

生产类企业的网上产品销售：网上市场模式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_94_9F_E4_BA_A7_E7_B1_BB_E4_c40_62294.htm 生产类企业的网上产品销售

产品销售的网上市场模式1.卖方控制型市场这是企业为寻求众多的客户，单独设立自己的网站进行产品销售的市场模式。其目的是建立或维持企业在交易中的市场优势。Dell公司有一个为5000多家美国公司服务的“主页”计划。当Dell公司赢得一家有400人以上的企业客户时，它就为这家客户建立主页。主页只不过是一套比较小的网页，常常同客户

的Internet联接，让获准的雇员在线配置个人计算机、付款、跟踪交付情况，并让客户能由此即刻得到技术支持，或与Dell的销售人员联系。2.买方控制型市场买方控制型市场是由一个或多个购买者建立，旨在把市场优势和价值转移到买方的市场模式。这类消费者通常都在某个消费领域占据一定的优势。例如，日本航空公司作为一个飞机上消费品的大客户，经常在其网站上发布诸如塑料垃圾袋、一次性杯子等产品的需求信息，以便发现最有吸引力的供应商。买方控制型市场除了由一个购买者直接建立的电子市场之外，还包括买方代理型和买方合作型两种买方控制型市场。美国“在线自由市场”(Free Markets Online)公司建立了一个典型的买方代理型电子市场，其功能是帮助传统的生产企业寻找零部件和半成品供应商。它针对每一个买主的要求，寻找出一批潜在的供应商。一旦这批可行的供应商确定后，公司将为这些供应商进行一次网上竞价，这种供应商之间的网上竞价使买方购买的零部件或半成品的价格下降了10%~25%。买方合作型电子

市场刚采取把若干公司的采购联合起来的方式，缩短了订货的处理时间，减少了订货处理成本，而且增加了其讨价还价的能力，使采购物品的价格下降了10%~15%。

3. 中介控制型市场

这是由买卖双方之外的第三者建立，以便匹配买卖双方的需求与价格的市场模式。美国“快速配对”(Fast Parts)公司是一个专门交易积压电子元件的网上市场。它拥有大量的供应商和购买者的信息。该公司通过网上市场对不愿透露公司名称的企业的积压电子元件进行拍卖。这种方式使卖方获得了比传统经销商出价更高的销售价，买方则以市场价迅速获得了它需要的电子元件。更重要的是，“快速配对”公司检验了这些产品，并给予这些产品以可靠的质量保证，“快速配对”公司则提取8%的佣金，这是一个三方皆赢的市场。中介控制型网上市场的出现并不排斥传统中间商。例如，美国“数字市场”(Digital Markets)公司建立了一个以电子元件为交易对象的网上市场，其目的不是改变买卖双方的关系，而是要使交易更有效率。它通过电子市场把买方的订单提供给分销商，再把价格、送货等信息反馈买方。“数字市场”公司还能使买方确认和跟踪他们的订单。为此，公司向卖方收取一定的交易费用，买方则不需为此付费。

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