

基于双渠道环境下在位制造商的阻止策略研究

摘 要

双渠道运营的核心是提高客户的购买体验,双渠道运营不仅每个渠道都需要制定合理的定价策略,而且还要进行渠道之间的协调,这加剧了零售商和供应商之间的冲突,甚至是供应链的冲突。刺激中间商的进入,造成了在位制造商的阻止策略加剧。从中间商的普遍进入和在位制造商的阻止行为的角度而言,如果中间商的进入成本较低,在位制造商就不能阻止中间商的进入;如果中间商的进入成本较高,则在位制造商就可以不通过改变定价就能够阻止中间商的进入;然而,如果中间商的进入成本适当的时候,在位制造商就能够利用产品在直销渠道中的零售价格来阻止中间商的进入。在一定程度上,制造商处于双渠道的运营较单渠道的运营更加有利,也就是说,制造商应该引入直销渠道来实现双渠道的运营。同时,笔者通过对数值仿真的分析得出了一些对于在位制造商开展渠道竞争的有效策略。

关键词 渠道环境; 制造商; 渠道竞争; 供应链; 中间商

以上内容仅为本文档的试下载部分,为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文,请访问:

<https://d.book118.com/998076061136007001>