点直销模式的新思维
 - 007 第一节 驻点直销模式的创立与推行
 - 011 第二节 驻点直销模式的内容与实质
 - 014 第三节 驻点直销模式的新概念新术语
- 019 第二章 驻点直销模式的主要特点
 - 019 第一节 坚持销售过程的全面标准化运作

- 021 第二节 坚持不懈地强化建设终端市场网络
- 025 第三节 充分发挥利润多元化激励机制的作用
- 027 第四节 坚持“三环价格”联动机制,有效掌控市场
- 030 第五节 坚持全方位多层次地整合厂商资源
- 035 第六节 能实实在在地从根本上降低销售成本
- 036 第七节 精心构建了高效的风险防范系统
- 040 第八节 坚持全过程派员驻点,实行厂商联合作战
- 043 第三章 驻点直销模式的操作要领
- 044 第一节 驻点直销总模式的五种模板之简述
- 048 第二节 驻点直销总模式的四种模板之要领
- 095 第三节 乡镇网点模式要领
- 097 第四节 仓库租赁模式要领
- 099 第五节 “要货函”模式要领
- 100 第六节 “三利促销之法”模式要领
- 103 第七节 结算模式要领
- 106 第八节 驻点直销模式对传统销售模式的改革
- 113 第四章 驻点直销模式的管理方略
- 113 第一节 营销队伍的建设
- 114 第二节 驻点销售员的管理
- 117 第三节 驻点直销的组织指挥系统
- 121 第五章 驻点直销模式的考核分配工作
- 133 第六章 驻点直销与外设“销售分公司”之比较

中篇 营销杂谈

- 139 努力把握市场规律 勇闯三年化肥低谷
- 153 坚定必胜信念 交出满意答卷
——在磷铵厂大千四个月动员大会上的发言
- 159 “磷铵新政”的理解与执行
——地方化肥最高限价政策应符合国家发改委文件精神
- 164 蓬勃发展的中国磷肥工业如何面对磷矿资源瓶颈
一、为中国高浓度磷复肥的高速发展欢呼
二、为中国高浓度磷复肥蓬勃发展所潜藏的隐忧与风险
担心
三、为解决磷肥工业蓬勃发展遇到的磷资源瓶颈问题
呐喊

下篇 三十八年诗存

- 185 诗情激荡的岁月 郑红艳
- 186 第一章 抒怀言志篇
- 186 回乡知青
- 186 国庆之思
- 187 明 志

- 188 联合是潮流(三首)
- 189 病中吟(三首)
- 191 抒怀两首
 调省工作有感
 贬调岳西
- 194 有感于邻居家事(两首)
- 195 三十六岁抒怀(两首)
- 196 有感于拿到文凭(三首)
- 197 三十九岁抒怀
- 198 四十抒怀
- 199 人到中年(两首)
- 200 自 励
- 200 调铜陵有感
- 201 生日抒怀
- 202 受聘经营副厂长有感(两首)
- 203 乐在哪里
- 203 感 事
- 204 赞 妻(两首)
- 205 贺小儿王荐新婚之喜
- 205 贺大儿尤强新婚之喜
- 206 笑逗小儿
- 206 元旦宣示(两副)

207	座右铭
207	春节扫尘
207	挽严父辞世
208	同学会献词
209	外一首
210	心里话(三首)
211	谢钱玉贵先生点评拙作
212	第二章 风景游历篇
212	冬日翻越大别山(三首)
213	九华山(三首)
215	登九华遇雨
215	登梅州千佛塔
216	逢纪念叶帅百岁诞辰
216	阴那山灵光寺
217	登花果山
217	鹿回头上远眺
218	瞻仰延安毛泽东故居
218	拜黄帝陵
219	登泰山(两首)
220	参观好莱坞摄影棚(两首)
221	洛杉矶明星大道随感
221	游黄山(五首)

- 224 光明顶上与友人合影
- 224 赞王女士独立飞来石
- 225 游萧县皇藏峪(两首)
- 226 谒西楚霸王故里及祠(三首)
- 227 重上大别山(两首)
- 大别山
- 山之思
- 228 宜 昌(两首)
- 过江汉平原
- 赞宜昌
- 229 夜过祁连山(两首)
- 230 谒鱼山曹植墓
- 230 壶口瀑布
- 231 第三章 朋友情谊篇
- 231 献给徐强董事长
- 232 贺兴海升任集团副总经理
- 232 贺米保杭主任诞辰
- 233 赠春咏先生
- 234 一团火
- 235 重 阳
- 236 送闻玲荣调蚌埠
- 236 贺孝昌寿诞

- 237 贺金强、金梅新婚之喜
- 237 欢送蹲点女干部
- 238 送友人荣迁(两首)
- 239 贺文胜侄提职
- 239 踢 球
- 240 赠兖州彭亚东总经理
- 240 席间赞镇江农资夏希平总经理
- 241 赠宜兴蒋益群总经理
- 241 赠萧山韩芬琴厂长
- 242 赠常州中东化肥集团刘敖根总经理(两首)
- 243 贺太仓恩丰公司大厦落成
- 243 赠内黄申振山总经理
- 244 席间赠王志魁主任
- 244 赠威县农资王淑平总经理
- 245 赠琼海林允旭总经理
- 245 赠临河李登科总经理
- 246 赠聊城王思平总经理
- 246 赠商丘陈勇总经理
- 247 赠安阳徐奎勇总经理
- 247 赠辽宁李振海总经理
- 248 赠开磷朋友(两首)

赠贵州开磷集团屈庆麟董事长

赠开磷集团营销公司廖慧总经理

250 第四章 市场开拓篇

250 过阳平关

251 随访马来西亚(两首)

252 拓展江西市场有感(三首)

253 赠甘肃客户

254 贺岳西猕猴桃基地会议

254 客户座谈会献辞

255 考察内蒙古市场(两首)

256 献给皖江市场研讨会(三首)

257 贺威农六国销量过万吨大关

258 贺威农六国二铵用户联谊会召开

259 贺威农九九大捷

260 宴客即席作

260 赞营销“宝马”

261 铜化开磷友谊之歌

262 观音湖会议

262 赞黄麦岭磷化工

263 第五章 同事共勉篇

263 科技座谈会献词

264 新年庆功宴献词(四首)

266 六国销售员风采赞(八首)