

# 农民的购肥心理分析

作为一个农资经营者,首先要清楚自己的消费主体——农民有什么样的消费习惯,才能有的放矢,做出适应市场的经营方案和符合市场需求的产品。笔者曾对当前农民在化肥选购过程中的心理进行了调查,对具有广泛性和普遍性的几个要点进行分析。

## 一、农民的性格分析:1.素质相

对较低。一般来讲,农民的知识与信息相对匮乏,文化素质相对低些。尽管现在是信息时代,但使其从媒介中获取的信息大多片面,形不成完整的、属于自己的东西。表现在化肥选购上,就是一知半解。2.举。由于素质相对较低,接受新事物的心理不成熟,所以,农民多数比较举。各地多是如此,只是区域不同,程度不

同而已。究其原因,一是经验主义,传统观念影响较深;二是在作物种植上很少受到挑战,思维变更缓慢。3.从众心里严重。对肥料而言,虽然多年使用,但缺乏真正的鉴别力。故缺乏主见,往往人云亦云,跟风望潮。4.图便宜。这也是一些假肥料畅销的原因之一。

二、农民的购肥心理分析:首先是怕买假货。假,是目前老百姓购肥心理中的第一重要的事情。笔者认为有如下原因:1.对肥料一知半解;2.从众心理,上当一起上;3.贪小便宜。因此在化肥市场的经营中,谁能先给百姓解决这个问题,谁就将占据市场主动。其次是性价比。老百姓在保证肥料不假的前提下,价格与效果的对比,是老百姓充分考虑的第二要素。农民担心的是:买贵了却达不到预期的效果而吃亏。我们做示范、建档案、举实例就是在证明这一点。最后是价格。上述两点十分重

要,但两者基本都是潜在的需求,我们往往容易忽视,而更多的是谈论价格这一表面现象。价格是一个最直观的东西,在前两项最重要的需求无法得到确切满足的情况下,价格就成了最敏感的话题。如果想做一个好产品,又想在农民心目中拥有好的品牌价值,就要把农民注意力从价格上引开,并满足其真正需求。售假假者能够得逞就是充分利用农民关心价格这一点。

三、农民的性格与用肥心理在营销实践中的应用:做为一名合格的农资经营者,首先要想到农民的利益,保证销售优质产品给农民朋友;其次要把农民的利益点与企业的农资产品利益点结合起来。只有这样,品牌才会持久、企业才有利益。

然而,优质产品怎样与劣质产品竞争农户?根据以上调查与分析,我们可以看到努力方向,在营销实践中可如下运用:1.打假。谁先举

起打假的大旗,谁就会成为农民心中的英雄,树立起自己正面的形象。谁能先给农民解决假肥料这个问题,谁就将占据市场主动。2.利用自己产品的利益诉求点进行宣传。根据调查结果看,农民依次关心的是假—性价比—价格。那么,你的企业在哪个环节能给农户带来确切的利益,就强化那一点,会有事半功倍的宣传效果。3.利用农民的性格,制定合理的促销行为。运用农化知识,示范数据,谈依据、讲事实、摆道理,改变其素质低、举的状况;通过送礼品,设奖品,开展多样的促销手段;利用其从众心理,渲染促销气氛,创造促销奇迹。(姜玉强)

## 近期部分经销商 在无奈中接受现价

随着小麦追肥日期的一天天逼近,春耕备肥也已到了推无可推的紧要关头。一部分错失了前期低价拿货的经销商,在持币慎重观望一段时间后,也不得不在于万般无奈中再度选择出手拿货。

一、快速大幅提价使肥料市场交易几乎一度停滞。纵观2009年的肥料市场,去年10月中下旬,各品种化肥价格基本跌到了谷底。在这个几无用肥需求的淡季,一部分洞察了市场先机的经销商,开始快速出手抄底拿货。在短短一个来月的时间里,各品种化肥价格开始快速、大幅攀升,使后续跟进者,在高肥价面前不敢贸然出手,肥料交易几乎一度停滞。就拿笔者所在的豫东南市场来说,碳铵的价格,就由去年10月中下旬的到库价520元(吨价,下同)飙升到现在的到库价620元左右;尿素价格,由到库价1560元,飙升到现在的到库价1820元左右;各大厂的复合肥,也有近200~300元的涨幅。调价时间之短、速度之快,令后续跟进者目瞪口呆!

二、经销商在观望、无奈中不得不再度出手。在经过了去年12月至2010年元月上、中旬,一个多月的慎重观望后,随着用肥季节的一天天逼近,一部分零库存或库存过少的经销商,不得不面

对现实,再度选择出手拿货。据笔者分析,迫使他们做出此种决定的原因不外以下几点:1.市场预期向好,刚性需求不变。随着国家惠农政策的不断加大,农民种植收益预期提高,化肥的刚性需求只增不减。部分经销商虽在高价位拿货,但也能微利多销。2.部分肥种价格虽高,但仍有微幅上调空间。笔者在做了大量的市场调查后也认为:部分肥种,在部分地区、部分时段,现价位虽高,但仍有一定的上调空间。部分前期没拿货或拿货过少的经销商,不愿错过年前这段难得的拿货时间。就拿笔者所在的豫东南市场来说,因该地区春季的种植作物主要是水稻,种植面积广且碳铵需求量大。再加之自去年11月后,各碳铵厂家联产的化工产品价格飞涨,各碳铵厂家竭力压减获利微薄的碳铵产量,致碳铵价格快速上涨,现周边厂家碳铵出厂价格,虽已涨至560~590元,但各厂家仍是无库存,甚或限量接单,以求自存,其上涨预期由此可见。3.虽高价拿货,获利空间有限,但固有客户不致流散。

大多经销商,经多年苦心经营,多有较为固定的客户群。虽高价拿货,获利空间有限,但不至于到时手里无货,固有客户瞬间流散!(周洪键)

## 规模种植助力基层经销商发展

——访广西区兴安县界首镇经销商邹水平

□ 本报记者 龚洁

去年9月中旬,记者来到广西区兴安县界首镇采访农资经销商,立即被经销商自家的一片种植园所吸引。园内不仅种有柑橘,还有葡萄、白果、猕猴桃,生机勃勃。经销商邹水平兄弟俩告诉记者,他们承包了80多亩地,种植各类水果已经有七六年了,并且种植面积在逐年增加。通过种植水果,也让周围的农民看到他们所销售化肥的效果,经营种植两不误。

据介绍,当地几十年来一直有种植果树的传统,原先用肥多以草木灰和牛粪为主,随着上世纪90年代以来复合肥的推广,农民逐渐接受了高浓度硫酸基复合肥,并取得了好的收成。因此原本销量较大的普钙,在当地的市场份额越来越少。经销商告诉记者,

2000年以前,每年他的门店普钙的销量在1万吨左右,而近年来普钙的销量最多也就3000多吨,农民用肥趋于高端化。

由于是基层经销商,因此在做邻里乡亲的生意的同时,邹水平还承包了几十亩土地,搞规模化种植,从最初的40多亩发展到现在的80多亩地,而自家种植的水果自然而然都用门店里销售的化肥、农药,这就为周围的消费者起到了很好的引导作用。不少农民正是看到邹家兄弟果园里化肥的使用效果,才决定来购肥的。

近年来,邹水平在果园的种植品种上也下了一定的功夫,从传统的柑橘类逐渐增加了经济收益更高的葡萄、白果和猕猴桃,并打算将这一类收益较好的种植品种今后几年

内面积增加。邹水平在种植上赚到了钱,周围农民也都会来果园讨教用肥用药的经验,也对经销商化肥的推广起到了示范的作用。但是邹氏兄弟也谈到了经营当中的许多困惑,比如基层不可避免的赊账问题,赊账一多他们就没有本钱进货,往往错失许多市场先机。同时,在市场行情不好的情况下,生产厂家为了规避风险,也采取快进快出的策略,造成基层经销商也出现断货的现象。但是对于2010年的市场形势,邹水平还是非常乐观的。他认为2010年的价格将高于2009年,农产品收购价格高,激励了农民的种植积极性,也将使经销商的销量增加。

**沃尔特复混肥**

主导产品:  
各种高、中、低浓度硫酸基复合肥料、磷酸钾型复合肥料、BB肥、系列微生物肥料等产品。

湖北源丰化工有限公司

地址:湖北襄阳市经济开发区汉江工业园  
邮编:441326  
电话:0722-4515899 传真:0722-4511148  
网址: http://www.hbyfng.com

农博士绿色肥料  
产量相富高!

**农博士控释肥**

济南农博士绿色肥料有限公司  
电话:0531-83531702 网址: www.nongboshi.com

**关注农资经销商生存状态** 系列报道

农化服务热线: 4008844088

湖北新洋丰肥业股份有限公司 协办  
HUBEI NEW YANGFENG CHEMICAL FERTILIZER CO.,LTD.

**中国名牌 中国驰名商标**

## 2009年12月化肥进出口统计

(单位:数量吨 金额美元)  
(全国海关信息中心提供)

商品名称	出口								进口							
	12月		1至12月累计		12月比去年同期±%		累计比去年同期±%		12月		1至12月累计		12月比去年同期±%		累计比去年同期±%	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
尿素	501,032	132,919,901	3,352,928	895,139,874	1268.36	1060.57	-23.09	-45.15	21	33,958	38,798	7,703,653	486.96	320.74	57494.10	7840.03
氯化钾	11,336	6,109,490	396,634	189,722,785	11658.85	4650.73	206.96	213.48	72,959	32,614,670	1,983,333	1,178,120,283	-77.13	-84.44	-61.42	-58.39
肥料用氯化钾	11,215	5,934,794	395,421	188,185,964	50533.50	26632.10	219.01	229.24	72,939	32,578,576	1,983,170	1,177,907,287	-77.13	-84.45	-61.43	-58.39
三元复合肥	11,655	4,399,300	26,460	11,644,259	-9.90	-63.88	-92.71	-93.07	116,551	39,400,578	1,310,190	526,870,148	-19.69	-50.50	103.24	30.88
磷酸二铵	155,322	56,541,317	2,073,139	718,740,399	105.92	20.94	153.78	13.49	97,793	33,370,812	432,869	168,043,688	-	-	351.21	33.26
磷酸一铵及其与磷酸二铵的混合物	9,577	3,847,837	496,249	189,401,038	185.05	80.69	-51.16	-75.17	5,913	1,784,440	11,367	3,672,846	0.00	0.00	555.47	362.39
肥料用硝酸钾	994	796,232	8,069	6,972,838	0.00	0.00	44.09	76.82	-	-	29,692	15,669,160	0.00	0.00	-9.98	-45.97
硫酸铵	62,493	6,731,338	879,120	102,266,959	463.01	312.07	30.24	-25.87	18	18,935	724	157,949	-47.64	-51.71	195.91	0.51
硝酸铵	24,584	8,329,571	210,347	71,492,804	16.73	-9.07	24.00	21.88	-	-	-	-	-	-	-	-
重过磷酸钙	44,734	12,249,863	1,072,823	296,148,132	233.70	171.80	9.22	-53.10	2,520	1,512,260	33,947	15,029,081	-68.49	-68.49	324.40	213.14
其他过磷酸钙	797	111,206	89,545	12,138,531	3227.42	2263.57	-43.13	-69.31	-	-	-	-	-	-	-	-
硫酸钾	0.05	153	292	283,827	-99.72	-98.11	-98.88	-97.99	11,144	5,600,849	90,540	46,687,344	67.01	73.91	-13.94	0.82
其他肥料	5,897	1,758,599	34,887	13,089,699	384.34	325.68	-70.75	-57.08	15	37,932	24,163	6,567,067	-32.24	33.18	1840.24	207.23
硫磺	282	102,837	33,150	10,918,281	-98.96	-99.41	-18.72	-60.69	829,593	56,626,403	12,173,304	709,772,967	-24.42	-16.95	44.61	-81.61