



第三节 市场营销组合策略

（二）包装策略

产品包装一般包括三个层次：**首要包装**，即直接盛装产品的包装；**次要包装**，即保护首要包装的二次包装；**装运包装**，即为了便于储运的若干个次要包装的集合包装。

企业常用的包装策略有：

（1）**相似包装策略**，即企业生产的各种产品，在包装上采用相似的图案、颜色，体现共同的特征。

其优点是**有利于利用企业原有声誉推广新产品**，同时可以节省设计成本及广告宣传费用。



第三节 市场营销组合策略

(2) 个别包装策略，即企业的各种产品都有自己独特的包装，在设计上采用不同的风格。

这种策略能够避免由于某一产品推销失败而影响其他产品的声誉，但也相应增加了包装设计费用和新产品促销费用。

(3) 相关包装策略，即将多种相关的产品配套放在同一包装物内出售，如化妆品套装。

这样可以方便消费者购买和使用，扩大销售，增加企业利润，特别有利于推广和销售新产品，同时还可以节约包装费用。



第三节 市场营销组合策略

(4) 分等级包装策略，即企业根据产品的不同质量档次，设计、使用不同等级的包装。需要注意的是，产品分级要体现产品的实际质量差异，使包装表现出的价值特征与产品的质量档次相符。



第三节 市场营销组合策略

(5) **分量包装**策略，即企业根据目标市场消费者的使用需要，将产品**按照不同数量或重量**进行包装。

这样可以满足消费者的习惯消费量，方便其购买和使用，还可以节省产品包装费用支出，使产品在价格上更具优势。

(6) **复用包装**策略，又称**双重用途**包装策略，即原包装的产品使用完后，包装物本身还可作其他用途。如香水瓶可以当作工艺品摆放。

这种策略一方面可以使消费者“一物二用”；另一方面可以在消费者对包装物再使用时，发挥其广告效应，不断提示消费者重复购买。



第三节 市场营销组合策略

(7) 附赠品包装策略，即企业在产品包装内附加一些赠品，或奖券或实物，给消费者以意外的惊喜，从而吸引其购买。

(8) 改变包装策略。当某种产品销路不畅或长期使用一种包装时，企业可以改变包装设计、包装材料，使用新的包装。这样可以使消费者产生新鲜感，从而扩大销售。



第三节 市场营销组合策略

（三）新产品开发策略

1. 新产品分类

（1）**全新产品**，即应用新技术、新材料研制出的具有全新功能的产品。这种产品无论对企业还是市场而言，都属于新产品。例如，**计算机的第一次出现**，就属于全新产品。

（2）**换代产品**，即在原有产品的基础上，采用或部分采用新技术、新材料、新工艺研制出来的产品。如**数字电视就是彩色电视的换代产品**。一般而言，这种新产品要求消费者改变原有的消费模式。



第三节 市场营销组合策略

(3) 改进产品，即通过改善原有产品的质量、性能、结构、造型形成的产品。这种新产品与原有产品的差别不大，改进的难度不高，消费者可以按照原来的方式使用改进产品。

如大屏智能手机就是小屏智能手机的改进产品。



第三节 市场营销组合策略

2. 新产品开发策略

(1) 按照开发新产品的方式不同，新产品开发策略有：

①自主开发，即企业设立研究部门，通过自身的研发力量来完成产品的构思、设计和生产工作。

②委托开发，即委托独立的研发机构为企业开发某种新产品。

③联合研制，其方式包括：联合经营、购买专利、经营特许、外包生产、合作经营、兼并以及技术或专有技术引进。



第三节 市场营销组合策略

(2) 按照新产品革新程度不同，新产品开发策略有：

- ①创新策略，即企业研制和推出市场上从未有过的新产品。
- ②模仿策略，即企业仿制市场上其他企业的产品。

(3) 按照开发时机的不同，新产品开发策略有：

- ①抢先策略，即企业不以现有的技术优势为满足，全力以赴追求产品技术水平的先进性和最终用途的新颖性。
- ②跟进策略，即企业不抢先研制新产品，而是当市场上出现成功的新产品时，立刻进行仿造或改进，迅速跟进市场。



第三节 市场营销组合策略

【多选】按照新产品革新程度不同，新产品开发策略有（ ）。

- A. 创新策略
- B. 抢先策略
- C. 自主开发策略
- D. 跟进策略
- E. 模仿策略



第三节 市场营销组合策略

答案：AE

解析：按照新产品革新程度不同，新产品开发策略有①创新策略，即企业研制和推出市场上从未有过的新产品。②模仿策略，即企业仿制市场上其他企业的产品。故选AE。