

泉州邮政「自邮一族」项目营销策略分析

学校编码: 10384

学号: X2006155089



分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

# 厦门大学

## 硕士学位论文

### 泉州邮政“自邮一族”项目营销策略分析 Marketing Strategy Analysis Of "ZiYouYiZu" Project Of QuanZhou Post

陈凌波

指导教师姓名: 林志扬 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2012 年 7 月

论文答辩日期: 2012 年 9 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席 \_\_\_\_\_

评 阅 人 \_\_\_\_\_

陈凌波

指导教师

林志扬  
教授

厦门大学

2012年7月

厦门大学博硕士论文摘要库

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（     ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于     年     月     日解密，解密后适用上述授权。

（  ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年   月   日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 摘要

随着近年来我国经济的快速发展和老百姓生活水平的不断提升，中国汽车保有量保持年均两位数的旺盛增长态势，截止 2011 年 8 月底，我国汽车保有量首次突破 1 亿辆大关，位居世界第二，正式步入世界一流汽车大国的行列。伴随着汽车时代的到来，中国汽车服务行业迎来了巨大的发展商机。

中国邮政为积极介入汽车服务市场，通过企业内外部服务资源，充分发挥邮政“三流合一”的优势，推出了“自邮一族”服务产品，为广大车主提供一体化会员服务。

本文从我国汽车服务市场现状分析入手，全面剖析了泉州邮政“自邮一族”项目面临的内外部竞争环境，探讨了泉州邮政“自邮一族”项目的目标客户定位和应采取的营销策略。

本文主要包括 6 章：

第一章：绪论，主要包括了研究背景、目的和意义、研究思路；

第二章：市场营销的相关理论综述，主要包括市场营销和服务营销理论、市场细分和定位理论、服务营销的 7P 组合理论综述；

第三章：我国汽车和汽车管家服务市场现状分析，主要包括我国和泉州市场汽车和汽车管家服务市场现状及进行小结。

第四章：泉州邮政“自邮一族”项目的现状分析，包括中国邮政“自邮一族”项目概况、泉州“自邮一族”项目面临的外部环境、内部环境、项目营销现状及主要存在问题，并进行总结。

第五章：在现状分析基础上，提出泉州邮政“自邮一族”项目的营销策略，包括目标市场定位及利用 7P 组合策略对泉州邮政“自邮一族”项目进行深入剖析，并提出对策和建议。

最后是本文的主要结论以及今后发展的建议和展望。

**关键词：**泉州邮政 “自邮一族”项目 营销策略

厦门大学博硕士学位论文摘要库



## Abstract

In recent years, with the rapid development of China's economy and the increasing improvement of people's living standards, China's car ownership has been growing at a double-digit rate. At the end of August 2011, China's car ownership for the first time exceeded 100 million, ranking the second in the world, which means that China is stepping into the ranks of the world-class automobile powers. Along with the automobile era, China's automobile service industry has embraced great developing opportunities.

China Post is active to get involved in the automobile service market. Through enterprises' internal and external service resources, taking full advantage of Post's advantage of "three class unit", it has put forward a service product of "ZiYouYiZu" and provides the car owners with integrated VIP services.

Starting from the analysis of China's current automobile service market condition, the article comprehensively analyzes the external and internal competitions which the "ZiYouYiZu" project of the Quanzhou Post is facing, discusses the target customer orientation of the "ZiYouYiZu" project of the Quanzhou Post and the marketing strategies to be adopted.

The article includes six chapters:

Chapter 1: Introduction, mainly including the research background, purpose and significance and the research ideas;

Chapter 2: The summary of marketing theory, mainly including the theories of marketing and service marketing, the theories of market segmentation and orientation, the summary of service marketing 7P portfolio theory;

Chapter 3: The analysis of China's automobile and automobile butler service market, mainly including the situation and summary of the automobile and automobile butler service in China's market and Quanzhou's market;

Chapter 4: The analysis of the current situation of the "ZiYouYiZu" project of the Quanzhou Post, including the outline of China's "ZiYouYiZu" project, the external and internal conditions of the "ZiYouYiZu" project of the Quanzhou Post, current project marketing condition and major existing problems, and summary;

Chapter 5: Based on the analysis of the current situation, putting forward the

marketing strategies of the “ZiYouYiZu” project of the Quanzhou Post, including target market orientation and the use of 7P portfolio marketing strategies to deeply analyze the “ZiYouYiZu” project of the Quanzhou Post and put forward countermeasures and recommendations.

Chapter 6: the main conclusions and the recommendations and outlook of the future development.

**Keywords:** Quanzhou Post; “ZiYouYiZu” Project; marketing strategy

厦门大学博硕士论文摘要库

## 目 录

第一章 绪论 .....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的和意义.....	2
1.3 研究方法思路.....	2
第二章 相关理论综述 .....	3
2.1 市场营销理论和服务营销理论.....	3
2.2 市场细分和定位理论.....	4
2.3 市场营销组合理论.....	5
第三章 汽车和汽车管家服务市场现状 .....	7
3.1 我国汽车和汽车管家服务市场现状.....	7
3.2 泉州汽车和汽车管家服务市场现状.....	9
3.3 小结 .....	11
第四章 泉州邮政“自邮一族”项目现状分析 .....	13
4.1 中国邮政“自邮一族”项目概况.....	13
4.2 泉州邮政“自邮一族”项目营销现状及存在问题.....	15
4.2.1 外部环境分析.....	15
4.2.2 内部环境分析.....	17
4.2.3 泉州邮政“自邮一族”项目营销现状.....	18
4.2.4 主要存在问题.....	20
4.3 小结 .....	20
第五章 泉州邮政“自邮一族”项目营销策略 .....	22
5.1 目标市场定位.....	22
5.2 产品策略.....	24
5.3 价格策略.....	28
5.4 分销策略.....	30
5.5 促销策略.....	32
5.6 人员策略.....	36
5.7 有形展示策略.....	38

5.8 过程策略.....	40
第六章 结论和展望 .....	42
参 考 文 献 .....	42
致 谢.....	45

厦门大学博硕士论文摘要库

## Table of Contents

<b>Chapter 1 Introduction .....</b>	<b>1</b>
1.1 Research Background .....	1
1.2 Research Purpose and Significance .....	2
1.3 Research Methods and Ideas .....	2
<b>Chapter 2 The Summary of Related Theories .....</b>	<b>3</b>
2.1 The Theories of Marketing And Service Marketing.....	3
2.2 The Theories of Market Segmentation And Orientation.....	4
2.3 The Profolio Theory of Marketing.....	5
<b>Chapter 3 The Current Situations of The Automobile and Automobile Butler Service Markets .....</b>	<b>7</b>
3.1 China's Automobile and Automobile Butler Service Markets.....	7
3.2 Quanzhou's Automobile and Automobile Butler Service Markets.....	9
3.3 Summary .....	11
<b>Chapter 4 The Analysis of The Current Situation of The “ZiYouYiZu” Project of Quanzhou Post .....</b>	<b>13</b>
4.1 The Outline of China's “ZiYouYiZu” Project.....	13
4.2 Current Marketing Condition And Existing Problems of The “ZiYouYiZu” Project of Quanzhou Post .....	15
4.2.1 Analysis of The External Condition.....	15
4.2.2 Analysis of The Internal Condition .....	17
4.2.3 The Marketing Situation of The “ZiYouYiZu” Project of Quanzhou Post.....	18
4.2.4 Major Existing Problems.....	20
4.3 Summary .....	20
<b>Chapter 5 The Marketing Strategies of The “ZiYouYiZu” Project of The Quanzhou Post.....</b>	<b>22</b>
5.1 Target Market Orientation.....	22
5.2 Strategy of Product.....	24
5.3 Strategy of Price.....	28
5.4 Strategy of Distribution.....	30

<b>5.5 Strategy of Promotion.....</b>	<b>32</b>
<b>5.6 Strategy of Personnel.....</b>	<b>37</b>
<b>5.7 Strategy of Physical Evidence.....</b>	<b>38</b>
<b>5.8 Strategy of Process.....</b>	<b>40</b>
<b>Chapter 6 Conclusions And Outlook .....</b>	<b>42</b>
<b>References .....</b>	<b>44</b>
<b>Acknowledgements .....</b>	<b>45</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 第一章 绪论

### 1.1 研究背景

汽车产业是世界经济的支柱产业之一，没有任何一种工业品能像汽车这样渗透到社会大众生活的各个层面。随着中国人均 GDP 的稳健增长，近年来我国的汽车保有量保持年均两位数的旺盛增长态势。来自公安部交通管理局的消息称，截至 2011 年 8 月底，全国机动车保有量达 2.19 亿辆。其中，汽车保有量占机动车总量的 45.88%，超过 1 亿辆，仅次于美国的 2.85 亿辆而位居世界第二，我国正式步入世界一流汽车大国的行列。

汽车因具有高度的产业关联性，被称为“经济持续增长的发动机”。随着汽车保有量的急剧增加，与之配套的汽车售后市场也必将成为一个庞大的“黄金”市场。汽车后市场是汽车产业链中最具活力的有机组成部分，包括汽车销售领域的金融服务、汽车租赁、保险、广告、装潢、维护、维修与保养；日常运行的油品；整车与零部件物流；驾校、停车场、二手车、车友俱乐部、汽车文化、汽车广告、交通信息服务等等。根据统计，2005 年，我国汽车后市场的销售额为 880 亿元，到 2009 年增至 2400 亿元，预计到 2012 年左右增至 4900 亿元，其年复合增长率为 26.9%。

面对这汽车服务市场的巨大商机，中国邮政通过整合内外部服务资源，充分发挥邮政“三流合一”的优势，推出了“自邮一族”服务产品，为广大车主提供一体化会员服务。

泉州地处经济发展的闽南地区，汽车保有量 2010 年即突破 40 万辆，汽车服务行业也较为发达。泉州邮政“自邮一族”作为市场的后进入者，如何在竞争激烈的泉州汽车服务市场占有一席之地并发展壮大？基于以上目的，本文希望通过泉州邮政“自邮一族”项目前一阶段发展经验的总结，以及对项目内外部环境的综合分析，探讨出适合泉州邮政“自邮一族”项目下阶段发展的市场营销策略。

## 1.2 研究目的和意义

在传统邮政业务日益萎缩，邮政企业越来越重视发展创新的背景下，邮政“自邮一族”项目应运而生。面对汽车服务行业巨大的市场商机及激烈的市场竞争并存的局面，本论文拟从我国汽车服务市场现状分析入手，通过分析泉州邮政“自邮一族”项目面临的内外部竞争环境和现有存在的问题，探讨了泉州邮政“自邮一族”产品的目标客户群体和应采取的营销策略，旨在为发展中的泉州邮政“自邮一族”项目探讨一条切合实际的发展道路，从而为邮政企业实现发展转型做出积极有益的探索。

## 1.3 研究方法思路

### 1.3.1 本课题研究方法

1、文献收集法：通过阅读各类专业书籍、期刊及网上查询获得大量比较翔实的二手资料；获取政府部门有关开放性信息和邮政系统内相关业务资料。

2、比较分析法：通过对泉州邮政“自邮一族”项目与市场上其他汽车服务行业的竞争对手的优劣势、目标群体、竞争措施的比较分析，为正确制定泉州邮政“自邮一族”项目营销策略提供依据。

3、归纳分析法：运用本人厦大 MBA 所学的市场营销知识、方法对大量相关资料以及泉州邮政“自邮一族”项目发展现状进行分析总结，深入探讨泉州邮政“自邮一族”项目目前和未来一段时间内的营销策略。

### 1.3.2 本课题研究思路

首先，综述了市场营销相关理论，包括市场营销和服务营销理论、市场细分和定位理论、服务营销的 7P 组合理论等，为下面分析和制定泉州邮政“自邮一族”营销策略提供了理论基础。其次，对我国及泉州汽车和汽车服务管家市场，以及泉州邮政“自邮一族”项目营销现状及存在问题进行了综合分析。

再者，在以上分析基础上，研究确定了泉州邮政“自邮一族”项目的目标市场定位，并提出泉州邮政“自邮一族”项目具体的 7P 营销组合策略。最后，对泉州邮政“自邮一族”项目营销策略进行了总结，并对该项目今后的发展进行了展望。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库