

学校编码: 10384
学号: 200115077

分类号: _____ 密级 _____
UDC _____

厦 门 大 学
硕 士 学 位 论 文

SM 公司甲醇营销渠道策略
Methanol Market Channels Strategy of SM Company

吴明坤

指导教师姓名: 孟林明副教授
专业名称: 工商管理 (MBA)
论文提交日期: 2005 年 5 月
论文答辩日期: 2005 年 6 月
学位授予日期: 2005 年 月

答辩委员会主席 _____
评 阅 人 _____

2005 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，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的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文而产生的权利和责任。

声明人（签名）：吴明坤

年 月 日

论文摘要

SM 公司是一家以煤炭为原料的新兴煤化工企业，该公司主要从事四大基础化学原料之一的甲醇的生产，面对甲醇市场竞争日趋激烈的局面，SM 公司未雨绸缪，在企业尚处于建设期时就在其目标市场构建有效的甲醇营销渠道和网络展开甲醇的销售工作，为工厂正式投产后的产品分流做好充分的准备。本文谨结合营销渠道的相关理论，对 SM 公司甲醇营销渠道的构建进行分析和评价。

本文论文分为四章：

第一章对 SM 公司作了简要的描述，在介绍了甲醇特性和用途的基础上，对甲醇产品目前和未来的国际国内市场情况作了简要的介绍和分析，从而理解有效的甲醇营销渠道对 SM 公司的重要性；

第二章在介绍了营销渠道一般构成的基础上分析了 SM 公司甲醇营销渠道的结构类型以及有效营销渠道对 SM 公司的意义和作用；

第三章分析影响 SM 公司进行甲醇营销渠道选择的因素和 SM 公司的选择以及 SM 公司如何有效地管理和控制甲醇营销渠道；

第四章则评价了 SM 公司构建的是伙伴型的营销渠道，这促进了 SM 公司的发展。

本文的甲醇营销渠道，SM 公司已构建并运行了近一年时间，为 SM 公司创造了良好的效益。

关键词： 甲醇； 营销渠道

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

SM Company is a new chemical corporation using coal as its major raw materials. This company is mainly involved in the production of methanol – one of the four basics chemical raw materials. Facing the fierce competition of today's methanol market, SM company has made good preparation, establishing effective marketing channels and networks so that to start the sales, even in its primitive construction period, which as a consequence has built a solid foundation for its product sales after its official launch. Using relevant marketing theories, this thesis analyzes and comments on SM Company's establishment on marketing channels.

This thesis has 4 chapters.

Chapter 1 makes a brief introduction of SM company, methanol's characteristics and usage, and further introduce its domestic market and international market of today and future, therefore to understand the importance of marketing channels to SM company.

Chapter 2 introduces the structural categories of marketing channels and the meaning and function of effective marketing channels to SM Company.

Chapter 3 analyzes the factors that affect the selection of marketing channels and the management and control of marketing channels.

Chapter 4 analyzes the partnership marketing channels and its help to the development of SM Company.

The marketing channels that described in this thesis have been established and put into operation for almost one year and have started to bring beneficial effects to SM Company.

Key words: Methanol Marketing Channels

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

引 言	1
第一章 SM 公司及甲醇简介	2
第一节 SM 公司简介	2
第二节 甲醇及甲醇市场简析	3
一、甲醇及用途	3
二、国外市场简析	4
三、国内市场简析	6
第二章 SM 公司营销渠道的作用和结构	11
第一节 营销渠道的作用	11
一、营销渠道的作用	11
二、营销渠道是 SM 公司核心竞争力的重要组成部分	12
第二节 SM 公司营销渠道的结构	13
一、营销渠道及特点	13
二、营销渠道的结构	14
三、SM 公司甲醇营销渠道的构成	16
第三章 SM 公司营销渠道的选择与管理	18
第一节 影响 SM 公司营销渠道选择的因素	18
一、市场因素	18
二、产品因素	19
三、企业自身状况	20
四、中间商情况	21
五、环境特性	22
第二节 SM 公司营销渠道的选择	23

一、直接营销渠道或间接营销渠道.....	24
二、营销渠道长度决策.....	25
三、营销渠道宽度决策.....	26
第三节 SM 公司营销渠道管理控制	27
一、代理商的选择.....	27
二、对代理商的激励.....	27
三、对代理商的管理和检查.....	28
四、调整营销渠道.....	28
第四章 构建伙伴型营销渠道	31
第一节 营销渠道的发展	31
一、传统营销渠道的弊端.....	31
二、垂直市场营销系统与水平市场营销系统.....	32
第二节 构建伙伴型营销渠道	34
一、伙伴型营销渠道.....	34
二、SM 公司伙伴营销的价值.....	35
三、建设伙伴型营销渠道.....	37
主要参考文献	39
后 记	41

Contents

Preface	1
Chapter 1 Introduction of SM Company and Methanol	2
Part 1. Introduction of SM Company	2
Part 2. Analysis of Methanol and its Market	3
A: Methanol and its use.....	3
B: Overseas Market.....	4
C: Domestic Market	6
Chapter 2 Function and Structure of Marketing Channels for SM Company	11
Part 1. Function of Marketing Channels	11
A: Function of Marketing Channels.....	11
B: Key Element of SM's Core Competence.....	12
Part 2. Structure of SM's Marketing Channels	13
A: Marketing Channels and their characteristics	13
B: Structure of Marketing Channel	14
C: Constitution of Marketing Channel in SM Company.....	16
Chapter 3 Selection and Management of Marketing Channels	18
Part 1. Factors for of Marketing Channels Selection	18
A: Market	18
B: Product.....	19
C: Company.....	20
D: Agents	21
E: Environment.....	22
Part2. Selection of Marketing Channels	23
A: Direct Marketing Channels and Indirect Marketing Channels.....	24
B: Decision on the Length of Marketing Channels.....	25
C: Decision on the Width of Marketing Channels	26

Part 3. Management on Marketing Channels	27
A: Selection of Agents.....	27
B: Stimulation.....	27
C: Management and Examination	28
D: Adjustment	28
Chapter 4 Partnership Marketing	31
Part 1. Development of Marketing Channels	31
A: Disadvantages of Traditional Marketing Channels	31
B: Vertical Marketing System and Horizontal Marketing System	32
Part 2. Establishment of Partnership Marketing Channels	34
A: Partnership Marketing Channels	34
B: Value of Partnership Marketing	35
C: Establish Partnership Marketing Channels.....	37
References	39
Postscript	41

廈門大學博碩士論文摘要

引 言

在市场竞争日益激烈，生产技术飞速发展的今天，生产企业在产品和技术上的差异也越来越小，为了在如此激烈的竞争中推动企业持续健康发展，不少企业越来越重视培养和发展本企业的持续竞争优势，在这过程中，营销渠道正成为一个重要的竞争焦点。营销渠道策略是企业市场营销组合战略的重要组成部分，它影响和制约着整个营销组合战略中的其他基本策略，有效的营销渠道将使企业在竞争中占据有利的地位，获取更好的效益。

SM 公司是一家以煤炭为原料生产甲醇的企业。甲醇是世界四大基础化工原料之一，在化工生产等领域有着广泛的应用，同时还是新一代能源的重要原料，有着广阔的市场前景。尽管我国目前仍需从国外进口一定数量的甲醇来满足国内需求，但是目前全球甲醇生产能力是过剩的，我国国内新生产能力也在迅速增长，市场竞争日趋激烈。SM 公司尽管依托陕北优质而大量的煤炭资源，在原料成本上拥有先天的优势，但是，作为甲醇市场上的一员新兵，SM 公司清醒地认识到建立和维护有效的营销渠道对企业效益的实现以及未来发展所具有的重大意义，因此 SM 公司在企业实际生产能力尚未形成的建设阶段，就积极地进行甲醇营销渠道的规划和建设，经过努力，SM 公司已逐步建立起运转高效的甲醇营销渠道，并且这一营销渠道正在进一步的完善和发展。

在构建甲醇营销渠道的过程中，SM 公司和其代理商构建的是一种伙伴型的营销渠道，它将使 SM 公司在未来更为激烈的竞争中占据有利的位置，带动企业持续稳定发展，以实现企业的远景规划。

第一章 SM 公司及甲醇简介

第一节 SM 公司简介

SM 公司全称为陕西 SM 化工股份有限公司,是由陕西省投资集团(有限公司、陕西秦龙电力股份有限公司、西部信托投资有限公司、神木县国有资产运营公司、陕西中联控股投资有限公司、西安海星科技投资控股(集团)有限公司、陕西华阜科工贸有限公司等 7 家单位共同出资组建的大型现代化国有控股煤化工企业,公司注册资本人民币 2.5 亿元,拟建设经营年产 60 万吨甲醇的煤转甲醇项目,公司远期规划生产能力为年产甲醇 120 万吨。SM 公司位于陕西省榆林市的神府经济开发区,工厂占地逾千亩,距榆林市区约 70 公里,交通较为便捷,在公路交通方面,210 国道横穿工厂所在的神府经济开发区,而铁路交通方面,工厂建有铁路专用线与神木至延安的铁路相连,通过神延铁路可北通包头,南接陇海。此外这里还有由神木通往河北省黄骅港的神骅铁路。

为了充分开发利用陕北地区丰富的煤炭和油气资源,带动陕北老区的经济发展,陕西省决定在陕北地区建设能源重化工基地以实现煤向电力转化、煤电向载能工业产品转化、煤油气盐向化工产品转化等三个转化。SM 公司年产 60 万吨煤转甲醇项目是陕西省 2003 年确定的重点建设项目,是建设陕北能源重化工基地,带动老区经济发展的龙头项目。

SM 公司 60 万吨甲醇项目计划分三期完成,该项目一期工程设计生产能力为年产 20 万吨甲醇,投资额为 10 多亿元人民币,计划于 2005 年年中正式投产,二期工程建设则计划于 2006 年底前完成,使企业的甲醇年生产能力达到 40 万吨,2008 年企业建成 60 万吨的甲醇年生产能力。在工程的建设中,SM 公司始终坚持高起点、高标准、严要求,在设计施工中广泛采用如分子筛净化及液氧泵内压缩流程空分工艺、德士古水煤浆加压气化技

术、NHD 净化工艺专利技术、绝热——管壳复合式专利反应器甲醇合成、四塔甲醇精馏技术等当今国际成熟先进的生产技术和工艺，使企业具有能耗少、成本低、工艺先进、产品优化、核心竞争力突出等优势。

地处陕西内蒙交界的神府特大煤田是目前我国已勘探开发的储量最为丰富，煤炭资源最为优质的煤田。SM 公司正是依托神木地区储量丰富的优质煤炭资源，通过水煤浆气化技术合成重要的基础化工原料——甲醇。煤在向甲醇转化的过程中，需要经过脱硫过程并生产出价值较低的硫磺等副产品，目前我国多数地区所储藏和开采的都是含硫量比较高的煤，因此目前国内多数以煤为原料生产甲醇的企业均在煤脱硫上投入了大量的资金，增大了生产成本。而神木地区的煤炭资源不仅是我国少有的，也是世界上少见的优质低硫煤，SM 公司以这种优质的低硫煤为原料来生产甲醇，则大大节约了 SM 公司在煤脱硫处理上的投入，使 SM 公司相对于竞争对手们有了更优的生产成本。60 万吨甲醇生产项目全部建成投产以后，SM 公司甲醇及硫磺等副产品的年销售收入可望达到人民币 12 亿元以上，将为 SM 公司和陕西省带来可观的经济效益和社会效益，SM 公司将成为我国最大的甲醇生产企业之一，并使陕西省成为我国重要的煤化工甲醇生产基地之一。

SM 公司尽管在技术和生产成本等方面拥有较优的竞争优势，但是作为新进入甲醇行业的企业，SM 公司又面临着营销渠道和市场匮乏等的不足，因此为了将自身的优势充分转化为企业良好的经济效益，SM 公司必然要尽快建立有效的甲醇营销渠道，占有一定的市场份额。

第二节 甲醇及甲醇市场简析

一、甲醇及用途

甲醇，俗称木酒精，是一种无色、透明、高度挥发、易燃的液体，它遇到热源或着遇到氧化剂时容易着火，如果遇到明火时还有可能会发生爆炸。

甲醇是一种重要的基础有机化工产品，在世界基础有机化工原料中，甲醇的消费量仅次于乙烯、丙烯和苯，是一种很重要的大宗化工产品。甲醇在化工、医药、轻纺、国防等许多工业部门有着广泛用途。在化工生产中，甲醇主要用于生产甲醛、醋酸、氯甲烷、甲胺、甲基叔丁基醚（MTBE）、硫酸二甲酯、对苯二甲酸（DMT）、丙烯酸甲酯、二甲基甲酰胺、甲基丙烯酸甲酯（MMA）等一系列有机化工产品。

甲醇不仅仅是一种很好的有机溶剂，作为一种易燃的液体，甲醇还具有良好的燃烧性能，是新一代能源的重要原料，可以应用于运输、工业、厨房和发电燃料中。比如：以合成气合成低工碳混合醇可直接加入汽油作燃料使用，可解决汽油加铅所造成的污染问题；由合成气还可以制造液体燃料；以甲醇为原料还可生产高辛烷值汽油等。作为液体燃料，甲醇——汽油混合燃料在国外早已研究、开发并正在推广应用，我国许多单位也已开发出含甲醇 15~20% 的甲醇——汽油混合燃料并通过了鉴定，今后将会得到进一步的推广和应用。甲醇还非常适宜于作燃料电池动力氢的供应者，国际上以甲醇为原料的燃料电池也已经研制出来并正在进一步地发展完善之中。此外，利用甲醇制造微生物蛋白（SCP）来作为饲料乃至食品添加剂也有着巨大的市场潜力。

二、国外市场简析

世界甲醇工业是与天然气的开发同步发展的，最早的甲醇生产能力是在工业化国家建立的。但是近 20 年来，世界甲醇生产能力的地区分布及生产状况已经发生了巨大的变化。新建甲醇生产装置大多建在天然气资源丰富的地区，但是这些地区的需求往往较为有限，而原先拥有大量甲醇生产装置的美国、日本、西欧等发达国家和地区，则由于经济方面的原因，原有的甲醇生产装置不少已逐步减产或关闭，因此大量的新建甲醇生产能力所生产的甲醇被出口到了美国、日本和西欧等国家和地区，如日本曾经是世界主要的甲醇生产国，但现在日本国内已不再生产甲醇。预计这种趋势

今后将会进一步发展。

在供给方面，今后一段时期里，世界甲醇的生产能力仍将有较大的增长，特别是在中东、拉丁美洲等天然气资源丰富的国家或地区。这些国家或地区将利用当地廉价的油气资源，建设一系列超大型的甲醇生产装置。因此 2005 年世界甲醇年总生产能力将会达到 4039 万吨左右，其中南美、中美洲、中东和东亚将是生产能力增长较快的地区，而北美地区甲醇生产量则从原来占世界总产量的 50%，降到现在的不足 28%，其中美国由于受到限制使用甲基叔丁基醚（MTBE）的影响，甲醇生产能力大幅下降，西欧和东欧将维持现有水平。^①

在需求方面，美国目前是世界上甲醇最大的消费国，年甲醇需求量在 1110 万吨以上，但其国内甲醇生产装置的开工率一直不高，近年来美国甲醇年进口量均保持在 200 万吨左右。甲醇在西欧则一直处于供不应求的状况，多年来西欧地区甲醇的自给率保持在 50% 左右，每年进口量在 250 万吨左右，近年来西欧甲醇市场需求量增长不大，主要是本地区市场容量有限，后续产品发展速度较为缓慢，未来一定时期内西欧生产甲醇总的消费结构不会有较大变化。日本甲醇年消费量有 200 万吨左右，基本上依赖进口。目前日本正采取在海外，如中东等原料产地合资建厂等方式来解决甲醇来源问题。近年来日本甲醇消费基本稳定，预计今后仍将持续保持缓慢的增长。亚太和南美地区甲醇需求的增长将远远高于上述发达国家和地区，特别是随着发展中国家环境保护意识的加强，甲基叔丁基醚（MTBE）的需求量将快速增长，羰基合成醋酸等先进生产工艺的推广，也将大力推进发展中国家甲醇的消费。^②

尽管世界甲醇需求量近十年来的年均增长率为 3.6% 左右^③，但目前全球甲醇的生产能力是过剩的（见表 1-1），甲醇市场的竞争将十分激烈。在未

^① 根据 SM 公司内部资料归整。

^② 根据 SM 公司内部资料归整。

^③ 同上。

表 1-1: 世界甲醇供需平衡表

单位: 万吨

	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
总能力	3947.6	3778.1	3841.1	3841.1	3933.4	4017.8
开工率 (%)	80.1	76.5	77.7	79.8	80.7	81.9
总供应	2800.1	2889.2	2983.5	3064.5	3174.8	3292.4
总需求	2800.1	2889.2	2982.6	3064.5	3173.6	3291.7

资料来源: 根据 SM 公司内部资料整理

来的几年里, 甲醇供应大于需求的局面将不会有太大的改变。但在这种情况下, 新建甲醇生产装置还将继续建设并陆续投入生产。随着世界甲醇市场日渐趋于一体化, 大型、超大型生产企业对世界甲醇市场的影响力将越来越大, 加拿大 Methanex 公司是目前全球最大的甲醇生产企业, 在南北美洲、亚洲和大洋洲等地拥有数个大型生产装置, 在全球市场上有着举足轻重的影响。

但是根据专家对未来汽车代用能源的预测, 以及目前实际的研究开发方向来看, 甲醇和液态氢将会在代用能源领域起到非常重要的作用。此外, 甲醇下游产品市场, 比如甲醛和醋酸市场的开发和发展, 也会进一步促进甲醇工业的发展。因此, 甲醇工业的发展前景还是比较乐观的。

三、国内市场简析

我国的甲醇工业是始于 1957 年。与国外多使用天然气为原料生产甲醇不同, 我国主要是以煤炭为原料来生产甲醇的, 二十世纪五十年代, 我国先后在吉林、甘肃兰州和山西太原等地建成了以煤或焦炭为原料生产甲醇的装置。

(一) 需求情况

二十世纪八十年代以来, 我国经济持续高速发展, 带动了国内甲醇市场以及下游产品应用的增大, 国内以甲醇为原料的各种产品的不断开发,

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.

厦门大学博硕士论文摘要库