

2011年外销员考试《国际营销》复习资料（十六）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/646/2021\\_2022\\_2011\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_A4\\_96\\_c28\\_646195.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022_2011_E5_B9_B4_E5_A4_96_c28_646195.htm)

导读：本篇主要讲述国际产品生命周期等内容国际产品生命周期国际产品生命周期最初，一国在许多商品上处于出口者的位置，等其逐渐丧失了出口市场，最后可能会演变为原有商品的进口者。正如吉列公司所言，“美国昨日的产品将成为南美洲今日的产品，也将成为非洲明日的产品”。

一、第一阶段为新产品期产品的发明与发展通常缘于本土市场的需求。当厂商的产品脱离生产学习阶段时，产品必须同时满足生产者与消费者。当国内市场需求饱和时，厂商开始外销新产品，并且希望获取利益（我们假设美国厂商出口产品到欧洲）。第二阶段为增长期 进口国已经渐渐熟悉新产品，在产品发明国拓展海外市场之际，较富有国家的厂商开始尝试自给自足，并且渐渐出口到其他发达国家，发明国海外商品的出口就会因此而萎缩。我们假设美国出口到欧洲的产品已经逐渐为欧洲自行制造的产品所取代。

三、第三阶段为成熟期 其他国家的厂商已经具有生产经验并且成本低廉，他们就会开始向第三世界国家出口该产品并且取代原来发明厂商的出口地位。我们假设欧洲厂商开始向南美洲出口新产品并且占领了当地的美国产品市场。

四、第四阶段为衰退期 海外厂商已经获得充分的生产经验，规模经济效益使得他们能够直接将产品出口到原产品的发明国，迫使其变为进口国。我们假设南美洲厂商取代原发明厂商在美国市场进行销售。处于第四阶段的产品几乎已经成为必需品，例如纺织品即为第四阶段产品。位于第四阶段的产品

通常由发展中国家提供。上述修正的比较利益法则有助于我们更进一步了解国际贸易与产品的形态，并且可以帮助国际化企业制定生产计划。相关推荐：[#0000ff>2011年外销员考试《国际营销》复习资料（十五）](#)[#0000ff>2011年外销员考试各科目复习大纲汇总](#)[#0000ff>2011年外销员考试国际营销学概述资料汇总](#)[#0000ff>2011年外销员考试《外贸综合业务》章节习题18套编辑推荐](#)[#0000ff>2011年外销员考试报考完全指南手册](#)[#0000ff>2011年外销员备考初期需了解事项](#)欢迎进入：[#0000ff>2011年外销员课程免费试听#333333>](#)[#0000ff>百考试题外销员在线考试中心#333333>](#)[#0000ff>百考试题外销员论坛](#) 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)