

2009年国际商务师考试辅导：市场分类国际商务师考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_9B_BD_c29_644988.htm id="diua" class="diub"> 市场分类

1、消费者市场的特征 消费者市场是指为满足生活需要而购买产品和服务的一切个人和家庭。消费者市场的特点 这些特点主要表现在如下几个方面：(1) 需要的无限扩展性。(2) 需要的多层次性。(3) 需要的复杂多变性。(4) 需要的可诱导性

2、组织市场的特征 组织市场概括地说，是由那些以生产加工、转卖或执行任务为目的而采购产品或劳务的正式组织构成，这些组织包括：生产企业、中间商和政府机构等。组织市场的特点 (1) 市场结构和需求特性：① 组织市场通常比消费者市场的购买者数量少得多，而购买规模却大得多。② 组织市场在地理位置上更为集中。③ 组织市场的需求具有派生性，即最终取决于消费者市场的需求。④ 组织市场的许多需求缺乏弹性。⑤ 组织市场的需求有较明显的波动性。(2) 购买者的成员不同。(3) 购买者决策的类型和决策过程不同。(4) 买方和卖方的关系也有所不同。 欢迎进入：2009年国际商务师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题国际商务师、百考试题论坛国际商务师 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