

学校编码: 10384 分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

学号: X2008156121 \_\_\_\_\_ UDC \_\_\_\_\_

样式定义: 标题 1: 居中, 段落间距段前: 24 磅, 行距: 1.5 倍行距

样式定义: 标题 3: 字体: 黑体, 缩进: 首行缩进: 2 字符, 段落间距段前: 12 磅, 段后: 6 磅, 行距: 1.5 倍行距

样式定义: 目录 1: 字体: (中文) 黑体, 四号, 加粗, 行距: 1.5 倍行距

样式定义: 目录 2: 字体: (中文) 黑体, 小四, 加粗, 缩进: 左侧: 2 字符, 行距: 1.5 倍行距

样式定义: 目录 3: 缩进: 左侧: 4 字符, 行距: 1.5 倍行距

厦门大学

硕士学位论文

A 翡翠企业的营销策略研究

沈理达

指导教师姓名: 林志扬 教授

专业名称: 工商管理 (EMBA)

论文提交日期: 2015 年 6 月

论文答辩日期: 2015 年 月

学位授予日期: 2015 年 月

学校编码: 10384

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

学号: X2008156121

UDC \_\_\_\_\_

厦门大学

硕士学位论文

A 翡翠企业的营销策略研究

Marketing Strategy Research for A Jade Company

沈理达

指导教师姓名：林志扬教授

专业名称：工商管理（EMBA）

论文提交日期：2016年2月

论文答辩日期：2016年 月

学位授予日期：2016年 月

答辩委员会主席：\_\_\_\_\_

评阅人：\_\_\_\_\_

2016年2月

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，可以不作特别说明。)

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

带格式的: 字体: 小三

答辩委员会主席:—  
评阅人:—

带格式的: 缩进: 首行缩进: 15  
字符

带格式的: 缩进: 首行缩进: 15  
字符

2015年11月

### 厦门大学学位论文原创性声明

带格式的: 缩进: 首行缩进: 2字  
符

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。)

带格式的: 字体: 小三

声明人(签名):—

带格式的: 缩进: 首行缩进:  
15.42 字符

—年—月—日

带格式的：缩进：首行缩进： 6.4 字符

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

带格式的：缩进：首行缩进： 2 字符

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

带格式的：缩进：首行缩进： 22.5 字符

目

## 摘要

本文首先从 A 企业发展现状着手，分别就 A 企业当前的发展情况、存在问题和问题根源进行分析，找出阻碍 A 企业发展的主要因素。其次从宏观层面对珠宝和翡翠行业的竞争格局进行全面深入解读。从微观层面对 A 企业所处的竞争环境、企业所具有的竞争力分析。最后在基于 A 企业所拥有的资源能力和竞争优势的基础上，对翡翠市场进行细分分析，确定 A 企业的目标人群与市场定位。

带格式的：缩进：首行缩进： 2 字符

在对 A 企业目标人群和市场定位的基础上，论文研究分析了 A 企业的市场营销组合，从产品、价格、渠道、促销四个方面确定了 A 企业的市场营销组合策略。论文提出要加强促销组合策略的制定与运用，以口碑营销、故事营销、关系营销和文化营销做为营销突破口，增强客户粘性；论文提出要强化产品策略的制定与运用，以体验营销、创新营销作为重点，提升企业产品对消费者的吸引力；论文提出要以新媒体营销为着力点，融合新技术和互联网金融的概念，把线上与线下进行有机结合，创造性进行渠道营销策略的制定。

关于营销组合策略的实施，论文提出 A 企业要实现营销观念的转变，营销模式的转变，营销组织结构的调整，人力资源的管理，以及技术开发能力的提高，通过以上这五个方面来保证企业营销组合策略的有效实施。

**关键词：**翡翠企业 营销 研究

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## Abstract

The discourse firstly starts with the current situation of A Enterprise, and then has analysis on A Enterprise's developing situation, existing problems and their root causes, in order to find out the main obstacles which hinder the development of A Enterprise. Secondly, in the discourse we make in-depth interpretation on the competitive structure of jewelry and jade industry from the macro-level perspective and also make analysis on the competitive environment and competitiveness of A Enterprise from the micro-level perspective, and finally, based on A Enterprise resource capacity and competitive advantages, with detailed analysis on the market, we have confirmed the enterprise positioning and target market selection of A.

On basis of the enterprise positioning and target market selection, in the discourse, we've studied and confirmed the marketing and sales mix/combination strategy from the aspects of products, price, promotion, and place (channels). The discourse came up with strengthening the establishment and use of the promotion combination strategy, to take the word-of-mouth marketing, story marketing, relationship marketing and culture marketing as breakthrough points, and increase theagglutinative of clients; The discourse also put forward strengthening the establishment and use of product strategy, laying emphasis on experiencing marketing and innovative marketing, to improve the attractiveness from the consumers; we should focus on the new-media marketing and match with the concept of new-technology and Internet banking, forming the on-line and off-line organic combination, to establish and confirm the channel marketing strategy with creativity.

In regard to the implementation of sales and marketing combination strategy, in the discourse, A Enterprise should change the marketing concept, change the marketing mode, adjust the marketing structure, and improve the HR management and technology development capability. The above five points can be a guarantee for the implementation of enterprise's sales & marketing combination strategy.

**Key words:** Jade Enterprise Marketing Research

带格式的: 字体: Times New Roman

带格式的: 左侧: 3.17 厘米, 右侧: 3.17 厘米, 顶端: 3 厘米, 节的起始位置: 奇数页, 页眉到边缘距离: 2 厘米, 指定行和字符网格

带格式的: 缩进: 首行缩进: 1.77 字符, 行距: 多倍行距 1.45 字行

带格式的: 行距: 多倍行距 1.45 字行

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 目录

<b>第一章 导论</b> .....	<b>1</b>
<b>第一节 问题的提出</b> .....	<b>1</b>
<b>第二节 论文框架安排</b> .....	<b>2</b>
<b>第二章 A 翡翠企业的发展现状分析</b> .....	<b>5</b>
<b>第一节 A 翡翠企业的发展历程</b> .....	<b>5</b>
<b>第二节 A 企业发展中存在的主要问题</b> .....	<b>6</b>
<b>第三节 A 企业存在问题根源分析</b> .....	<b>6</b>
<b>第三章 A 翡翠企业市场定位与目标人群的选择</b> .....	<b>8</b>
<b>第一节 中国珠宝、翡翠市场的分析</b> .....	<b>8</b>
一、国内珠宝行业特点分析.....	8
二、翡翠行业的现状.....	9
三、中国翡翠行业存在的问题及未来发展趋势研判.....	10
<b>第二节 A 企业的市场分析</b> .....	<b>12</b>
一、翡翠市场特点分析.....	12
二、A 企业的 SWOT 分析.....	13
三、A 企业的市场细分.....	14
<b>第三节 A 企业目标市场的选择</b> .....	<b>15</b>
一、市场细分.....	15
二、目标市场的选择.....	16
三、市场定位.....	17
<b>第四章 A 翡翠企业营销组合策略的制定</b> .....	<b>19</b>
<b>第一节 产品策略的制定</b> .....	<b>19</b>
一、产品组合策略.....	19
二、新产品开发策略.....	20

带格式的：两端对齐，行距：单倍行距

带格式的：字体：Times New Roman，无下划线，字体颜色：自动设置

带格式的：缩进：左侧：0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧：0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧：0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧：1.48 厘米

带格式的：缩进：左侧：0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧：1.48 厘米

带格式的：缩进：左侧：0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧：1.48 厘米

带格式的：缩进：左侧：0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧：1.48 厘米

三、服务体验营销策略的制定 .....	21
<b>第二节 价格策略的制定 .....</b>	<b>22</b>
<b>第三节 渠道策略的制定 .....</b>	<b>23</b>
一、渠道确定原则 .....	23
二、渠道模式的创新 .....	23
三、新媒体营销的布局 .....	24
<b>第四节 促销策略的制定 .....</b>	<b>24</b>
一、口碑营销策略的制定 .....	25
二、故事营销策略的制定与运用 .....	26
三、关系营销策略的制定 .....	27
四、文化营销策略的制定 .....	28
<b>第五章 A 翡翠企业营销组合策略的实施 .....</b>	<b>29</b>
<b>第一节 营销观念的转变 .....</b>	<b>29</b>
<b>第二节 营销模式的转变 .....</b>	<b>30</b>
一、客户体验至上的转变 .....	30
二、技术创新驱动的转变 .....	34
三、资源整合方式的转变 .....	35
<b>第三节 营销组织结构的调整 .....</b>	<b>36</b>
一、营销团队的建设 .....	36
二、营销方式的调整 .....	37
三、营销控制的调整 .....	38
<b>第四节 加强人力资源的管理 .....</b>	<b>39</b>
<b>第五节 技术开发能力的提高 .....</b>	<b>40</b>
<b>第六章 论文的结论与展望 .....</b>	<b>41</b>
<b>第一节 结论 .....</b>	<b>41</b>
<b>第二节 A 翡翠企业营销组合策略展望 .....</b>	<b>42</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>44</b>

带格式的：缩进：左侧： 0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧： 1.48 厘米

带格式的：缩进：左侧： 0.74 厘米

带格式的：缩进：左侧： 0.74 厘米

带格式的：两端对齐，行距：单倍行距

带格式的：字体：Times New Roman

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts 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.