

2019-2025 年中国有色金属行业 全国市场开拓策略制定与实施研究报告



让每个人都能成为
战略专家
管理专家
行业专家
.....

深圳市盛世华研企业管理有限公司

Shenzhen Shengshihuayan Business Management Co., Ltd.

报告目录

第一章 企业全国市场开拓策略概述	8
第一节 研究报告简介	8
第二节 研究原则与方法	9
一、研究原则	9
二、研究方法	9
第三节 研究企业全国市场开拓策略的重要性及意义	11
第二章 市场调研：2018-2019 年中国有色金属行业市场深度调研	12
第一节 我国有色金属行业监管体制与发展特征	12
一、行业监管体系和行业组织	12
二、行业监管的主要法律、法规	12
三、行业主要产业政策	14
(1) 行业规范条件	14
(2) 行业发展规划	15
四、行业技术水平及技术特点	16
五、行业的周期性	17
六、资本密集型行业	17
七、进入有色金属行业的主要障碍	17
(1) 资金壁垒	17
(2) 资源壁垒	18
(3) 技术壁垒	18
(4) 政策壁垒	18
第二节 我国有色金属行业上下游关系	18
一、铜行业上下游关系	18
二、锌行业上下游关系	21
三、铅行业上下游关系	24
四、黄金行业上下游关系	26
五、白银行业上下游关系	28
第三节 中国有色金属行业基本情况分析	30
一、铜行业基本情况	30

二、锌行业基本情况	33
三、铅行业基本情况	35
四、黄金行业基本情况	37
五、白银行业基本情况	40
第四节 2018-2019 年中国有色金属行业发展情况分析.....	42
一、2018 年有色金属行业运行基本情况	43
二、2019 年有色金属行业运行情况	43
三、2019 年有色金属冶炼和压延加工业产能利用率	44
四、面临的问题	45
五、2019 年重点工作	46
第五节 我国有色金属行业竞争格局分析	46
一、铜行业竞争格局分析	46

二、铅锌行业竞争格局分析	47
三、金银行业竞争格局分析	48
第六节 企业案例分析：白银有色	50
一、白银有色主营业务及其变化情况	50
二、白银有色的主要竞争优势	50
第七节 2019-2025 年我国有色金属行业发展前景及趋势预测	53
一、行业发展前景	54
(1) 行业政策支持	54
(2) 市场需求增长	54
(3) 有色金属冶炼技术进步	54
二、行业发展趋势	55
(一) 下游消费需求进一步增长	55
(二) 原材料供应呈周期性变化	57
(三) 西部资源优势 and 战略地位进一步显现	57
(四) 环保标准日趋严格	57
(五) 行业整合加快，市场集中度提高	57
(六) 冶炼成本上升，推动技术升级和资源循环利用	58
三、行业利润水平的变动趋势及变动原因	58
四、影响行业发展的不利因素	59
(1) 铜资源自给率低，严重依赖进口	59
(2) 行业存在一定的产能过剩	59
(3) 国际市场的冲击	59
(4) 黄金价格波动较大	59
第三章 企业全国市场开拓策略的基本类型与选择	60
第一节 战略区域市场的选择	60
第二节 进入全国市场的时机	61
第三节 从战略区域市场走向全国市场的准备	62
一、有关市场调研的问题	62
二、要了解全国市场的广告设计与区域市场的不同	62
三、周全的媒体计划	62
四、经费预算	62

五、广告监控	63
六、应急预案	63
第四章 企业全国市场开拓策略规划制定原则及依据	64
第一节 企业全国市场开拓策略规划的制定原则	64
一、科学性	64
二、实践性	64
三、前瞻性	64
四、创新性	64
五、全面性	65
六、动态性	65
第二节 企业全国市场开拓策略规划的制定依据	65
一、国家产业政策	65
二、行业发展规律	65

三、企业资源与能力	66
四、可预期的战略目标	66
第三节 影响全国市场开拓策略的主要因素	66
一、影响全国市场开拓策略的主要因素	66
二、诱发企业全国市场开拓策略失败的因素	67
三、企业全国市场开拓策略规划需规避的误区	68
第五章 企业制定全国市场开拓策略的内容、方法步骤、流程	70
第一节 公司制定全国市场开拓策略规划要点与准备工作	70
一、公司制定全国市场开拓策略规划要点	70
二、规划企业全国市场开拓策略前的准备工作	70
第二节 公司制定全国市场开拓策略规划的主要内容	71
一、公司制定全国市场开拓策略规划的主要内容	71
二、正确制定企业全国市场开拓策略的步骤	72
三、企业全国市场开拓策略规划包含的不同内容	73
第三节 构建全国市场开拓策略研究体系	73
一、研究体系构建与实施的内涵	74
二、整合内外部资源做好顶层设计	74
三、构建闭环的战略研究体系	75
四、及时跟踪分析研判内外部形势	75
（一）外部分析就是寻找机会与威胁	75
（二）内部分析就是发现优势与劣势	76
第四节 科学制定全国市场开拓策略规划	76
一、掌握科学的决策方法和程序	76
二、遵循科学原则，建立竞争优势	77
三、提高决策者素质	77
四、全面了解企业环境	78
五、科学制定全国市场开拓策略	78
六、降低风险	78
第五节 制定全国市场开拓策略需注意事项	79
一、企业全国市场开拓策略制定需注意的要点	79
二、制定全国市场开拓策略目标注意事项	79

三、制定全国市场开拓策略规划的注意点	80
四、制定全国市场开拓策略规划容易犯的错误	81
五、不同阶段企业全国市场开拓策略的规划	82
六、制定企业全国市场开拓策略要考虑的不同方面	82
第六章 2019-2025 年中国有色金属企业全国市场开拓策略探讨与建议.....	84
第一节 区域强势品牌市场突围的症结	84
一、企业战略迷失	84
二、长期的品牌内涵积淀的困顿	84
三、外部竞争对手的腹背打击	84
四、区域强势品牌向外拓展受阻的困惑	84
第二节 从“区域”到“全国”的五重关	85
一、战略关	85
二、产品关	85

三、市场关	86
四、团队关	87
五、资源关	87
第三节 借产品升级突围全国市场	88
一、研究全国竞争大环境	88
二、确立定位战略	90
三、“一个核心”	90
四、“二大战略原则”	91
五、“三种战略路径”	91
第四节 区域强势企业的突围路径	92
一、递进式推进，复制更多的地头蛇	92
二、空中突围，黑马崛起	93
三、新品突围	94
四、新型通路潜行	95
第七章 2019-2025 年中国有色金属企业全方位推进“全国市场开拓策略”及实施路径探讨	96
第一节 构建全国市场开拓策略推进体系：稳准推进公司全国市场开拓策略实施	96
一、结合实际、精心制定工作实施方案	96
二、加强组织领导、建立动态督导督办机制	96
三、营造全员全链条参与环境	96
第二节 产业结构层面	97
一、认识规律特征指导产业发展	97
二、夯实产业基础促进产业健康	97
三、优化产业结构，加强技术创新	97
四、完善企业供应价值链	98
五、积极促进有色金属企业的集约化建设	98
六、走新型工业化道路，打造产业绿色竞争力	98
七、提升产业战略竞争力	98
第三节 市场运营层面	98
一、必须把做强做优放在更加突出的地位	99
二、大力实施精品名牌战略，推进市场竞争	99
三、以客户为导向，满足客户需求	99

四、创新经营模式	100
五、价值创新开拓战略蓝海	100
六、紧跟市场发展	101
七、实施“走出去”战略	101
八、坚持“五化”发展举措	101
第四节 技术创新层面	102
一、实施技术创新战略	102
二、大力增强科技创新能力	102
三、明确技术创新工作目标	103
四、构建高效的技术创新管理体系	103
第五节 产品开发与竞争层面	104
一、积极进行产品开发	104
二、产品式样竞争策略	104

三、产品大类竞争策略	105
四、产品使用价值竞争策略	105
第六节 营销推广层面	106
一、坚持营销的正确定位策略	106
二、注重实施营销中的品牌策略	107
三、选择实施多元化营销手段的策略	108
四、基于消费观念和文化导向的营销	109
第七节 客户服务层面	109
一、服务将成为核心	109
二、以顾客满意为核心	110
三、提高企业服务水平	110
四、与用户建立战略合作关系	110
五、“服务竞争”最有效的竞争策略	110
第八节 企业管理层面	111
一、建立完善的企业管理体系	111
二、深化现代企业制度改革，打造全新形象	111
三、积极探索信息化网络化时代的管理模式	112
四、大力提高企业集团管控的能力	112
五、提高人员素质，提高管理水平	113
六、加强资金管理，提高企业融资能力	113
七、开放式创新与组织学习	113
八、强化安全法制化建设	114
九、大力提升国际化经营管理水平	114
第九节 企业文化建设层面	115
一、企业文化的层次	115
二、树立企业价值观	115
三、倡导创新文化，提高企业竞争能力	115
四、培育品牌文化，提高服装企业的品牌竞争力	116
五、建设企业文化促进企业实现可持续发展	116
第十节 人力资源管理方面	117
一、确立人才队伍建设目标	117

二、大力实施人才战略，推进机制创新	118
二、强化从业人员素质，加强产业人才竞争力	118
三、企业可持续发展的人力资源管理	118
第十一节 供应链管理层面	119
第十二节 小结	119
第八章 构建有色金属企业实施全国市场开拓策略“管理、保障、调整”等动态机制的措施	121
第一节 构建全国市场开拓策略管理体系：增强公司战略管理能力	121
一、有效的战略管理组织	121
二、充分透明的战略制定与分解过程及动态的调整	121
三、战略落地要构建有效的执行保障体系	122
第二节 构建全国市场开拓策略保障体系：增强实施保障能力	122
一、注重战略风险防控	122
二、加大业绩考核力度	123

三、优化战略研究组织架构	123
四、构建开放式研究网络	123
五、加快信息、成果共享与成果转化	123
六、加强战略研究队伍建设	123
第三节 构建全国市场开拓策略动态调整机制：完善全国市场开拓策略的主要措施	124
一、完善全国市场开拓策略	124
二、完善企业全国市场开拓策略的有效措施	124
三、企业全国市场开拓策略创新调整的重要性	125
第四节 持续变革是全国市场开拓策略的精髓	126
第九章 盛世华研总结	127
第一节 企业失败的原因及提高胜率的策略	127
一、企业失败的原因	127
二、提高胜率的策略	128
第二节 盛世华研独创五大决策研究体系	129
一、基于“产业”的研究与决策体系	129
二、基于“周期”的研究与决策体系	129
三、基于“人性”的研究与决策体系	129
四、基于“变化”的研究与决策体系	130
五、基于“趋势”的研究与决策体系	130
六、小结	130
第三节 致读者：商业自是有胜算	131

第一章 企业全国市场开拓策略概述

第一节 研究报告简介

企业要想在瞬息万变的市场竞争环境中立于不败之地，更好的生存与发展，就必须尽可能全面准确地了解与本行业有关的信息，从而做出最科学有效的决策。行业研究和战略研究是揭示行业发展的重要工具，通过深度的行业研究和战略研究报告，及时了解行业动态、未来发展趋势，及全面系统、实用高效的战略，对企业的经营、发展与壮大，起着越来越重要而关键的作用。

本有色金属行业全国市场开拓策略研究报告在大量周密的市场调研基础上，依据中国国家统计局、国家海关总署、相关行业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量数据，综合采用桌面研究法、行业访谈研究法、市场调查研究法等多种研究方法，结合盛世华研监测数据及知识体系，在对我国有色金属业市场发展进行深入的调研和分析的基础上，对有色金属行业全国市场开拓策略进行了全面系统的梳理，并提炼出一套可落地执行的实战解决方案，其中包括：

有色金属行业市场调研

企业全国市场开拓策略的基本类型与选择

企业全国市场开拓策略规划制定原则及依据

制定全国市场开拓策略的内容、方法步骤、流程

未来中国有色金属企业全国市场开拓策略探讨与建议

企业全方位推进“全国市场开拓策略”及实施路径探讨

构建有色金属企业实施全国市场开拓策略“管理、保障、调整”等机制的措施

.....

为有色金属行业企业经营者及投资该领域的投资者提供重要的决策参考依据，为企业未来全国市场开拓策略提供可参考的路径与方向。

相信通过本报告对有色金属行业全国市场开拓策略研究报告全面深入的研究和梳理，您对行业及全国市场开拓策略的了解和把控将上升到一个新的高度，这也将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

与此同时，报告中还具有丰富的理论基础、研究体系、知识体系、决策体系以及方法论等丰富内容，让您在了解行业的同时，也掌握研究的方法和技巧。

让每个人都能成为**战略专家、管理专家、行业专家、投资专家、成功企业家……**

8

第二节 研究原则与方法

一、研究原则

1、真实原则

只有真实的信息资料才能做出正确的判断，真实是研究分析的第一要素，因此我们在做研究中，需要辩证的去对待信息，需要大致判断信息来源的可靠性与真实性，尤其是对于过多的二手信息，我们需要筛选和确认其信息的真实性。

2、全面原则

行业研究需要坚持全面原则，所谓的全面指信息搜集的全面性、分析过程与方法的全面性、思考的内容的全面性等等，只有做到全面思考与分析才能做出有价值的结论。

3、客观原则

能够客观与准确的描述行业发展的过去、现在与未来并不易，但做研究需要谨记研究的客观是基础，是能够为投资者做决策的前提条件。

4、逻辑原则

条理与逻辑清晰是行业研究的灵魂，没有逻辑的研究最多只能说是一堆资料的堆砌，毫无价值。只有在大的逻辑框架下，提供客观真实全面的观点支撑，才算是一个好的行业研究报告。

5、思辨原则

行业研究要在各种可能性中选择未来必然性的结果，且在不断被验证中，是一个很有挑战的工作，行业研究的成果要经得起推敲。世界是可知的，所有结果，都是人的行为产生的，数据也是结果，要把人的研究，特别顺着产业从下游向上游逻辑顺序。

二、研究方法

本有色金属行业研究报告综合采用历史资料研究法、调查研究法、归纳与演绎法、比较研究法、倒推法和穷举法、数理统计法等多种研究方法，结合盛世华研监测数据及知识体系，对有色金属行业进行深入研究。

让每个人都能成为**战略专家、管理专家、行业专家、投资专家、成功企业家……**

本报告主要研究方法有：

1、历史资料研究法

历史资料研究法是通过已有资料的深入研究，寻找事实和一般规律，然后根据这些信息去描述、分析和解释过去的过程，同时揭示当前的状况，并依照这种一般规律对未来进行预测。这种方法的优点是省时、省力并节省费用；缺点是只能被动地囿于现有资料，不能主动地去提出问题并解决问题。只要是追溯事物发展轨迹，探究发展轨迹中某些规律性的东西，就不可避免地需要采用历史资料研究法。各个行业都在不断地发展，如果从一个行业的发展历程来认识它，更有助于较为全面深刻地认识和理解该行业，并把握它的发展脉搏。

2、调查研究法

调查研究法是一项非常古老的研究技术，也是科学研究中一个常用的方法，在描述性、解释性和探索性的研究中都可以运用调查研究的方法。它一般通过抽样调查、实地调研、深度访谈等形式，通过对调查对象的问卷调查、访查、访谈获得资讯，并对此进行研究。调查研究是收集第一手资料用以描述一个难以直接观察的群体的最佳方法。当然，也可以利用他人收集的调查数据进行分析，即所谓的二手资料分析方法，这样可以节约费用。这种方法的优点是可以获得最新的资料和信息，并且研究者可以主动提出问题并获得解释，适合对一些相对复杂的问题进行研究时采用。缺点是这种方法的成功与否取决于研究者和访问者的技巧和经验。

3、归纳与演绎法

归纳法是从个别出发以达到一般性，从一系列特定的观察中发现一种模式，在一定程度上代表所有给定事件的秩序。值得注意的是，这种模式的发现并不能解释为什么这个模式会存在。演绎法是从一般到个别，从逻辑或者理论上预期的模式到观察检验预期的模式是否确实存在。演绎法是先推论后观察，归纳法则是从观察开始。

在演绎法中，研究的角度就是用经验去检验每一个推论，看看哪一个在现实(研究)中言之有理，从而获得理论的验证。而在归纳法中，研究的角度则是通过经验和观察试图得到某种模式或理论。由此可见，逻辑完整性和经验实证性两者都不可或缺。一方面只有逻辑并不够；另一方面，只有经验观察和资料搜集也不能提供理论或解释。

4、比较研究方法。每个行业、每个公司都有人的行为产生，没有普适的法则套用，通过比较研究方法，发现差别、解释差别过程中对已经发生的现象合理的解释。同时研究影响结果的因素和作用机制，探寻哪些因素在发生变化，从而实现了对未来的预测。

5、倒推法和穷举法结合。首先假设有 N 种可能的结果，假设 A 结果发生，倒退 A 结果发生会有哪些具备条件，如果目前条件不具备，即可排除 A 结果。通过不断筛选，得出最大可能性的判断。同时，正推穷尽法和二叉树三叉树结合，与倒推法配合。

第三节 研究企业全国市场开拓策略的重要性及意义

一个企业如果想要永远立于不败之地，它必须有自己持久的竞争优势和清晰的经营发展战略。企业战略是企业根据其外部环境和内部资源和能力状况，为求得生存和长期稳定的发展，为不断的获得竞争优势，对企业发展的目标、达成目标的途径和手段的总体谋划和参考；企业战略是为了获得持久优势而对外部机会和威胁以及内部优势和劣势的积极反应。

除了有清晰的企业经营发展战略外，决定企业经营成败的一个极其重要的问题，还要看企业经营发展战略的选择是否科学，是否合理。或者说，企业能否实现高效经营的目标，关键就在于对经营发展战略的选择，如果经营发展战略选择失误，那么企业的整个经营活动就必然会满盘皆输。所以企业经营发展战略实际上是决定企业经营活动的一个极其关键的和重要的因素。企业必须高度重视。

通过对全国市场开拓策略的研究，将为企业建立以市场为导向的经营发展模式提供指导，让企业的经营发展战略更科学、合理、可行，减少失误带来的损失，有利于提高企业的整体水平和竞争能力。

第二章 市场调研：2018-2019 年中国有色金属行业市场深度调研

市场及竞争环境是制定企业全国市场开拓策略的基础

市场及竞争环境分析包括行业现状分析、市场需求分析、市场增长速度、客户群分析、竞争态势分析、技术发展、影响因素、发展趋势分析、政策环境分析等各方面。

第一节 我国有色金属行业监管体制与发展特征

一、行业监管体系和行业组织

我国有色金属行业受到多个政府部门的监管。国家发改委《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正）》，列明有色金属产业中鼓励、限制和淘汰类的技术和项目，对行业发展进行宏观调控，并对相关产业政策的落实进行监督；工业和信息化部制定行业发展战略，拟订行业规划和产业政策并组织实施指导行业标准和法规的拟订；国土资源部作为地质矿产主管部门，主管全国矿产资源的勘查和开采；环境保护部和国家安全生产监督管理总局分别对行业的环境保护和安全生产进行监管；商务部对加工贸易政策进行管理并监管特定原材料、产品和技术的进出口。

我国有色金属行业的行业组织主要是中国有色金属工业协会和中国有色金属加工工业协会。各行业组织主要根据国家政策法规，制定并监督执行行规行约，通过调查研究为政府制定行业发展规划、产业政策、有关法律法规，并协助政府主管部门制定、修订本行业国家标准等，同时对会员企业提供公共服务、协助信息交流等。

二、行业监管的主要法律、法规

我国有色金属行业经营活动相关的主要法律法规如下。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/425141324330012012>