

第十章 分销策略

提醒大家特别需要注意的重点复习内容：

要了解分销渠道的职能、类型和策略，渠道的设计、管理等主要原理，理解物流职能、物流目标、物流系统等基本概念以及物流管理的基本方法。

第一节 分销渠道的职能和类型

一、分销渠道职能

市场营销渠道和分销渠道的区别。分销渠道的基本职能。

分销渠道包括商人中间商和代理中间商，此外，它还包括处于渠道起点和终点的生产者和最终消费者或用户。但是，它不包括供应商、辅助商。

二、分销渠道类型

企业的分销策略分为：密集分销、选择分销和独家分销。

三、渠道系统的新发展

垂直渠道系统

水平渠道系统

第二节 分销渠道策略

一、影响分销渠道设计的因素

影响渠道设计的主要因素：顾客特性、产品特性、中间商特性、竞争特性、企业特性和环境特性。

二、分销渠道的设计

企业对各种渠道方案设计评估的标准有三个：经济性、控制性、适应性。

三、分销渠道的管理

四、渠道冲突管理

渠道冲突、渠道冲突的类型、渠道冲突的原因。

渠道冲突是渠道成员合作过程中出现的渐次发展过程，包括潜在冲突、知觉冲突、感觉冲突、行为冲突和冲突余波五个阶段。

第三节 物流策略

一、物流的涵义、职能与目标

所谓物流，是指通过有效地安排商品的仓储、管理和转移，使商品在需要的时间到达需要的地点的经营活动。

“物流冰山说”“效益背反说”第三利润源说。

人类历史上曾经有过两个大量提供利润的领域。第一个是物质资源领域，第二个是人力资源领域。

(二) 物流的职能

物流的职能，就是将产品由其生产地转移到消费地，从而创造地点效用。

合理的物流目标：

- (1) 将各项物流费用视为一个整体。
- (2) 将全部市场营销活动视为一个整体。
- (3) 善于权衡各项物流费用及其效果。

二、物流系统

物流系统、设计物流系统时企业的选择、设计物流的着眼点。

三、存货与运输策略

订购点决策、订购前置时间、订购量决策、最佳订购量。

1. 订购点决策。

- (1) 订购前置时间。
- (2) 使用率。
- (3) 服务水平。

2. 订购量决策。企业有关订购多少（即订购量）的决策直接影响到企业的订购频率。

3. 最佳订购量。

(二) 运输策略

1. 铁路运输。一般来说，整车运输收费标准最低，而零担货车收费较高。

2. 水运。水运的成本很低，但是，这一运输方式速度慢，另外，也容易受到气候条件的影响。

3.卡车运输。卡车是一种有效的运输方式。在许多情况下,卡车运费与铁路运输相比较,具有较强的竞争力,而且卡车所提供的服务一般更快。

4.管道运输。

5.空运。空运在运输业中所占的比重较低,但其重要性越来越明显。经常空运的产品有易腐产品(如鲜鱼、鲜花等)和价值高、体积小的产品(如科技仪器、珠宝等)。