

附件 1-6

工商企业管理专业教师岗位试讲内容

教学内容:

影响分销渠道的宏观因素

(教材: 分销渠道管理 中国石油大学出版社 戴昕哲等主编)

重点: 影响分销渠道的宏观因素, 可自备教具及自备案例, 可适当删减增加需要的少部分内容。

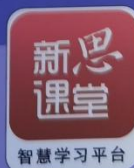
分销渠道管理

FENXIAO QUDAO GUANLI

• 主编 戴昕哲 郝娜 包红君

- 采用连环案例教学法
- “互联网+”时代开发网络分销渠道
- 探索“国际化”和“现代化”的渠道创新路径

中国石油大学出版社
CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM PRESS



地区,送到众多消费者手中,那么它的分销渠道较宽;相反,如果某种产品(如发电设备等)的制造企业只通过很少的专业批发商推销其产品,甚至在某一地区只授权给一家中间商总经销,那么它的分销渠道就较窄或很窄。一般而言,市场范围广、购买者数量多的商品或服务需要“宽”渠道,而市场范围窄、用户很专业化或数量有限的商品或服务适合采用“窄”渠道。

任务二 | 影响分销渠道的因素

一、影响分销渠道的宏观因素

影响分销渠道的宏观因素是指那些对企业分销活动产生直接或间接作用的大范围的社会约束力量,是企业不可控制的因素。影响分销渠道的宏观因素主要有政治与法律、人口、经济、社会文化、科技与自然。

(一) 政治与法律

政治与法律是由强制和影响社会上各种组织与个人行为的法律、政府机构、公众团体所组成的。政治与法律的作用在于保护所有权、保护竞争、保护消费者权益、保护社会的长远利益。

1. 政治因素

政治因素主要包括两个方面:一是国家的政治体制、经济管理体制、政府与企业的关系。例如,我国实行社会主义市场经济体制后,原有计划体制下的物资流通逐渐消亡,新的物资分销渠道逐渐建立起来。二是国家的方针政策。随着政治经济形势的变化,国家在不同的阶段与不同时期依据不同的经济目标制定和调整方针、政策,这必然对企业的分销渠道产生直接或间接的影响。例如,国家通过制定进出口政策、税收政策、价格政策、外汇政策来保护本国产品销售,确保本国企业的分销渠道的竞争优势。

2. 法律因素

企业从事市场分销活动必须依法进行,才能受到国家法律的保护。例如,我国《直销管理条例》的颁布实施,使得企业从事直销活动必须遵循该条例的规定。如果企业借助直销的名义从事传销活动,就会受到法律的制裁。在我国,与分销渠道密切相关的法律主要有《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《直销管理条例》《中华人民共和国对外贸易法》《中华人民共和国政府采购法》等。

(二) 人口

人口的多少直接决定市场的潜在容量,同时人口的年龄结构、地理分布也会影响分销渠道的设计。企业除分析人口规模及其构成、流动性等人口特性外,还要分析人口的文化教育结构。

1. 人口规模及其构成

人口规模是影响基本生活消费品需求的一个决定性因素。人口规模会对市场需求规模产生影响,尤其会对基本消费需求及其派生出来的生产资料需求绝对量产生影响。

人口构成包括自然构成(性别、年龄)、地区构成(人口的地理分布、人口密度)、社会构成(民族、家庭规范、职业、受教育程度等)。人口构成不同,消费需求结构不同,分销渠道的结构、布局层次也会有所不同。

2. 人口的流动性

基本的人口流动方向是从农村流向城市,从经济不发达地区流向经济发达地区,从内陆地区流向沿海地区。旅游事业的发展也加大了人口的流动性。其最直接的结果就是加大了社会购买力在不同地区之间的流动,从而使分销渠道重心发生转移。

3. 人口的文化教育结构

人们的受教育程度与文化层次影响其对商品或服务的价值、功能、款式等的评价与选择,从而影响其对购物方式的选择。

(三) 经济

1. 经济发展状况

分销渠道结构与经济发展水平之间有相当密切的关联。经济发展水平低,专业化程度往往比较低,使得制造商同时执行生产、批发、零售、融资等功能。随着社会分工程度的不断提高和市场规模的不断扩大,企业的渠道功能逐渐从其他分销功能中独立出来。专门从事分销的商业企业开始专业化分工,使分销功能进一步分离,典型的是批发、零售、代理的专业分工。一般来说,经济越发达的地区,分销渠道层次越多,专业商店、超级市场、百货商店越多,农村的商店也越多;批发融资功能越低,批发毛利越大,制造商、批发商和零售商的职能划分也越清楚;小商店的比例越小,商店的平均规模越大,流动商贩和集市越不重要;经济越发达,零售商的毛利越高。

2. 经济周期

经济周期的变化对分销渠道结构会产生一定的影响。在经济不景气时候,消费者对未来经济预期不乐观,倾向于少消费、多储蓄,对分销渠道中定位高端的零售业态影响较大。当然,不同的行业受经济周期的影响是不同的,有些行业(如公用事业、医疗卫生)几乎不受经济周期的影响,而另一些行业(如交通运输业等)则受经济周期的影响较大。对分销渠道成员来说,在经济萧条阶段,中间商往往不愿意存货。当经济不景气时,短渠道比长渠道更具优势。

3. 市场竞争

市场竞争也会对企业分销渠道产生影响。在卖方市场下,制造商以制造为其主要职能,销售职能较弱,常常借助中间商来完成渠道职能。而在买方市场下,消费者和零售商拥有比制造商更多的权力,制造商对中间商的依赖程度不断加大。而对中间商来说,其对货源有更大的选择余地,从而形成对制造商的控制权。在这种情况下,制造商为了加强对分销渠道的控制和减少对中间商的依赖,往往会开辟直销渠道。

金融危机逼家电渠道整合提速

全球金融危机对家电业的最大影响就是全球需求萎靡,极大地减弱了全球产业的总体流动性。虽然我国政府出台了家电下乡、以旧换新等内需刺激政策,但依然难掩我国家电企业巨大的生存压力。在此经济环境下,大宗商品、基础原材料均进入价格反复波动的空间,而人民币升值预期不断增强,特别是在家电下乡等内需刺激政策即将到期的情况下,一场由市场需求不旺带来的需求与库存管理恐慌正在家电业蔓延,渠道分销压力陡增。

为了应对金融危机对家电销售渠道的影响,国美等家电连锁企业通过推出电子商务平台来整合线上、线下销售渠道;海尔、格力、长虹等传统家电制造企业也在不断完善自有渠道布局,以强化渠道控制能力;海尔和格力企业融通自建渠道社会化,实现渠道合作。

(四) 社会文化

社会文化是指人类在社会发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。它是无形的,但影响深刻、涵盖面广,主要包括价值观念、生活方式、宗教信仰、职业与受教育程度、相关群体、风俗习惯、社会道德等。

1. 价值观念

价值观念是指人们对于事物的评价标准和崇尚风气,其涉及面较广,对企业分销影响深刻。它可以反映在不同的方面,如阶层观念、财富观念、创新观念、时间观念等,这些观念方面的差异无疑造成了企业不同的分销环境。

2. 教育状况

教育状况对分销活动的影响主要体现在两个方面:一是对目标市场选择的影响。教育水平可作为变量进行市场细分。二是对分销渠道模式的影响。在教育水平高的地区,现代化的尤其是基于互联网的分销渠道有较好的基础。而在教育水平偏低的地区,网络分销会受到较大的局限。

3. 消费习俗

消费习俗是经过历代传递并在从事社会经济活动中形成的消费习惯。不同的消费习俗对产品需求有一定的影响。同时,消费习俗还可以影响购物习惯,进而对企业的分销渠道活动产生影响。

(五) 科技与自然

1. 科技因素

作为分销环境的一个方面,科技不仅影响着企业内部的生产与管理活动,还影响着企业外部的经营活动。就分销渠道而言,科技对其影响主要体现在以下几个方面:一是科技促进了分销渠道基础设施的改善,如建立在现代技术基础上的通信网络的发展使得分销渠道基础设施得以改善;二是科技进一步改变了商品的经营与销售方式,如电子数据交换、POS系

统、条形码与扫描仪、电子订货系统等技术商业领域的应用,对企业之间及企业与消费者之间的交换活动产生了革命性的影响;三是科技的发展为企业提供了新的分销售渠道模式,如自动售货机的出现使销售形式得以改变。此外,电话分销等现代化分销售渠道无一不是科技发展的成果。

课堂案例

德比软件:酒店如何优化多渠道分销策略

总部位于上海的德比软件有限公司平均每月处理300万间酒店订单。公司总经理张焕杰说:“如果消费者愿意通过微信或团购平台预订房间,酒店就该顺应这一需求。通过对比国际酒店和中国酒店的渠道对接方式,我们发现中国酒店应该向新应用和渠道,如Google和TripAdvisor这样的比价平台开放数据。酒店要重新考虑如何分配可售房及房间库存信息,否则可能最终会与美好的收入机会失之交臂。”

张焕杰称,要提升整体分销技术,酒店需要考虑以下几个方面:对接(通过整合分销系统和酒店预订系统来促进交易并传送预订数据)、缓存(快速将酒店数据对接到合作伙伴渠道)、内容(不仅是可售房及房间库存信息,还包括酒店描述等静态信息、预订取消条款等半静态信息等内容)、计算(处理数据的能力)和控制(对数据的掌控)是渠道分销的关键要素。分销市场在不断地演变,因此酒店需要积极、快速地进行决策。如果系统不易实现对接,从而支持酒店的决策,那么问题就依然得不到解决。

2. 自然因素

从发展趋势来看,地球上绝大部分自然资源的人均占有量都将趋于短缺。资源的匮乏对许多企业的发展造成了很大的威胁,导致企业资源价格上升,产品成本上升,企业效益下降。面对自然资源的日趋匮乏,企业在研究渠道设计时要将自然因素考虑进去。

环境问题日益成为各国政府与公众广泛关注的一个世界性问题,人们越来越关注生存的环境质量。对制造商而言,他们要充分认识到自然环境的破坏对企业分销活动的影响,贯彻执行国家有关资源使用的限制规定和对环境污染治理的具体措施,在经营活动中坚持绿色分销概念、建设绿色分销渠道、开拓绿色市场,以获得企业的可持续发展与良好的竞争力。

二、影响分销售渠道的微观因素

影响分销售渠道的微观因素是指与企业分销活动直接发生关系的、影响企业为目标顾客服务能力的因素的集合,也是直接影响企业分销效果的力量。影响企业分销售渠道的微观因素主要包括企业自身状况、供应商、分销中介、顾客、竞争对手等。

(一) 企业自身状况

企业文化及企业内部各部门、各管理层次之间的分工、协作与配合状况,影响着企业的分销售渠道管理决策与方案的实施,也影响着企业为顾客提供商品和服务的能力。企业按照市场导向的要求,规定企业的不同部门都必须为完成企业预定的分销目标,在具体分工方面做出贡献。财务部门负责解决实施分销活动所需资金来源和成本控制,并收集和处理各种