

2009年外销员考试辅导：国际分销渠道外销员考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_A4_96_c28_644929.htm 把外销员站点加入收藏夹 欢迎

进入：2009年外销员课程免费试听 点击进入免费体验：百考

试题外销员在线考试中心 更多信息请访问：百考试题外销员

、百考试题论坛外销员 一、企业进入市场的渠道选择 国际分
销渠道有出口、许可、国外生产三种。(一)出口(了解，但大

标题要掌握) Oslash. 间接出口: 间接出口优点有：有利于无出
口经营权的中小企业开拓海外市场、减轻负担. 间接出口有:

出口卖断,出口代理 (二)许可贸易企业与外国企业组织签定许
可协议，授权对方在一定期间、范围使用企业专利、商标、

产品或工艺方面的诀窍等进行生产销售，并收取许可费用作
为回报。优点：避开各种税费、易进入市场、、风险小、易

批准。缺点：对外方依赖性大、随时保持创新能力。(三)国
外生产：组装业务运费低、税费少、创造就业机会、易批准

合同制造----投资少、有控制权、不易找合作者、质量难控、
主要利润归对方 建立海外合营企业----优势互补、控制度高

、易发生冲突、高投入高风险 国外独资生产----最高阶段掌
握控制权和利润、高投入高风险、不易批准 例：1、在国际

分渠道决策方面，企业“国外生产”的形式有许多种，其中
比较重要的是()(06年试题) A、许可证贸易 B、组装业务 C、

合同制造 D、建立海外合营企业 E、国外独资生产 答案
：BCDE 2、如果某企业的资源优势在于工艺过程和营销而不

在于生产，则该企业较适合使用()这种国外生产方式。 A、
组装业务 B、合同制造 C、许可贸易 D、国外合资生产 答案

: B 二、出口分销渠道策略：(重点掌握，把书看细) (一)渠道长度策略：1、定义：渠道长度指中间商层次的多少。2、影响因素：市场情况、企业自身条件 (二)渠道宽度策略：1、定义：渠道宽度是指企业在某一市场上并列地使用多少中间商的决策。2、种类：Oslash. 独家分销：在一定地区、一定时间，只选择一家中间商经销或代理，授予对方独家经营权。这是最窄的一种营销渠道形式。 Ø. 选择性分销：指在市场上选择部分中间商经营本企业的产品。 (三)渠道成员的选择与激励：选择标准：经营目标与范围、经济实力、信誉、素质、未来潜力、态度、市场占有、顾客特点 激励方式：降低价格、给予独家经营权、培训、提供信贷援助、合作广告、互购。 例：1、名牌、高档消费品由于价格高，利润率也相对较高，企业应尽量增加分销网点，以便潜在顾客有较多机会接触到产品。(否)(98年试题) 分析：名牌、高档消费品由于价格高，销量少，所以应该选择独家分销，增加中间商的经营积极性。2、企业渠道宽度策略选择的依据之一是产品的类型。消费品中的()适宜于选择性分销渠道策略。(04年试题) A、高档品 B、选用品 C、低价品 D、日用品 答案：B

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