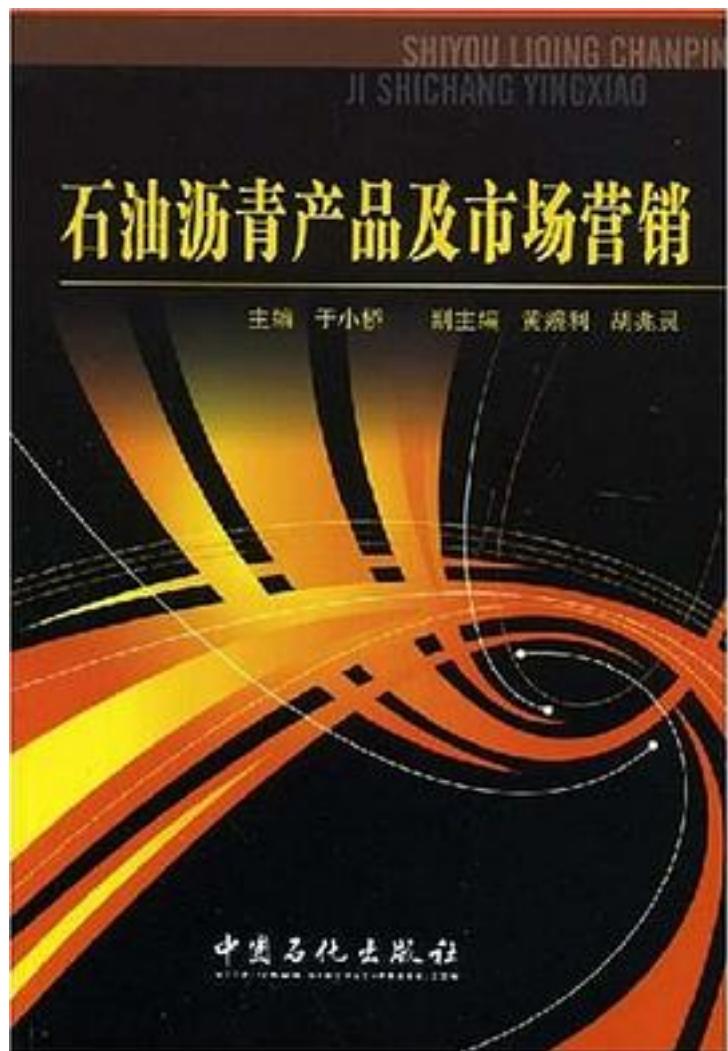


石油沥青产品及市场营销



[石油沥青产品及市场营销_下载链接1](#)

著者:于小桥 编

出版者:中国石化

出版时间:2008-8

装帧:

isbn:9787802296459

《石油沥青产品及市场营销》主要介绍了沥青生产技术、研发以及沥青营销的现状、市场运作等内容。全书共分五章，第一章到第四章分别介绍了沥青生产基础知识、沥青产品的规格体系、沥青试验方法标准、沥青产品的应用技术等内容。系统总结了国内外沥青生产、应用和科研的最新进展和成果，充分反映了石油沥青领域内的基本理论、生产工艺技术、分析方法、规格标准以及研究动向。第五章介绍了沥青市场的现状、营销策略、市场细分、品牌建设等内容。

作者介绍:

目录: 第一章 沥青生产基础知识 第一节 生产原料的种类及来源 第二节
石油沥青生产工艺简介 一、蒸馏法 二、溶剂法 三、氧化法 四、调合法 第三节
改性沥青生产工艺简介 一、直接混溶法 二、母料法 三、溶剂法 四、乳液法
五、母粒法 第二章 石油沥青产品的规格体系 第一节 道路石油沥青产品标准 第二节
建筑石油沥青产品标准 第三节 改性沥青产品标准 第四节 其他特种沥青产品标准 第三章
石油沥青试验方法标准 第一节 主要标准试验方法(标准方法) 第二节
主要标准试验方法及操作要点 一、针入度 二、软化点 三、延度 四、薄膜烘箱试验
五、蜡含量 第四章 石油沥青产品的应用技术 第一节 沥青路面的类型与基本要求
一、沥青路面分类 二、沥青路面的基本特性 三、沥青路面的基本功能
四、沥青混合料强度的影响因素 五、提高沥青混合料强度的措施 第二节
沥青混凝土的组成材料 一、道路石油沥青 二、集料 第三节
石油沥青在道路工程中的应用实例 一、高速公路 二、机场跑道 三、桥面铺装
四、赛车跑道 第五章 石油沥青市场营销 第一节 石油沥青市场营销战略
一、石油沥青市场现状分析 二、“十一五”期间我国沥青需求预测
三、石油沥青销售的产品特点 四、石油沥青市场促销策略 五、石油沥青技术营销战略
第二节 石油沥青市场营销环境分析 一、宏观环境分析 二、微观环境分析 第三节
石油沥青市场细分和目标市场选择 一、从地理区域分析国内石油沥青市场需求
二、从产品应用结构分析石油沥青市场需求 第四节 石油沥青产品策略与新产品开发
一、石油沥青产品的整体概念 二、石油沥青产品的服务策略
三、石油沥青产品生命周期与分阶段营销策略 四、石油沥青新产品开发策略 第五节
石油沥青市场定价策略 一、石油沥青价格的总体趋势
二、石油沥青定价的目标及影响定价的因素分析 三、石油沥青定价的方法
四、石油沥青定价的程序和策略 五、石油沥青价格调整策略 第六节
石油沥青市场营销渠道选择 一、石油沥青的直销渠道 二、石油沥青的分销渠道
三、石油沥青分销商类型的决策 四、石油沥青分销商的选择
五、石油沥青分销商的管理 第七节 石油沥青品牌策略
一、品牌战略的重要性和核心价值 二、石油沥青品牌的树立和发展目标
三、着力打造石油沥青品牌 参考文献
• • • • • (收起)

[石油沥青产品及市场营销_下载链接1](#)

标签

沥青

评论

[石油沥青产品及市场营销 下载链接1](#)

书评

[石油沥青产品及市场营销 下载链接1](#)