

2010年初级经济师工商管理预习辅导市场营销与品牌建设(8)
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_ti2020/647/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_647128.htm 渠道策略 市场营销渠道就是为了消除产品或服务与使用者之间的分离。营销渠道---配合生产、分销和消费某种产品和服务的所有企业和个人。包括产销过程中的供应商、生产者、商人中间商、代理中间商、辅助商及最终用户等。分销渠道---某种产品和服务在从生产者向消费者转移的过程中，取得产品或服务的所有权或帮助所有权转移的所有企业和个人，包括商人中间商(取得所有权)、代理中间商(帮助转移所有权)，也包括生产者和消费者，但是不包括供应商和辅助商。渠道之间有实体流程、所有权流程、付款流程、信息流程、促销流程。营销渠道按是否使用中间商，分为直接渠道、间接渠道.按销售中使用中间商数量多少，分为宽渠道和窄渠道.按中间环节使用中间商的多少，分为长渠道和短渠道。例题：营销渠道包括() A.供应商 B.生产者 C.商人中间商 D.代理中间商 E.辅助商 答案：ABCDE
例题：分销渠道包括() A.供应商 B.生产者 C.商人中间商 D.代理中间商 E.辅助商 答案：BCD 新型的营销渠道：(1)垂直分销系统---生产者、批发商、零售商组成一个联合体 (2)水平分销系统---两个或两个以上的互无关联的企业自愿联合，共同开拓新机会。(3)多渠道分销系统---一个企业建立两条或两条以上的营销渠道 建立有效地分销系统，步骤是：(1)明确渠道目标 (2)确定交替方案 涉及中间商类型、中间商数量、渠道成员的特定任务。(3)评估渠道方案 评估标准有经济性、可控性、适应性 例题：评估方案标准的原则有() A.经济性 B.可控性

C.适应性 D.准确性 E.效益性 答案：ABC 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