

2007年度全国同等学力辅导市场营销复习六 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/107/2021\\_2022\\_2007\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_BA\\_A6\\_c69\\_107744.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/107/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E5_BA_A6_c69_107744.htm) 第四节 包装策略 . 设计包装应考虑的要害 P518 1 . 包装应与商品的价或质量相适应 2 . 应能显示商品的特点或独特风格 3 . 方便消费者购买、携带和使用 4 . 其文字说明应实事求是 5 . 其装潢应给人以美感 6 . 其装潢上的文字、图案、色彩等不能和目标市场的风俗习惯、宗教信仰发生抵触。 第五节 产品生命周期策 . 产品生命周期策略 P521 介绍期策略： 快速掠取策略 缓慢掠取策略 快速渗透策略 缓慢渗透策略 . 新产品开发过程的八个阶段：（多选） P524 1 . 寻求创意 2 . 甄别创意 3 . 形成产品概念 4 . 制定市场营销战略 5 . 营业分析 6 . 产品开发 7 . 市场试销 8 . 批量上市 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)