

第四章 分销渠道管理

考情分析

本章共三节内容，考试分值 10-15 分左右，考试题型预计涉及单选题、多选题和案例分析题，难度不大，为教材原文简单变形。

第一节 渠道运营管理

考点一 渠道管理概述

1.市场营销渠道和分销渠道：

项目	内容
市场营销渠道	<p>是指互相配合生产、分销和消费某一生产者商品和服务的所有企业和个人。包括：参与某种商品供产销过程的所有企业和个人。</p> <p>①供应商 ②生产者 ③中间商：批发商、零售商、代理商 ④辅助商：支持分销活动的仓储、运输、金融、广告代理机构等 ⑤最终消费者</p>
分销渠道	<p>是指促使某种商品和服务能顺利地经由市场交换过程，顺利地转移给消费者（用户）消费使用的一整套相互依存的组织。</p> <p>分销渠道成员是指从生产者向消费者转移过程中，取得这种商品的所有权或帮助所有权转移的所有企业和个人：</p> <p>①生产者 ②中间商：批发商、零售商、代理商 ③最终消费者</p>

【例-单选题】下列属于分销渠道成员的是（ ）。

- A.配送公司
- B.消费者
- C.银行
- D.保险公司

答案：B

解析：分销渠道的成员有生产者、中间商、消费者。配送公司、银行、保险公司均属于辅助商，辅助商属于市场营销渠道。故选 B。

2.分销渠道管理目标和任务：

目标	任务
<p>①市场占有率：是指一定时期内，企业商品在市场上的份额，反映企业营销能力的一项指标</p> <p>②利润额：是指企业的分销活动能给企业带来的利润数量，反映企业的经营状况，也是企业经营活动的最重要指标</p> <p>③销售增长额：反映企业发展状况的基本指标</p>	<p>①提出并制定分销目标 ②监测分销效率 ③协调渠道成员关系 ④解决渠道冲突 ⑤促进商品销售 ⑥修改和重建分销渠道</p>

考点二 不同类型商品分销渠道的构建

(一) 消费品分销渠道的构建

1、消费品及分类

名称	具体	定义
便利品	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所购买的产品，如：玩具、水果等
	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
选购品		指消费者对产品或服务的价格、质量、款式、耐用性等进行比较之后才会购买的产品，如：家用电器、服装、美容美发产品等

名称	定义
特殊品	是指具备独有特征和（或）品牌标志的产品，对这些产品，购买者愿意付出特殊的购买努力，如：特殊品牌和式样的汽车、服装等
非渴求品	是指那些消费者不知道或虽然知道但一般情况下不会主动购买的产品，如：人寿保险；工艺类陶瓷；百科全书；刚上市的，消费者从未了解的新产品等 【注意】非渴求品并不是始终不变的，特别是新产品，随着消费者对产品的了解，它可以转换为其他类别的产品

【例-单选题】美容美发产品属于以下哪类消费品（ ）。

- A.冲动个购买品
- B.非渴求品
- C.特殊品
- D.选购品

答案：D

解析：选购品是指消费者对产品或服务的价格、质量、款式、耐用性等进行比较之后才会购买的产品，如家用电器、服装、美容美发产品等。故选D。

【例-单选题】某天晚上突然天降大雨，超市门口聚集的顾客纷纷购买了雨伞、雨衣等产品，则雨伞、雨衣是属于（ ）。

- A.应急物品
- B.日用品
- C.非渴求品
- D.冲动购买品

答案：A

解析：雨伞、雨衣属于应急物品，应急物品是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。故本题正确答案为A。