

中国农药工业协会文件

中农协（2017）58号

关于召开第二届中国农药行业市场和销售高峰论坛的通知

各有关单位：

2017年年初举办的首届中国农药行业市场和销售高峰论坛以其“国际化、高级别、实用性、深度影响力”的特色吸引了来自国内外二百余位农化企业一把手、当家人，共计近千位嘉宾参加了此次行业盛会。

时光如白驹过隙，市场情势亦瞬息万变，转眼已至年末。这一年，环保风暴威力依然，农药价格居高不下；农药新政实施，政府监管加强；并购重组加剧，转型升级提速；土地三权分置，流转速度加快；渠道模式转变，销售服务提升；品牌定位模糊，同质竞争激烈；营销手段乏力，推广途径不多；团队管理困难，营销费用增加；农产品价格不旺，赊销困境未破。这些企业面临的老问题、新问题不断升级，困惑重重……未来已来，时不我待！破局之战如何打响？如何在激烈的竞争中生存与升华？2018年3月3-5日，由中国农药工业协会主办的“第二届中国农药行业市场和销售高峰论坛”将再度掀起营销人思考、探讨、学习的浪潮！本次会议以“**营销破局 抢占先机**”为主题，邀请来自先正达、拜耳、巴斯夫、陶氏杜邦、龙灯化学等多家中外农化巨头大中华区总裁、营销高管们重聚首，无锡论剑，分“战略与营销”、“营销与管理”和“新机遇，创未来”三大模块为你授道；携手十家中国优秀企业老板“BOSS堂”，就行业热点问题，站在不同角度、不同层面，开展“头脑风暴”，共同探讨行业和企业面临的机遇与挑战，一起策划应对的办法和措施。

现将会议具体情况通知如下：

一、会议内容（3月4日-5日，报告内容见附件2）

模块1：战略与营销

- 1、报告人：丁 松 先正达中国区运营总监
报告题目：先正达非作物市场战略的分享
- 2、报告人：吴朝晖 富美实公司大中华区总经理
报告题目：品牌的价值与战略
- 3、报告人：朱 悦 泰禾集团副总裁、原陶氏益农公司
大中华区总经理
报告题目：营销组织的薪酬与福利的战略设计
- 4、报告人：刘学军 龙灯公司中国区总经理、原巴斯夫中国
有限公司作物保护部总经理
报告题目：中国农药企业全球战略的思考
- 5、报告人：张晓波 合肥中海农业科技有限公司（集团）总经理
报告题目：新形势下经销商的发展战略与思考

模块2：营销与管理

- 1、报告人：黄田强 陶氏杜邦农业事业部大中国区总裁
报告题目：如何打造和管理一支优秀的营销团队？
- 2、报告人：罗余平 富美实公司销售总监
报告题目：金牌销售是怎样炼成的
- 3、报告人：朱春华 陶氏杜邦农业事业部中国区大客户渠道
项目经理
报告题目：大客户营销管理方案
- 4、报告人：辛建忠 龙灯化学市场总监、原陶氏益农大中华区
商务技能优化总监
报告题目：如何延长老产品的生命周期
- 5、报告人：吴玉红 斯托克顿（北京）贸易有限公司中国国家
经理
报告题目：农化市场的数据与营销

模块3：新机遇，创未来

- 1、报告人：王 翔 巴斯夫大中华区总经理

报告题目：精准农业的现状与商机

2、报告人：黄伟东 拜耳作物科学大中华区总裁

报告题目：中国现代农业服务思考与数字农业展望

3、报告人：俞 阳 陶氏杜邦农业事业部亚太区市场分析及业务发展总监

报告题目：本土企业与跨国公司合作的新机遇

模块4：“10+1” BOSS堂（3月4日晚19:00-21:30）

主题：农资销售渠道转型升级，企业如何应对？

随着土地流转速度加快、飞防持续升温、统防统治全面开展、农事全程托管服务的兴起、农资电商的接地、农药新政的实施、精准特色农业的需求渐长、高端农产品的标准化定制服务的延伸、农业智能化趋势凸显、国际市场渠道重构等，传统的农资渠道模式受到前所未有的挑战，推动着渠道的变革、转型、升级速度加快。企业如何精准把握市场脉搏，及时调整营销战略、产品战略和渠道战略，以快速满足市场与客户需求，重构企业核心竞争力？是企业目前面临的最大困惑。

3月4日晚“BOSS堂”，10位农药行业的重量级企业家作为主角共聚一堂，围绕“**农资销售渠道转型升级，企业如何应对？**”这一议题各抒己见，从不同角度、不同层面展现企业家的商业传奇和个人性情。近千位行业内商界精英参与其中，将感受到BOSS们的个性魅力、新锐思想和商业哲学。

二、会议规模及参会人员

会议规模：仅限1000席位

参会人员：公司总经理、负责市场和销售的副总、市场总监、销售总监、大区经理、作物经理、产品经理、经销商、种植大户以及与市场和销售相关的人员。

三、会议时间、地点

报到时间：2018年3月3日13:00-18:30

会议时间：2018年3月4日-5日

会议地点：无锡国际饭店（无锡市县前东街88号）

四、主办单位：中国农药工业协会

五、会议事项

1. 参会报名办法：

(1) 即日起至2月2日报名并交纳会议费（含3月4日-5日上午论坛会务、资料、餐饮）2988元/人；2月2日以后及现场报名会议费3388元/人；

【优惠】

中国农药工业协会常务理事单位以上每企业5人及以上参会可享受优惠，2588元/人；

会员单位每企业5人及以上参会可享受优惠2688元/人；

其他每企业8人及以上参会可享受团体优惠，2688元/人；

所有企业每报名8人可赠送一个免费名额（即参会8人，缴纳7人会务费）。

代表用餐由会务组统一安排，住宿、交通费自理。

2. 参会费汇款单位：

单位名称：上海众农化工科技有限公司

开户行：中国银行上海分行营业部

账户：446867517979

3、参会代表请填写回执表（见附件或可登陆“中国农药工业网www.ccpia.com.cn”下载），并请发传真或电子邮件至中国农药工业协会上海办事处。

六、会议联系方式

吕 聪：021-60932675-857 18512129416

王丽冬：021-60932675-861 13524504916

邮 箱：ccpiash@126.com

传 真：021-60932679

地 址：上海市黄浦区局门路427号1号楼202室

邮 编：200023



附件1 参会回执表

2018中国农药行业市场与销售高峰论坛

单位名称					
单位地址					
联系人			联系电话		
单位邮编			电子邮箱		
(以上信息用于发票邮寄, 务必填写清楚)					
参会人员					
姓名	性别	职务	单位电话	手机	电子邮件
住房登记					
是否要求安排住宿:		是		否	
宾馆	房间类型	单价 含早 (元\ 天·间)	预定房间数	入住天数	
无锡国际饭店	标/单	300			

备注:

1. 以上信息用于提前整理通讯录信息, 请务必填写完整; 请填写电子邮箱地址, 用于会前发送参会确认单或会议信息;
2. 回执发送方式: 邮箱: ccpiash@126.com, 传真: 021-60932679;
3. 酒店房间数量有限, 先报到先办理入住。住满后会调整到周边宾馆住宿, 敬请谅解;
4. 请填写手机号码, 会议信息我们将以短信方式通知您;

附件2：报告摘要

模块1 战略与营销

【先正达非作物市场战略的分享】

非作物市场如森林、城市园林、草坪、高尔夫球场、卫生用药等是农药使用的另一个重要阵地，约占全球农药生产量的10%，市场占有率仍处于不断提高中。先正达公司作为全球最大的农化公司，其产品不仅使用于各种作物防控病虫害，还大量应用于非作物市场。在全球作物市场不景气的今天，让我们听听先正达中国运营总监丁松先生对非作物市场的前瞻以及先正达公司的策略，让大家对这一特殊市场有一个新的了解。

【品牌的价值与战略】

FMC公司的吴朝晖总经理在上年度已经谈过了多品牌战略及其实施，大家受益良多，品牌是一个企业发展的核心，没有品牌企业和产品都没办法持续。今年吴朝晖总经理将与大家继续讨论如何展示品牌的价值、如何确定品牌战略以及如何将品牌建设和公司日常运营相连接，力求让大家对品牌建设有一个更清晰的思路。

【营销组织的薪酬与福利的战略设计】

薪酬与福利不仅体现了一个公司对人才的吸引力，也体现了一个公司的战略定位和后续发展力，许多跨国公司对此都有一套类似但不尽相同的体系。作为原陶氏益农的马来西亚国家经理以及大中华区总经理，现在的上海泰禾副总裁，朱悦先生不仅仅具有跨国公司的经验与思维，也了解国内企业的运作与管理；不单思考着国内的薪酬福利体系，也曾管理过全球众多国家的业务与员工。他的分享对绝大多数国内企业都有很好参考价值。

【中国农药企业全球战略的思考】

出口是中国农药工业赖以生存和发展的重要手段之一，2016年中国生产农药原药378万吨，出口140万吨，占总产量的37%。国际市场趋势如何？如何制定出口战略？如何快速进入目标市场？龙灯公司作为国内最早从事出口业务的公司之一，其业务网络遍布全球65个国家，且以制剂为主，销售额增长迅速。龙灯公司刘学军总经理不仅是龙灯（中国）的领军人物，之前也是巴斯夫（中国）的带头人，相信他的分享定将让大家耳目一新，受益匪浅。

【新形势下经销商的发展战略与思考】

随着新农药管理条例的实施，生产企业的兼并重组在加剧，经销商也将快速洗牌，拥有实力的经销商的销售额将增加、对产品选择的话语权加大。在如此背景下，产品经销商如何看待上游供应商？他们期望怎样的合作关系？生产商如何利用经销商的能力和优势快速扩大市场份额？年销售额超过6亿元的合肥中海作为国内大型代理商和经销商之一，将设身处地与大家分享他们的产品选择和市场开发之道。

模块2 营销与管理

【如何打造和管理一支优秀的营销团队？】

人是企业的第一要素，优秀的团队是业务成功的基石。如何招聘、培训和管理一支有战斗力的营销队伍，如何打造一支虎狼之师，外企有其独到的经验和完善的人事管理体系，作为新成立的陶氏杜邦农化业务的带头人，黄田强先生既有农化行业的经验，又有杜邦特种材料行业的履历，其独到的人才观定将对您有所启示。

【金牌销售是怎样炼成的】

上一年度分享的《优秀的大区经理是怎样炼成的》取得了热烈反响。有了优秀的大区经理之后，向下传递的就是基层销售人员，他们如何练就一身功夫？罗余平先生将再次与大家分享《金牌销售是怎样炼成的》，优秀的地区经理和基层销售人员是公司价值的直接创造者和品牌传递者，期待罗余平先生再次给大家带来一顿饕餮大餐。

【大客户营销管理方案】

大客户是一个重要而特殊的客户群，其资金实力、网络宽度、推广能力和对市场的影响力都不可小觑，管理好这些客户使其与公司策略一致并全力推广公司的产品，会起到事半功倍的作用。朱春华先生作为农化界的达人，在大客户的合作与管理方面有十多年的经验，我们一起听听他独家的大客户心得。

【如何延长老产品的生命周期】

打造一个成功的新产品不易，让一个成功的产品活力持久则更加不易。尤其是现在供给过剩的年代，我们经常发现一个产品推广才有销量，转身就会下降，一直投入，不敢懈怠，造成新产品、新市场投入乏力。如何跳出这个怪圈，让老产品长期叫座，曾管理过大生、乐斯本、艾绿士等众多优秀产品的辛

建忠老师，将与大家共同分享心得。

【农化市场的数据与营销】

数据是所有公司做决策时的主要依据之一，数据得来不易，背后也隐藏着众多的秘密和商机，农化行业如何收集足够的数据并去伪存真、如何解读来之不易的数据、如何让数据来辅助决策。吴玉红女士是个中高手，作为市场调研公司Kynetec的前中国区总经理，做过无数的农业市场调研案例、研读过众多的市场调查报告、给过企业很多的方向性建议，她的报告将告诉大家一个数据背后的故事。

模块3 新机遇，创未来

【精准农业的现状与商机】

精准农业对我们而言是一个熟悉而又陌生的概念，在诸多场合、国家政策阐述中都能见到精准农业这字眼，但精准农业究竟包括哪些方面、现在发展状况如何、对未来农业将产生怎样的改变、对农化行业将有何影响和机会，相信这些都是埋藏在大家心中的疑问。巴斯夫现任大中华区总经理王翔将对精准农业为我们拨开迷雾。

【中国现代农业服务思考与数字农业展望】

现阶段中国的农业正处于巨大的阵痛与转型期，一方面小农经济导致竞争力低下，另一方面土地流转后的种植大户却步履艰难。政府、科研机构和相关农业服务体系都在思考与展望中国农业的未来，服务与数字化是大家频繁提及的话题，但服务于何处、如何服务、服务的差异化在哪里、数字化如何落地，都是大家心头的忐忑。为此我们特地邀请拜耳农业部中国区总经理黄伟东先生来为大家答疑解惑，看看作为世界农化龙头的拜耳是如何看待中国的农业服务与数字化的。

【本土企业与跨国公司合作的新机遇】

在农化行业，跨国公司的核心竞争力是专利产品、优秀的质量管理体系和国际化的营销网络，而国内公司的核心竞争力则是灵活而低成本的管理、扎根基层的推广和多元化的复配方案，二者的结合必将产生众多的发展机遇。原陶氏益农亚太区策略总监俞阳女士，置身于公司间合作多年，其独到的见解必将为本土企业和跨国公司的合作开启一扇新的大门。