

# 中级经济师

## 工商管理专业知识和实务

### 教材精讲班

#### 第三节 分销渠道发展趋势

本节主要知识点

- 一、网络分销渠道
- 二、渠道扁平化
- 三、渠道战略联盟

##### 一、网络分销渠道

狭义的网络分销渠道：指生产者借助网络平台将商品或服务从生产者转移到消费者手中的过程。

广义的网络分销渠道：指分销过程中的各个环节，都不同程度地使用网络及管理系统，实现分销过程中商流、物流、资金流、信息流流转的目的。

##### （一）网络分销渠道与传统分销渠道的比较（★）

网络分销渠道与传统分销渠道的差别体现在以下几个方面：

##### 1. 作用方面

- （1）网络渠道提供了双向的信息传播模式，使生产者和消费者的沟通更加方便畅通；
- （2）网络渠道是企业销售商品、提供服务的快捷途径，它在实现商品所有权转移方面的作用较传统渠道有所加强；
- （3）企业既可以通过网络渠道开展商务活动，也可以对用户进行技术培训和售后服务。

##### 2. 结构方面

- （1）传统分销渠道：结构是线性的，体现为一种有流动方向的线性通道；
- （2）网络分销渠道：结构是网状的，呈现出以互联网站点为中心，向周围发散的结构。

##### 3. 费用方面

无论是直接分销渠道还是间接分销渠道，网络分销渠道的结构都相对比较简单，从而大大减少了流通环节，降低了交易费用，缩短了销售周期，提高了营销活动的效率。首先，网络分销渠道可以有效地减少人员、场地等费用；其次，互联网的双向信息传播功能为企业开展促销活动提供了更加方便的渠道，从而减少了广告宣传费用。

##### （二）网络分销渠道的特征（★★）

- （1）虚拟性。网络空间是一个虚拟的世界，在互联网上从事销售活动，企业看不到消费者，消费者也看不到企业员工。
- （2）经济性。网络分销渠道可以有效地降低分销成本，提高分销效率。
- （3）便利性。与传统分销渠道相比，网络分销更能节省时间与精力。

##### （三）网络分销系统（★★）

1. 订货系统。
2. 结算系统。
3. 配送系统。

##### （四）网络分销渠道类型

常当前见的网络分销渠道分为两类：网络直销渠道和网络间接分销渠道。

1. 网络直销渠道：指生产者通过互联网直接把产品销售给顾客的销售渠道，没有中间商。常见的网络直销渠道有两种形式：

- （1）生产企业直接在网络平台上搭建网站销售产品，如企业官网；
- （2）企业入驻电子商务平台直接进行销售，如生产企业直接入驻天猫商城、京东商城等。

##### 2. 网络间接分销渠道

指生产者通过融入互联网后的**网络中间商**把商品销售给最终用户的分销渠道。

**网络中间商**：是指利用网络在生产者与消费者之间从事商品交换活动的经济组织或个人。网络中间商通常利用专门的软件，为消费者提供信息搜集和过滤服务。

常见的网络中间商包括：

(1) **目录服务商**：是指那些通过对网站进行搜索和分类整理，为用户提供目录式服务的组织或个人，包括三类：

①**综合性目录服务商**：是指对不同站点进行检索，然后将所包含的站点分类按层次组织在一起，为用户提供各种不同站点的综合性索引的组织或个人。

例如，搜狐门户网站；

②**商业性目录服务商**：仅提供对现有的各种商业性网站的索引。例如，一些互联网商店目录；

③**专业性目录服务商**：针对某一专业领域或主题建立的网站，通常是由该领域中的**公司或专业人士**提供内容。例如，一些为用户提供品牌商品的技术评价或同类商品的性能比较信息的网站。

——目录服务商的主要收入来源：为客户提供的**互联网广告服务**。

(2) **搜索引擎服务商**：主要为用户提供基于关键词的检索服务，例如，百度搜索、360 搜索引擎等。

(3) **虚拟商业街**：是指包含两个以上商业站点链接的网站，例如，新浪网的虚拟商业街提供专卖店店面出租服务。

——虚拟商业街的主要收入来源：**商家租用服务器的租金、销售收入的提成等**。

(4) **互联网内容提供商 (ICP)**：在互联网上向目标客户群提供所需信息的服务商，提供的产品就是**网络内容**，包括**搜索引擎、虚拟社区、电子邮箱、新闻娱乐**等。

预期**收益来源**：

①通过在互联网上**免费提供信息内容**，促进传统信息媒介的销售；

②降低信息传播的成本，**从而提高利润率**；

③为其他网络商家**提供广告空间**，收取一定广告费或销售提成。

(5) **网上零售商**：通过互联网或其他电子渠道，针对个人或者家庭的需求销售商品或者提供服务。

(6) **虚拟评估机构**：是一些根据预先制定的标准体系对网上商家进行评估的第三方评级机构。

(7) **智能代理**：是利用专门设计的程序，根据消费者的偏好和要求预先为消费者自动进行所需信息的搜索和过滤服务的提供者。

分类：信息代理、检测和监视代理、数据挖掘代理、用户或个人代理。

(8) **虚拟市场**：是为那些想要进行物品交易的人提供的一个虚拟交易场所，网上拍卖站点是比较具有代表性的一种虚拟市场。

虚拟市场的收入来源：**对达成的每一笔交易收取一定的管理费用**。

(9) **网络统计机构**：为用户提供互联网统计数据的机构，如弗雷斯特研究公司、A. C. 尼尔森公司、中国互联网信息中心等。

(10) **网络金融机构**：为网络交易提供专业性金融服务的机构。

## 二、渠道扁平化

### (一) 渠道扁平化的概念 (★)

1. “渠道扁平化”是指渠道设计中应尽量**减少商品和顾客接触的中间环节**，实现商品和顾客的**直接接触**，以便实现成本优势和减少中间环节的信息失真。

2. 分销渠道能否实现“扁平化”目标，关键在于**销售链渠道的终端是否成熟**。

扁平化渠道中，分销商的作用**将会被削弱**，仅作为分销商品的物流平台。届时分销商的作用仅表现为分销商品的物流平台。

### (二) 渠道扁平化的原因 (★)

1. **网络信息技术的影响**

2. **渠道纵向一体化的影响**

3. **顾客需求特征的影响**

(1) 顾客对商品的**个性化**要求越来越高。

(2) **顾客不确定性的增加和承诺的丧失**。

(3) 消费的“折中主义”：今天的顾客与传统的顾客相比，更加善变，更加不可捉摸。为了跟上顾客越来越快的变化步伐，厂商应该做的就是尽可能地贴近最终顾客，时刻感受其情感体验的变化。

(三) 渠道扁平化的形式 (★★)

1. 直接渠道：也称绝对扁平化渠道，是最原始的交易方式。渠道模式：生产商—顾客。

2. 有一层中间商的扁平化渠道。

渠道模式：生产商—中间商—消费者。

3. 有两层中间商的扁平化渠道。

(1) 渠道模式：生产商—经销商（代理商）—零售商—消费者。

(2) 这是目前最常用、最普遍的一种扁平模式。这种模式关键在于商品由经销商直接到达零售商手中。

【单选题】有两层中间商的扁平化渠道是目前最常用、最普遍的一种扁平化模式，这种模式的关键在于商品由经销商直接到达（ ）手中。

- A. 生产者
- B. 消费者
- C. 零售商
- D. 批发商

网校答案：C

网校解析：此题考查渠道扁平化的形式。有两层中间商的扁平化渠道表现为生产商-经销商（代理商）-零售商-消费者（用户）的渠道模式，其关键在于商品由经销商直接到达零售商手中。

三、渠道战略联盟 (★)

1. 经销商之间的战略联盟
2. 供应商之间的战略联盟。
3. 供应商和经销商之间的战略联盟。

