

名牌对交易双方有什么好处? PDF转换可能丢失图片或格式，  
建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/289/2021\\_2022\\_\\_E5\\_90\\_8D\\_E7\\_89\\_8C\\_E5\\_AF\\_B9\\_E4\\_c123\\_289181.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E5_90_8D_E7_89_8C_E5_AF_B9_E4_c123_289181.htm) 世界各国的大多数产品都规定有品牌。品牌化虽然会使企业增加成本费用，但也可以使卖主得到以下好处：(1)规定品牌名称可以使卖主易于管理订货；(2)注册商标可使企业的产品特色得到法律保护，防止别人模仿、抄袭；(3)品牌化使卖主有可能吸引更多的品牌忠诚者；(4)品牌化有助于企业细分市场；(5)良好的品牌有助于树立良好的企业形象。大多数购买者也需要品牌化，因为这是购买者获得商品信息的一个重要来源，因此，品牌化可使购买者得到一些利益，诸如：(1)购买者通过品牌可以了解各种产品的质量好坏；(2)品牌化有助于购买者提高购物效率。例如，超级市场上的商品如果都没有品牌，顾客就要逐个摸、嗅、尝；相反，如果有品牌，顾客只要购买某种牌子的东西就行了。20世纪70年代以来，西方国家的许多制造商对某些消费品和某些药品不规定品牌名称和品牌标志，也不向政府注册登记，实行非品牌化。这种产品叫无品牌产品。所谓无品牌产品是指在超级市场上出售的无品牌、包装简易且价格便宜的普通产品。企业推出无品牌产品的主要目的是节省包装、广告等费用，降低价格、扩大销售。一般来讲，未注册品使用质量较低的原料，而且其包装、广告、标贴的费用都较低。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)