

丰收季节战略咨询介绍



概况

丰收季节广告公司成立于1998年，27年专注农业品牌定位传播，为农业企业提供媒体代理和品类战略咨询服务，帮助众多农业品牌抢占和巩固品类领导地位。

核心业务

- 品类战略咨询
- 媒体代理服务

服务品牌

- 金正大：中国控释肥领导品牌
- 农大：中国腐植酸肥料领导者（销量从10万吨增至40万吨）
- 三只虎：大肥力复合菌肥领导者（单品销量破亿）
- 黑松土：活化肥（粮王大赛）
- 紫牛：中国生物有机肥领导品牌

核心优势

- 27年农业行业深耕经验
- 品类定位专业能力
- 创新营销模式（对赌模式）
- 全媒体整合传播能力

核心团队

刘铁钧 - 里斯中国·克里夫研究院特约行业顾问 - 丰收季节广告公司总经理 - 专注农业品牌传播，致力于在农业领域倡导并践行定位理论 - 对农资行业线上线下传播拥有丰富实践经验 - 农科频道最重要的战略合作伙伴 - 长期服务金正大、农大肥业、佐田氏、紫牛、三方化工等知名企业

成功案例



- 品类：腐植酸肥料
- 定位：中国腐植酸肥料领导品牌
- 广告语：上过大学的肥料
- 成果：连续10年销量增长，从10万吨增至40万吨
- 创新：整套配称系统，复合肥逆势增长典范



- 品类：大肥力复合菌肥
- 定位：大肥力
- 成果：销量从1700吨增长到32000吨，单品销售破亿元
- 创新：首创"对赌模式"营销合作，打造"三只虎杯"中国花生王大赛



- 品类：活化肥
- 定位：有生命的活化肥
- 成果：上市三个月销量同比增长20%，新增经销商200户
- 创新：粮王大赛模式，31场活动吸引15000+农户参与

战略合作伙伴

山东广播电视台农科频道

- 中国北方第一三农全媒体综合服务商
- 开播28年，官方账号粉丝1700万
- 专家IP矩阵：地蛋哥、草莓君、大国苹果、花生宝典等

里斯中国·克里夫研究院

- 国际先进品类定位理论合作伙伴
- 提供科学的品类战略指导

丰收季节战略咨询机构

2025年8月2日