

科技兴农奔小康丛书

# 兽药 与饲料营销秘诀

徐廷生 程相朝 主编



 中国农业出版社

*K* 科技兴农奔小康丛书  
ejixingnongbenxiaokangcongsu

第22卷 (910) 目錄五并图

# 兽药与饲料 营销秘诀

徐廷生 程相朝 主编

中国 农业 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

兽药与饲料营销秘诀/徐廷生, 程相朝主编. —北京:  
中国农业出版社, 2003.12

(科技兴农奔小康丛书)

ISBN 7-109-08628-3

I. 兽... II. ①徐...②程... III. ①药物, 兽用-市  
场营销学②饲料-市场营销学 IV. F762

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 096147 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 刘博浩

---

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2004 年 1 月北京印刷

---

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 10

字数: 243 千字

定价: 13.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

## 内 容 提 要

本书旨在用科学的营销理论指导兽药饲料企业的营销实践。全书分上、中、下三篇，共十一章并附有企业成功案例分析。上篇介绍兽药、生物制品和饲料的基本知识；中篇介绍兽药饲料企业营销的市场、市场调研、产品策略、价格策略、促销策略、推销技巧及营销服务的有关内容；下篇介绍一些兽药饲料企业成功的营销案例。本书系统性强，理论联系实际，突出新颖性和实用性，适宜用作农业院校师生的教学参考书，也可作为兽药饲料生产及营销企业的培训教材。

## 《科技兴农奔小康丛书》编委会

主 任 张宝文

副主任 朱秀岩 贾幼陵 张凤桐 傅玉祥

委 员 (按姓氏笔画排序)

马爱国 王智才 牛 盾 甘士明

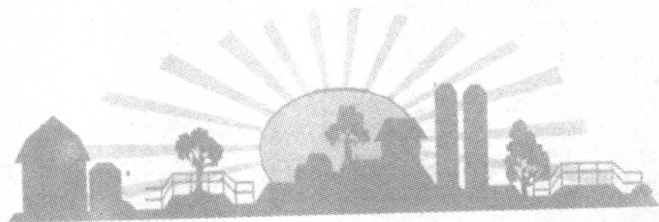
白金明 刘维佳 李建华 杨 坚

何新天 张玉香 陈建华 陈晓华

陈萌山 郑文凯 宗锦耀 柯柄生

俞东平 段武德 夏敬源 梁田庚

曾一春 雷于新 薛 亮 魏宝振



# 序

党的十六大提出，要紧紧抓住本世纪头 20 年的重要战略机遇期，集中力量全面建设小康社会。这个宏伟目标令人振奋，鼓舞人心。全面建设小康社会是贯彻落实“三个代表”重要思想的重大举措，是立党为公、执政为民的根本体现。

完成全面建设小康社会这一历史任务，重点和难点在农村。当前农业和农村经济发展处于爬坡阶段，还存在许多矛盾和问题。农村全面建设小康社会，必须统筹城乡经济社会发展，积极推进农业增长方式的转变，提高农业科技和装备水平，加快建设现代农业。

实现全面建设农村小康社会这个宏伟目标，必须发展先进生产力和先进文化，维护广大农民的根本利益，必须发挥科学技术作为第一生产力的作用，加速科技成果向现实生产力的转化，切实把农业和农村经济发展转移到依靠科技进步和提高劳动者素质的轨道上来。科学技术是农村经济和社会发展的首要推动力量，是农业和农村经济不断跃上新台阶的决定性因素。要依靠科技进步，推动传统农业向优质、高产、高效、生态、安全的现代农业转变，

要牢牢盯住农产品竞争力增强、农业增效、农民增收这一主攻方向，构建与农业结构战略性调整要求相适应的农业科技进步和创新体系；完善和强化精干高效的农业科研、技术推广和农民培训的运行机制；促进农业科技产业化发展；满足建设现代农业、繁荣农村经济和可持续发展的科教需求，从总体上缩小与发达国家的差距，促进农村经济繁荣，加快现代农业建设步伐。

加快农业科技进步迫在眉睫，农业现代化的希望寄予科技进步。为了实施科教兴农战略，加快农村小康建设步伐，农业部把农业科教工作作为农业和农村经济工作的重中之重，并把今年确定为“全国农业科技年”。在配合“全国农业科技年”的活动中，中国农业出版社组织各方面专家编辑出版了《科技兴农奔小康丛书》。这套丛书侧重科技知识，兼顾政策法律，考虑区域特点，针对性、实用性和可操作性较强，旨在为广大农民提供通俗易懂、易于应用、便于操作的科技知识与科技成果。这套丛书对提高农民科技文化素质，加快农村小康建设必将产生积极影响。

杜青林

二〇〇三年九月十八日

# 前言

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

# 目 录

## 序 前言

## 上 篇 兽药与饲料基本知识

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| 第一章 兽药基本知识 .....                              | 1  |
| 第一节 兽药的品种 .....                               | 1  |
| 一、兽用化学原料药及其制剂 .....                           | 2  |
| 二、兽用中药及中成药 .....                              | 3  |
| 三、饲料药物添加剂 .....                               | 4  |
| 四、兽用生物制品 .....                                | 4  |
| 第二节 兽药的剂型 .....                               | 4  |
| 第三节 兽药的管理 .....                               | 6  |
| 一、兽药管理机构及任务 .....                             | 7  |
| 二、对兽药生产、经营、进出口及医疗单位的制剂的<br>有关规定和兽药的质量标准 ..... | 9  |
| 三、新兽药及兽药制剂管理 .....                            | 11 |
| 四、兽药的贮藏管理 .....                               | 12 |
| 第四节 兽药发展趋势分析 .....                            | 15 |
| 一、我国兽药发展的现状 .....                             | 15 |
| 二、我国兽药的发展趋势分析 .....                           | 16 |
| 第二章 生物制品基本知识 .....                            | 19 |
| 第一节 生物制品的种类及应用 .....                          | 19 |
| 一、疫苗 .....                                    | 19 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 二、类毒素 .....               | 23 |
| 三、免疫血清 .....              | 24 |
| 四、诊断液 .....               | 24 |
| 五、其他宿主生物制品 .....          | 25 |
| 第二节 生物制品的生产工艺 .....       | 26 |
| 一、制造疫苗的基本程序 .....         | 26 |
| 二、制备高免血清和高免卵黄液的基本程序 ..... | 30 |
| 第三节 生物制品的管理 .....         | 31 |
| 一、生物制品生产管理及质量检验准则 .....   | 32 |
| 二、兽医生物制品监察制度 .....        | 32 |
| 第三章 饲料基本知识 .....          | 35 |
| 第一节 饲料的种类及其特性 .....       | 35 |
| 一、饲料原料的种类及特性 .....        | 35 |
| 二、饲料产品的种类及特性 .....        | 41 |
| 第二节 饲料的加工工艺 .....         | 44 |
| 一、原料的接收工艺 .....           | 44 |
| 二、原料的清理工艺 .....           | 46 |
| 三、原料的粉碎工艺 .....           | 48 |
| 四、配料工艺 .....              | 51 |
| 五、混合工艺 .....              | 52 |
| 六、制粒工艺 .....              | 53 |
| 七、膨化工艺 .....              | 56 |
| 八、包装工艺 .....              | 57 |
| 第三节 饲料的管理 .....           | 57 |
| 一、饲料的质量管理 .....           | 57 |
| 二、饲料的行业管理 .....           | 62 |
| 第四节 饲料发展趋势分析 .....        | 65 |
| 一、我国饲料工业现状 .....          | 66 |
| 二、我国饲料工业发展趋势 .....        | 69 |

## 中篇 兽药与饲料企业营销

|                        |     |
|------------------------|-----|
| <b>第四章 兽药饲料企业营销的市场</b> | 71  |
| <b>第一节 生产者市场分析</b>     | 71  |
| 一、生产者市场的需求与购买对象        | 71  |
| 二、生产者市场的购买决策过程         | 73  |
| <b>第二节 客户市场分析</b>      | 74  |
| 一、市场需求与购买动机            | 75  |
| 二、客户购买行为分析             | 76  |
| 三、影响购买行为的基本因素          | 79  |
| <b>第三节 市场细分与目标市场</b>   | 80  |
| 一、市场细分                 | 81  |
| 二、目标市场的选择及策略           | 86  |
| 三、市场定位及其策略             | 91  |
| <b>第四节 企业市场营销组合</b>    | 92  |
| 一、市场营销组合               | 92  |
| 二、市场营销组合的特点和作用         | 93  |
| <b>第五章 兽药饲料市场调研</b>    | 97  |
| <b>第一节 市场调查</b>        | 97  |
| 一、市场调查的概念及作用           | 97  |
| 二、市场调查的内容              | 98  |
| 三、市场调查的步骤              | 101 |
| 四、市场调查的方法              | 103 |
| <b>第二节 市场预测</b>        | 105 |
| 一、市场预测及其作用             | 105 |
| 二、市场预测的内容              | 106 |
| 三、市场预测的方法              | 107 |
| <b>第六章 兽药饲料产品策略</b>    | 114 |
| <b>第一节 产品的整体概念</b>     | 114 |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 一、产品 .....                  | 114        |
| 二、产品的整体结构 .....             | 115        |
| 第二节 产品组合 .....              | 116        |
| 一、产品组合的概念及意义 .....          | 116        |
| 二、产品组合策略 .....              | 118        |
| 第三节 产品市场生命周期 .....          | 121        |
| 一、产品市场生命周期的概念 .....         | 121        |
| 二、产品生命周期各阶段的特征及营销策略 .....   | 123        |
| 第四节 新产品的开发与推广 .....         | 125        |
| 一、新产品的开发要求与方式 .....         | 125        |
| 二、新产品的开发程序 .....            | 127        |
| 第五节 品牌、商标与包装 .....          | 129        |
| 一、品牌及其策略 .....              | 129        |
| 二、商标及其策略 .....              | 133        |
| 三、包装及其策略 .....              | 136        |
| <b>第七章 兽药饲料产品价格策略 .....</b> | <b>140</b> |
| 第一节 影响产品定价的基本因素 .....       | 140        |
| 一、定价的依据 .....               | 140        |
| 二、影响定价的基本因素 .....           | 142        |
| 第二节 定价目标与定价方法 .....         | 145        |
| 一、定价目标 .....                | 145        |
| 二、企业定价方法 .....              | 147        |
| 第三节 定价策略和技巧 .....           | 152        |
| 一、定价策略 .....                | 152        |
| 二、价格营销的主要技巧 .....           | 157        |
| <b>第八章 兽药饲料销售渠道策略 .....</b> | <b>162</b> |
| 第一节 产品销售渠道的模式与类型 .....      | 162        |
| 一、销售渠道结构 .....              | 162        |
| 二、销售渠道的基本类型 .....           | 163        |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 三、销售渠道策略 .....      | 166 |
| 第二节 中间商的选择与管理 ..... | 167 |
| 一、中间商及其类型 .....     | 167 |
| 二、中间商的选择 .....      | 171 |
| 三、中间商的管理 .....      | 172 |
| 第三节 其他销售方式 .....    | 175 |
| 一、垂直分销系统 .....      | 175 |
| 二、包销 .....          | 176 |
| 第九章 兽药饲料促销策略 .....  | 178 |
| 第一节 促销与促销组合 .....   | 178 |
| 一、促销的含义及其作用 .....   | 178 |
| 二、促销组合 .....        | 180 |
| 第二节 企业形象策划 .....    | 182 |
| 一、CI 战略 .....       | 182 |
| 二、公关拓展 .....        | 184 |
| 三、公关人员的管理 .....     | 188 |
| 第三节 广告 .....        | 190 |
| 一、广告的概念和功能 .....    | 191 |
| 二、广告媒体及其选择 .....    | 193 |
| 第四节 人员推销 .....      | 195 |
| 一、人员推销的含义 .....     | 195 |
| 二、销售人员的工作任务 .....   | 195 |
| 三、人员推销的特点 .....     | 196 |
| 第五节 营业推广 .....      | 197 |
| 一、营业推广的方式与特点 .....  | 197 |
| 二、营业推广方案的制订 .....   | 199 |
| 三、营业推广的实施与评价 .....  | 200 |
| 第十章 推销技巧 .....      | 201 |
| 第一节 现代推销的含义 .....   | 201 |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| 一、现代推销活动的含义 .....            | 201        |
| 二、现代推销的特点 .....              | 202        |
| 三、推销人员的职责 .....              | 203        |
| 四、影响推销的因素 .....              | 203        |
| <b>第二节 推销员的素质和能力 .....</b>   | <b>204</b> |
| 一、推销员的职业动机 .....             | 205        |
| 二、销售人员的能力 .....              | 207        |
| 三、销售人员的品质 .....              | 210        |
| 四、销售人员的选择 .....              | 214        |
| 五、销售人员的培训 .....              | 215        |
| <b>第三节 推销程序和技巧 .....</b>     | <b>216</b> |
| 一、客户开发 .....                 | 216        |
| 二、推销访问 .....                 | 217        |
| 三、顾客异议处理 .....               | 221        |
| <b>第十一章 兽药饲料的营销服务 .....</b>  | <b>227</b> |
| <b>第一节 营销服务概述 .....</b>      | <b>227</b> |
| 一、营销服务的概念 .....              | 227        |
| 二、营销服务的意义 .....              | 228        |
| 三、营销服务的原则 .....              | 229        |
| 四、营销服务的分类 .....              | 231        |
| <b>第二节 营销服务体系 .....</b>      | <b>233</b> |
| 一、售前服务 .....                 | 233        |
| 二、售中服务 .....                 | 235        |
| 三、售后服务 .....                 | 237        |
| <b>第三节 营销服务与 CS 战略 .....</b> | <b>242</b> |
| 一、CS 经营战略的基本思想 .....         | 242        |
| 二、CS 经营战略的主要内容 .....         | 243        |
| 三、忠诚客户的培养 .....              | 243        |

## 下篇 兽药饲料企业营销实例透析

|                        |         |
|------------------------|---------|
| 4CS 创造市场 .....         | 246     |
| 注重市场分析, 活用营销技巧 .....   | 250     |
| 兽药营销通路新思维 .....        | 256     |
| 富道公司销售策略初探 .....       | 260     |
| 以质量求生存, 以管理促发展 .....   | 263     |
| 浅谈动物生物制品营销的几点体会 .....  | 267     |
| 双赢策略 网络营销 .....        | 270     |
| 避实就虚 后来居上 .....        | 274     |
| 坚持以人为本 注重新产品研发 .....   | 277     |
| 宝树呼霸是如何在我区打开销路的 .....  | 280     |
| 东方正大饲料销售中的服务营销策略 ..... | 284     |
| 大北农新型厂商关系探讨 .....      | 289     |
| 企业定位必须先行一步 .....       | 294     |
| <br>主要参考文献 .....       | <br>300 |

# 兽药与饲料基本知识

## 第 1 章

### 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料、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