

第三节 分销渠道发展趋势

考点二 渠道扁平化

（一）渠道扁平化的概念

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信息失真。

分销渠道能否实现“扁平化”目标，关键在于销售链渠道终端是否成熟。现在分销商作用可分为三大类：

一是作为物流平台；

二是作为资金平台（包括在赊销等任务）；

三是作为信息流平台。

扁平化渠道中，分销商的作用将会被削弱，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

在网络技术下，扁平化渠道结构的总成本更具有相对意义上的经济性；

网络技术的迅速发展还为企业带来了许多新的营销运作模式，如网上直销、目录营销等；

网络信息技术极大地改变了人们获取信息、传递信息的方式。

2、渠道纵向一体化的影响

在买方市场条件下，为了避免渠道成员的机会主义行为带来的交易成本的增加，厂商会有充分的动机实行纵向一体化来控制渠道。

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”

（三）渠道扁平化的形式

1、直接渠道

直接渠道也称绝对扁平化渠道，这是最原始的交易方式，表现为生产商—顾客的渠道模式。在网络环境下，这种传统的直接渠道形式呈现新的形式，如**网站订单、短信订单等模式**。

2、有一层中间商的扁平化渠道

这种扁平化渠道表现为生产商—经销商(代理商)或零售商—顾客的渠道模式。很多大型卖场直接从厂商处进货，避免了代理商和其他分销商的介入。除了大卖场之外，渠道扁平化过程中，商场专柜、网站代理销售商、连锁专卖店、咨询服务提供商等终端渠道也备受重视，成为连接厂商和顾客的主力。

3、有两层中间商的扁平化渠道

生产商—经销商（代理商）—零售商—顾客（用户）

这是目前最常用、最普遍的一种扁平化模式。

- 经销商综合实力弱
- 经销商承担更多的物流任务
- 业务量的增长更多依赖于生产商自己的销售团队
- 业务员数量随业务覆盖面扩大而增加

【例-单选题】扁平化后的分销渠道依照层级数量不同，一般可分为三种形式，其中最原始的交易方式是（ ）。

A.间接渠道

B.有两层中间商的扁平化渠道

- C.直接渠道
- D.有一层中间商的扁平化渠道

答案：C

解析：在不同行业中，扁平化后的分销渠道依照层级数量不同，一般可分为三种形式：①直接渠道，也称绝对扁平化渠道，这是最原始的交易方式，表现为生产商—消费者（用户）的渠道模式；②有一层中间商的扁平化渠道，表现为生产商—中间商—消费者（用户）的渠道模式；③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。

考点三 渠道战略联盟

1.经销商之间的战略联盟

动机：通过联盟形成的规模优势和垄断优势与供应商进行博弈，以获得更大的利润空间

2.供应商之间的战略联盟

目的：一定利益驱动下的短期行为

3.供应商与经销商之间的战略联盟

目的：通过供应链中上下游的联盟与合作，提高整条供应链的效益和效率，加快市场反应速度，为顾客提供更好更满意的服务。

【案例分析】某饮料生产企业对东北地区饮料市场竞争情况了解甚少，因此在该地区仅选择 1 家经销商进行初步的市场开拓尝试。在经销商激励方面，公司采取灵活确定佣金比例制度，并与经销商积极交流，为经销商提供产品、技术动态信息，定期展开对销售人员的培训工作。该企业规定：公司经销商年度销售总额达到 8000 万元，则额外奖励 100 万元；年度销售总额低于 5000 万元，则取消经销商资格。2019 年，该企业的经销商取得不错的业绩，通过销售该企业产品实现销售总额 1 亿元，销售利润 1000 万元。

1.根据消费者购买习惯不同进行划分，该企业生产的产品属于（ ）。

- A.便利品
- B.选购品
- C.特殊品
- D.非渴求品

答案：A

解析：便利品是指消费者购买频繁，不愿花时间和精力比较品牌、价格，希望随时随地能买到的产品。便利品可分为日用品、冲动购买品和应急物品三种。其中，日用品是指那些价格低、经常使用和购买的产品，如食盐、方便面、洗涤用品、饮料等；冲动购买品是指消费者在视觉、嗅觉、听觉等感觉器官受到刺激的情况下临时决定购买的产品，如玩具、水果、CD 唱片等；应急物品是指消费者在紧急需要的情况下所购买的产品或服务，如急诊药品、应急雨伞等。

2.该企业的分销渠道模式属于（ ）。

- A.厂家直供模式
- B.多家代理模式
- C.独家经销模式
- D.平台式销售模式

答案：C

解析：厂家直供模式是指生产厂家直接将商品供应给终端渠道进行销售的渠道模式。多家代理（经销）模式是指生产厂家在建立渠道时选择多家代理商（经销商），通过建立庞大的销售网络实现分销目标。独家经销（代理）模式是指生产厂家在一定时期内，在某个地区只选择一家经销商（代理商），由该经销商（代理商）建立

分销渠道系统的模式。平台式销售模式是指生产厂家以商品的分装厂为核心，由分装厂建立经营部，负责向各个零售终端供应商品。

3.该企业在激励经销商时采取的激励方法有（ ）。

- A.沟通激励
- B.惩罚激励
- C.扶持激励
- D.业务激励

答案：ACD

解析：常用的渠道成员激励方法有沟通激励、业务激励和扶持激励。沟通激励包括：提供产品、技术动态信息；公关宴请；交流市场信息；让经销商发泄不满。业务激励包括：佣金总额动态管理；灵活确定佣金比例；安排经销商会议；合作制订经营计划。扶持激励包括：实施优惠促销；提供广告津贴；培训销售人员；融资支持。

4.该企业 2019 年在东北地区的渠道销售利润率为（ ）。

- A.5%
- B.10%
- C.15%
- D.20%

答案：B

解析：渠道销售利润率是指反映渠道盈利能力的主要指标。销售利润率越高，说明该渠道运行效率越高，经济效益越好。其计算公式如下：渠道销售利润率=渠道利润额/渠道销售额 ×100%题中，渠道销售利润率=1000/10 000 ×100%