

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: 17920131150937

UDC _____



廈門大學

硕士学位论文

JC 电镀材料公司渠道优化研究
Optimization of the Channel of JC Electroplating
Material Company

温泉

指导教师姓名: 赵 蓓 教 授

专业名称: 工商管理(MBA)

论文提交日期: 2016 年 7 月

论文答辩时间: 201 年 月

学位授予日期: 201 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2016年7月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

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

摘 要

电镀作为制造业的基础工艺之一，广泛应用于各种行业，是无法取代的服务性行业，电镀工业已逐渐融合并进入了多个产业的加工生产工序，有着很大的发展空间，JC 公司作为专业生产电镀材料—硫酸镍、氯化镍（简称为镍盐）的厂家面临着巨大的机会和挑战。作为中小企业的 JC 公司，能否在市场竞争中运用营销渠道的理论知识对公司的渠道进行优化非常重要，渠道优化是保证市场竞争优势的关键，也是保障 JC 公司在国内电镀企业产业转型升级中立足于不败之地的重中之重。

本文通过对 JC 公司电镀镍盐材料业务的销售、渠道现状和存在的问题进行了分析，充分论述了运用渠道策略、服务营销及市场细分与定位等基本理论对 JC 公司电镀镍盐业务进行营销渠道瓶颈突破研究的必要性。针对 JC 公司所处的电镀材料行业的化工、环保的特殊性和主要产品硫酸镍、氯化镍的部分金属特性，以及 JC 目前的渠道存在的单一集中、覆盖度不够、无新生力量、渠道冲突严重等等问题，分析产生的原因和解决思路，并在此基础上设计出 JC 公司电镀镍盐业务的渠道策略，包括目标市场、渠道优化管理策略、技术服务策略、价格竞争策略。本文还创新性的运用营销渠道管理理论和技术服务营销理论构建“优镀吧”这一新型渠道服务平台，很好解决了电镀镍盐材料生产企业渠道优化创新问题。

关键词：电镀材料；渠道优化；优镀吧

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

Plating as one of the basis of the manufacturing process, widely used in various industries, is unable to replace the service industry. Electroplating has gradually merged into the multiple industry production process, and has the very big development space. As a medium-sized enterprise, whether JC company in company's channel optimizing in market competition with the theories of marketing channel knowledge is very important, channel optimization is the key to guarantee market competitive advantage, guarantee the JC company in the domestic electroplating industry transformation and upgrading in an impregnable position in the list.

This article through analyzing JC company electroplating nickel salt materials business sales channels, the present situation and existing problems, fully discusses the use of channel strategy, service marketing and the basic theory of market segmentation and positioning of JC company electroplating nickel salt business marketing channel bottleneck breakthrough research necessity. For JC company's plating material industry of the particularity of the chemical industry, environmental protection and the main product of nickel sulfate, nickel chloride metal characteristics, and the channels of JC, the existing single concentrated coverage, no new forces, and channel conflict serious problem, analyzed the causes and solution, on the basis of these, designed JC company electroplating nickel salt channel strategy of the business, including target market, channel management, technical services, the price competition strategy. This paper used innovative marketing channel management theory and technology service marketing theory to build " optimum plating platform" this new service channel platform, and then solve the electroplating nickel salt material production enterprise channel optimization innovation problem.

Keywords: Electroplating materials; Channel optimization; The optimum plating platform

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景和意义	1
第二节 研究目的	1
第三节 研究方法	2
一、案例研究.....	2
二、文献分析.....	2
三、调查与分析.....	2
四、定量与定性分析相结合.....	2
第四节 研究内容框架	3
第二章 营销渠道的相关理论综述	4
第一节 营销渠道的内涵	4
一、营销渠道的相关概念.....	4
二、营销渠道与分销.....	6
三、营销渠道的功能、作用和意义.....	6
第二节 营销渠道的类型和特征	7
一、渠道的分类.....	7
二、传统渠道.....	7
三、新兴渠道.....	8
第三节 营销渠道的选择和设计	8
一、渠道和分销选定有效的渠道结构.....	8
二、渠道的评估、考核和调整更新.....	9
第四节 营销渠道的管理	11
一、渠道和市场开拓.....	11
二、渠道与价格管控.....	11
第五节 工业品 B2B 营销特点	12
第六节 共赢的渠道合作思路	14

第三章 JC 公司简介与电镀材料行业	15
第一节 镍盐产品及下游应用领域	15
一、电镀及其发展.....	15
二、镍盐及其上下游应用.....	16
第二节 JC 公司概况.....	19
一、JC 公司简介	19
第三节 JC 公司营销现状	21
一、营销模式.....	21
二、JC 公司渠道现状	21
三、JC 公司的品牌、价格管理与促销	24
四、经销商对 JC 公司满意度的问卷调查及结论	25
第四节 竞争对手分析	27
第四章 JC 公司渠道存在的问题分析	29
第一节 渠道的结构和层次	30
一、渠道的过度集中和单一性.....	30
二、区域市场的覆盖不够.....	31
第二节 渠道管理问题	35
一、渠道销售——掌控终端市场.....	35
二、渠道推广中的打击假货流通.....	36
三、渠道冲突中的窜货现象的管控.....	37
四、月度价格的管控.....	39
五、渠道绩效管理问题.....	40
第五章 JC 公司渠道的优化与发展	42
第一节 渠道优化发展的意义和目标	42
一、JC 公司渠道优化的意义	42
二、JC 渠道优化发展目标	42
第二节 JC 公司渠道优化发展的策略	43
一、现有渠道的管理.....	43
二、直销渠道建设.....	47

三、“优镀吧”平台建设.....	48
第三节 JC 公司渠道优化管理的具体措施和保障	49
一、经销商人员的培训.....	49
二、建立合适机制避免直销与渠道销售冲突.....	50
三、加强渠道系统的 JC 品牌建设	51
第六章 研究的结论与不足之处	53
附录 1 JC 公司客户满意度调查表	54
附录 2 JC 公司客户满意度调查统计表	56
参考文献	57
致 谢.....	58

Contents

Chapter One Introduction	1
Session 1 Background	1
Session 2 Purpose	1
Session 3 Method	2
Session 4 Structure	3
Chapter Two Theory Summary	4
Session 1 Marketing Channel Connotation	4
Session 2 Marketing Channel Types and Features	7
Session 3 Marketing Channel Choosing and Designing	8
Session 4 Marketing Channel Management	11
Session 5 B2B Marketing Features	12
Session 5 Marketing Channel New Idea	14
Chapter Three JC Company Profile and Electroplating Material Industry	15
Session 1 JC Company Profile	15
Session 2 The Current Situation of Marketing of JC Company	19
Session 3 Competitors Analysis	21
Session 4 Status of Industry	27
Chapter Four Analysis of the Problems Existing in JC Company Channels	29
Session 1 Channel structure and hierarchy	30
Session 2 Dealer management issues	35
Chapter Five the Optimization and Development of JC Company Channels	42
Session 1 The Necessity of Channel Optimization and Development	42
Session 2 JC Company Channel Optimization Development Strategy	43
Session 3 Measures and Guarantee	49
Chapter Six Research Conclusions and Deficiencies	53

Appendix	54
References	57
Acknowledgments	58

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景和意义

由于长期以来强大的市场需求，国内市场一直没有达到供过于求的状态，相对于营销组合其他三个要素——产品、价格和促销，营销渠道作为一种战略性手段，却一直处于次要的地位。企业都是在充分利用营销组合中的产品、促销、价格之后才顺带考虑渠道的问题。但随着生产供给的充分扩大，企业竞争越来越激烈，越来越多的企业感到了销售的艰难。营销渠道转而变为企业参与国内外竞争的关键性资源，是现代企业竞争的焦点，也是营销工作的重点所在。市场竞争的日趋激烈使得渠道管理思路和传统的渠道结构对渠道成员之间的关系和行为带来的负面影响变得越来越严重，渠道冲突日益升级。原有的渠道管理理念更多的侧重控制、管理，很多公司管理不善，或任务管理难度太大，转而“放任自由”、不管不问，仅仅停留在销售采购合作的层面。

本文所要讨论的 JC 公司正是处在这个阶段的一家电镀材料生产企业。一个完整的渠道管理系统必须从渠道成员选择、渠道设计、渠道管理、渠道运作、新型渠道建设等方面综合发力。生产厂家必须加强对渠道的管理、提升渠道绩效水平才能创造市场竞争优势。JC 公司在渠道管理方面亦面临类似的问题。本文根据 JC 的实际案例，分析 JC 公司在渠道管理方面存在的问题，结合渠道管理理论为 JC 公司提出优化渠道、解决渠道管理问题的相应措施，也为国内中小企业尤其是电镀材料行业其他企业解决类似渠道管理问题提供了一定的指导意义。

第二节 研究目的

制定符合 JC 公司镍盐产品的营销渠道优化策略，充分利用营销渠道优化方案，积极探索渠道创新，塑造 JC 公司镍盐产品的核心价值。本文将对我国电镀电镀材料工业企业的发展和渠道优化创新具有一定意义。

一、将现代营销理论与镍盐行业联系到一起，运用现代营销理论分析 JC 公司镍盐产品的营销状况，在渠道管理方面对 JC 公司的营销工作进行梳理并结合 JC 公司产品、行业特性进行综合考量。

二、对现有的 JC 公司镍盐产品营销模式特点和存在的问题进行综合分析,并在此基础上对 JC 公司镍盐产品的渠道优化给出了有效的方案,对 JC 公司的镍盐产品销售具有一定的积极意义。

第三节 研究方法

本文是针对具体行业、具体企业案例的研究,论文的研究方法为以下几类:

一、案例研究

本文在理论文献探讨的基础上结合 JC 公司渠道优化管理的具体案例进行具体分析。分析 JC 公司渠道管理方面存在的问题,为 JC 公司渠道优化与管理提出了相对应的解决方案和思路。

二、文献分析

论文收集和研读了国内外营销渠道优化方面的文章和著作,并利用网络进行资料查找搜索,阅读有关文献,对渠道管理有了较为全面的理解,这为本文写作积累了比较丰富的素材。

三、调查与分析

论文通过对 JC 公司的渠道管理现状进行分析研究和调查了解,对 JC 公司现有经销商进行满意度的调研,并对比竞争对手营销情况,得出 JC 公司在渠道管理方面存在的问题,并提出渠道优化管理的思路和策略,同时结合 JC 公司自身行业特点和企业状态,给出了渠道优化的保证措施。

四、定量与定性分析相结合

本论文在建立 JC 公司经销商评估以及调查客户满意度时,对指标体系部分设计方案时即运用了定性指标又使用了定量指标。在同一个模型中将定性指标和定量指标结合起来分析进而得出结论。本研究可能的创新为对 JC 公司渠道管理进行了分析研究,提出渠道管理系统中存在的问题,并给出了相对应的解决方案。在重视终端用户、品牌建设和渠道合作伙伴的管理的同时关注营销渠道的优化,加强渠道管理,并从新的视角来看待企业与营销渠道商的关系。通过建

设新型的“优镀吧”渠道平台与营销渠道渠道商建立长期、稳定、共赢的业务关系来开拓更广阔的市场。

第四节 研究内容框架

研究的内容及框架如图：

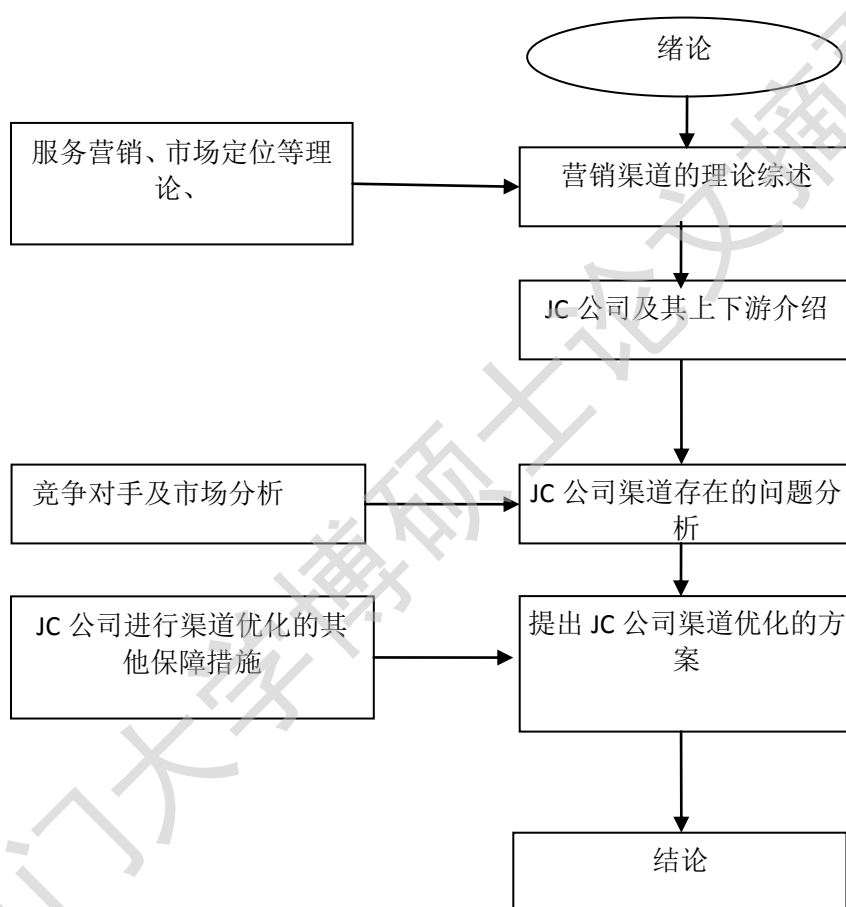


图 1-1 论文研究框架图

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 for delivery details.