

初级经济基础:产品层次与产品分类复习资料经济师考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/539/2021_2022__E5_88_9D_E7_BA_A7_E7_BB_8F_E6_c49_539625.htm

第二十一章 产品和服务策略：

一、产品层次与产品分类 1.了解产品的定义及其

包含的内容 产品：提供给市场、供使用和消费、可以满足某种欲望和需要的任何东西，包括实物、服务、场所、组织机构、信息、体验和事件等。营销学中的产品概念，是一个包含多层次内容的整体概念。 2.掌握整体产品的三个层次及其在营销决策中的应用 整体产品包含三个层次：(1)核心利益。这是产品最基本的层次，是满足顾客需要的核心内容，即顾客购买的真正动机。营销管理者的任务就是要发现隐藏在产品背后的真正需要，把顾客所需要的核心利益和服务提供给他们。(2)有形产品。是指支持产品核心利益的各种具体形式，如产品的质量、功能、款式、品牌和包装等方面的具体特征。(3)附加产品。是指顾客在购买产品时所得到的额外服务或利益，如提供信贷、免费送货、售后服务等等。附加产品是使企业的产品有别于竞争产品、实施差异化策略的有效途径。(注意一下3个小问题) 整体产品的概念体现了以顾客为中心的营销观念。 例题1：顾客购买的真正动机是为了整体产品的()。 A. 核心利益 B. 无形产品 C. 有形产品 D. 附加产品 答案：A 3.熟悉消费品和工业品的定义、分类及各种类型产品的营销特点 产品依据购买者的购买动机和用途可分为消费品和工业品两大类。(1)消费品。是指个人或者家庭为最终消费而购买的产品。按照消费者的购买行为特征来划分消费品的类型： 便利品：价格低廉、消费者要经常使用、且通常不需

要花费很多时间和精力去购买的物品。 选购品：品种规格复杂、选择性强，在质量、价格、花色、款式等方面需要反复挑选和比较才能决定购买的物品。选购品可分为同质品和异质品两种。 特殊品：具有独特的品质特色或著名商标的产品。 非寻求品：消费者不知道或虽然知道但一般情况下不想购买的物品，如新产品、保险产品等。(2)工业品。依据产品进入生产过程的方式及其与成本的关系划分为： 原材料和零部件：完全进入生产过程的、其价值一次性计入成本的产品。 固定资产：价值部分地进入最终产品，并通过折旧逐次计入成本的产品。 供应品和服务：不直接进入最终产品的、其价值分期摊入管理费用的产品。供应品包括生产供应品、维护用品和办公用品等。服务包括维修保养服务和业务咨询服务。 例题2：消费者不知道或虽然知道但一般情况下不想购买的物品，如新产品、保险产品等,属于()。 A.便利品 B.选购品 C.特殊品 D.非寻求品 答案：D 例题3：下列工业品中，属于供应品和服务的有()。 A.原材料 B.法律咨询 C.生产线 D.办公用品 E.零部件 答案：BD 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