

学校编码: 10384

分类号: _____ 密级 _____

学 号: X200215366

UDC _____

加德士车用润滑油战略营销分析

学 位 论 文

加德士车用润滑油战略营销分析

**A Research on the Strategic Marketing of
Caltex's Auto Lubricants**

林 孟 军

指导教师姓名: 郭 霖 副教授

申请学位级别: 硕 士

专 业 名 称: 工商管理(MBA)

论文提交日期: 2005 年 11 月

论文答辩日期: 2005 年 12 月

学位授予单位: 厦 门 大 学

学位授予日期: 2005 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

林孟军

指导教师:

郭霖
副教授

厦门大学

2005 年 11 月

厦门大学学位论文原创性声明

学位 人 导师指导
人 人
标 人

人 :
年 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

内 容 摘 要

加德士 位
目 润滑油 营销 主 1996 年 ,加德士
市场销 车用润滑油 年 营 目
年 车用润滑油
加德士 市场 营销战略 市场细
分 分 市场定位 加德士 市场
润滑油 定
大
战略营销 指市场细分 目标市场 市场定位
用战略营销 分析 润滑油 加德士
车用润滑油营销 加德士 市场细分
车用润滑油 油 油市场 细分 定目标市场
加德士 定位 用营销组合 4P 合加德士车用润
滑油 销 营
营销 略

关键词: STP 润滑油 战略 营销

Abstract

Belonging to Chevron Group which ranks in the top 500 world companies, Caltex is now engaging in the business of lubricants sales and services in mainland China. Nowadays the competition in lubricants field is fairly heavy among lots of manufactories. From 1996 Caltex started the lube business and after several years later has achieved great progress and profits. In past recent years the growing rate was also very high. But there are still many problems for Caltex's marketing policies, for example, lacking of clear marketing segmentation, chaos in business management and wrong marketing positioning. All this have slowed down the growing pace of Caltex and made it lagging behind of main MNC competitors.

Strategic marketing theory (STP) is the process of market segmentation, market targeting and market positioning. This dissertation aims to redesign the marketing strategy and policy of Caltex auto lube business based on the STP theory by analyzing the updated status of Chinese lube industry, the status of Caltex auto lube business, sales model and channel, inside and outside environment. After that, it is going to present the detailed marketing strategies and tactics based on 4P theory from four aspects, products, channel, price and promotion, in order to improve the sales performance of Caltex auto lube business in China.

Key Words: STP; Lubricants; Strategic Marketing.

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 相关理论简介	2
第三节 研究对象和研究方法	3
第四节 论文结构	3
第二章 战略营销相关理论综述	5
第一节 战略营销概念和历史	5
第二节 市场细分理论	6
第三节 目标市场理论	8
第四节 市场定位理论	9
第五节 波士顿矩阵分析理论	10
第六节 结论	12
第三章 中国润滑油行业发展状况分析	14
第一节 润滑油基本定义	14
第二节 中国车用润滑油产业现状	15
第三节 市场竞争分析	20
第四节 消费者行为分析	22
第五节 车用润滑油营销方式介绍	24
第四章 加德士公司现状	26
第一节 公司介绍	26
第二节 加德士在中国市场现状	28
第三节 公司现有营销战略简介和评价	31

第五章 加德士润滑油战略营销分析	34
第一节 市场细分	34
第二节 选择目标市场	36
第三节 市场定位	39
第四节 具体的营销建议	40
第六章 结论和建议	46
第一节 结论和建议	46
第二节 不足之处	47
主要参考文献	48
后 记	49

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

Chapter 1 Introduction	1
1.1 Research Background	1
1.2 Research Theories	2
1.3 Research Objective and Method.....	3
1.4 Dissertation Structure	3
Chapter 2 Marketing Strategy Theory Introduction	5
2.1 History of Strategic Marketing	5
2.2 Market Segmentation.....	6
2.3 Market Targeting	8
2.4 Market Positioning.....	9
2.5 BCG Matrix	10
2.6 Conclusion.....	12
Chapter 3 Introduction of Lubricants Industry in China	14
3.1 Definition of Lubricants	14
3.2 Updated Status of Chinese Lubricants Market.....	15
3.3 Competition Analysis	20
3.4 Analysis of Consumer Behavior	22
3.5 Marketing Model of Auto Lubricants	24
Chapter 4 Introduction of Caltex	26
4.1 History of Caltex	26
4.2 Updated Status of Caltex's Auto Lube Business.....	28

4.3 Marketing Strategy of Caltex.....	31
Chapter 5 Analysis of Marketing Strategy of Caltex.....	34
5.1 Marketing Segmentation	34
5.2 Marketing Targeting.....	36
5.3 Market Positioning.....	39
5.4 Marketing Plan.....	40
Chapter 6 Advice and Conclusion.....	46
6.1 Advice and Conclusion.....	46
6.2 Insufficiencies	47
Reference.....	48
Postscript.....	49

厦门大学博士论文摘要库

第一章 绪 论

第一节 研究背景

润滑油 用 润滑
润滑油 大
目 润滑油 战
用润滑油
加德士
位 大
油 销 大
加德士 目 润滑油 油 油
营销 润滑油 主 油 市场
定 营 目 加德士 车用润滑油营销
年
目 润滑油 润滑油
润滑油 30 润滑油 合 大大
合 大 市场营销
润 1996 年 ,加德士 市场销 润滑
油, 合 分
销 目
年 加德士 车用润滑油

营销战略 市场细分

分 市场定位 加德士 市场

润滑油 目

用 MBA 学 , 合 市场营销

营销 略

第二节 相关理论简介

战略营销 指 市场细分 目标市场

市场定位

市场 合

合 市场分 市场 市场细分

分 细分市场 分 细

分市场 细分市场

分 市场细分 营销 用 目标

市场营销 略 营销学 细分市场

主 分 定 目标市

场营销 略 用 营销 略 市场定位 目

定 营销组合 市场 细分

细分市场 细分市场

目标市场营销 市场

第三节 研究对象和研究方法

加德士 车用润滑油
润滑油 加德士 市场分析 车用润滑油营
销 分析 分析 车用润滑油市场细分 目标市场
市场定位 车用润滑油 营销 略
加德士
润滑油 位 合 市场
细分 车用润滑油市场 细分 用目标市场
定 目标细分市场 用市场定位 加德士
润滑油 市场定位 用 士 分析 加德士 车
用润滑油 分析 定 略 定
市场营销 略

第四节 论文结构

分 大 主 战略营销 战
略营销 市场细分 目标市场 市场定位 士
主 润滑油 目 车用润滑油
分析 车用润滑油 销
加德士 车用润滑油 主
营销 略 评 战略营销 加德

士 车用润滑油 市场细分 目标市场 市场 定位
营销 略

厦门大学博硕士论文摘要库

用

营销

用

第三节 目标市场理论

细分市场

主

分定

目标市场

市场细分

目标市场

用营销略

略

: 营销略

营销略

营销略

一、目标市场的策略

营销略

合

大

人略

用

市场营销组合

分销销

营销略

大

销

大

用

营销略

市场细分

市场

市场

定营销略

营销略

大销

市场

销

加

销

用目

大

用

略

营销略

市场

细分市场

目标

市场

销

市场

营销略用

营销略

销

大营

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 for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库