

中宠股份有限公司的产品策略有哪些产品营销策略有哪些-股识吧

一、产品定价策略都有哪些？

在营销组合各因素中，可以说订价策略最痛苦与最危险的策略。

需要营销人和决策者既要在决策前做大量的调研工作，也要在决策时具备相当大的勇气。

从定价的主要目的上看，定价的策略主要以下三种：一、新产品上市定价策略

1. 渗透定价策略 其目的在渗透市场，立即提高市场营销量与市场占有率，并能快速而有效地占据市场空间。

亦即此种订价策略以高市场占有率为最主要目标，营销利润反而退为次要目标。

2. 撇脂定价策略 其目的在于立即赚取丰厚的市场营销利润，正如海绵吸水或奶油蛋糕的脂肪一般，从中吸取高厚的利润。

亦即此种订价策略以在极短的时间内，立即赚了暴利，而市场营销量与市场占有率可能无法相对提高。

二、价格管理策略 价格一经确定后，仍要设定"收放自如"的弹性管理策略。

1. 折扣与折让 (1) 数量折扣 (2) 交易折扣 (3) 现金折扣 (4) 季节性折扣 3.

运费负担 (1) 工厂交货定价 (2) 统一交货定价 (3) 基点定价 4. 产品线定价 5.

价格控制 (1) 统一转售价格 (2) 价格保证制度 三、价格竞争策略 1.

价格竞争的考虑因素：

企业采用"价格竞争"时，必须考虑下列因素，以避免陷入"恶性价格竞争"。

(1) 期望利润之大小。

(2) 市场潜能与特性。

(3) 客户与竞争者的预期反应。

(4) 市场需要性之高低。

(5) 竞争压力大小。

(6) 成本高低。

(7) 市场细分化的问题。

(8) 是阶段性营销传播还是长久性调价？ 2. 竞争者先采用价格竞争时：(1)

研究背景资料：

了解竞争者的营销策略特征，对利润的看法、财务状况、销售业绩，公司产能等。

分析竞争者价格竞争的用意与期间长短。

研究竞争者在每年的营销传播办法是否有固定的特征。

(2) 评估竞争者：根据销售情况、消费者反应，评估对手的效果。

对消费者、本公司产品以及业界所造成影响。

只是单纯价格或是尚有配合其他的营销传播活动。

决定不予理会或采用"价格竞争"、"非价格竞争"，分项进行加以应战。

(3) 迎接挑战 (4) 心理备战 3. 企业本身先采行"价格竞争"时 (1) 配合因素

由于企业利润组成因素有下列三项： $\text{利润} = (\text{销售单价} - \text{成本}) \times \text{销售数量}$

故就长期观点而言，"降低价格"必须确保下列因素配合：销售数量的提升

(需要了解消费者对价格变动的敏感程度) 成本的降低

(需要了解成本降低的技术基础或扩大产量后带来的成本降低因素)

(2) 事先作好应对竞争者的跟进措施。

降价规划之时，就应考虑对手会采取何种反击方式，本公司可事先备妥数种应战方案，不仅可避免在匆促应战下的措手不及和坐失良机，更可发挥机动灵活的迅速反击行动，保持在竞争中处于主动位置。

二、产品策略有哪些

企业产品策略 企业在其产品营销战略确定后，在实施中所采取的一系列有关产品本身的具体营销策略。

主要包括商标、品牌、包装、产品组合、产品生命周期等方面的具体实施策略。

企业的产品策略是其市场营销组合策略中的重要组成部分。

产品策略是企业为了在激烈的市场竞争中获得优势，在生产、销售产品时所运用的一系列措施和手段，包括产品组合策略、产品差异化策略、新产品开发策略、品牌策略以及产品的生命周期运用策略。

三、《市场营销》品牌策略包括哪些

产品线扩展策略、品牌延伸策略、多品牌策略、新品牌策略、合作品牌策略。

四、产品营销策略有哪些

市场营销策略是企业以顾客需要为出发点，根据经验获得顾客需求量以及购买力的信息、商业界的期望值，有计划地组织各项经营活动，通过相互协调一致的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略(现代市场营销策略还要加上政治权利、公共

关系策略), 为顾客提供满意的商品和服务而实现企业目标的过程。

市场营销策略包括：价格策略、产品策略、渠道策略和促销策略。

价格策略主要是指产品的定价，主要考虑成本、市场、竞争等，企业根据这些情况来给产品进行定价，产品策略主要是指产品的包装、设计、颜色、款式、商标等，给产品赋予特色，让其在消费者心目中留下深刻的印象。

渠道策略是指企业选用何种渠道使产品流通到顾客手中。

它有很多种，比如直销、间接渠道（分销、经销、代理等），企业可以根据不同的情况选用不同的渠道。

促销策略主要是指企业采用一定的促销手段来达到销售产品，增加销售额的目的。手段有折扣、返现、抽奖、免费体验等多种方式。

五、企业的产品包装可采取哪些策略

1、消费者策略进行网络营销，首先应找到目标消费者在哪里。

毫无疑问，对于综合性网站和专业网站，其消费者的定义是不同的。

然后，需要进一步接近和了解消费者，并学会和他们一样进行思考，进而找到有效的、互动的沟通和传播途径。

2、成本策略人们在进行营销策略的传播过程中，不断地琢磨出新的营销怪招：价格的定位术、消费者行为理论、市场定位术、传播的一致性、非正式价值策略等。

然而同时发现：消费者有时并不注重价格，甚至忽略成本，“实惠”有时并不是消费者唯一的要求。

3、方便性策略方便性策略指的是不强调固定的分销渠道，而重视消费者购买商品和享受服务的方便性。

一切以消费者的方便与否为中心开展网络营销工作。

方便性是网络企业竞争力的又一关键点，是网络营销传播在品牌忠诚力经济下诠释消费者就是企业上帝的又一基本表现。

4、沟通策略网络企业一次又一次的尝试多种营销手段时，经常发现不完全奏效。

消费者往往一“点”而过，一“击”不回。

这是为什么？到底是传播的方式不对，还是互动手法存在问题？所以，最后应提出沟通策略，这是营销传播的更高层次，其实际就是双向传播。

综上所述，网络营销的产生为传统营销模式注入了一股新鲜血液，特别是对于中小企业营销者开辟了一种新的营销思路。

一种如何在创业初始阶段占领市场、推广品牌、营销产品、获得利润的模式。

六、该案例体现了网络营销中产品策略的哪些方面

- 1、消费者策略进行网络营销，首先应找到目标消费者在哪里。
毫无疑问，对于综合性网站和专业网站，其消费者的定义是不同的。
然后，需要进一步接近和了解消费者，并学会和他们一样进行思考，进而找到有效的、互动的沟通和传播途径。
- 2、成本策略人们在进行营销策略的传播过程中，不断地琢磨出新的营销怪招：价格的定位术、消费者行为理论、市场定位术、传播的一致性、非正式价值策略等。
然而同时发现：消费者有时并不注重价格，甚至忽略成本，“实惠”有时并不是消费者唯一的要求。
- 3、方便性策略方便性策略指的是不强调固定的分销渠道，而重视消费者购买商品和享受服务的方便性。
一切以消费者的方便与否为中心开展网络营销工作。
方便性是网络企业竞争力的又一关键点，是网络营销传播在品牌忠诚力经济下诠释消费者就是企业上帝的又一基本表现。
- 4、沟通策略网络企业一次又一次的尝试多种营销手段时，经常发现不完全奏效。
消费者往往一“点”而过，一“击”不回。
这是为什么？到底是传播的方式不对，还是互动手法存在问题？所以，最后应提出沟通策略，这是营销传播的更高层次，其实际就是双向传播。
综上所述，网络营销的产生为传统营销模式注入了一股新鲜血液，特别是对于中小企业营销者开辟了一种新的营销思路。
一种如何在创业初始阶段占领市场、推广品牌、营销产品、获得利润的模式。

七、品牌策略包括哪些内容？

品牌策略是一系列能够产生品牌积累的企业管理与市场营销方法，包括4P与品牌识别在内的所有要素。
主要有：品牌化决策、品牌使用者决策、品牌名称决策、品牌战略决策、品牌再定位决策、品牌延伸策略、品牌更新。

参考文档

[下载：中宠股份有限公司的产品策略有哪些.pdf](#)

[《年报转赠的股票多久到账》](#)

[《分红前买股票应该拿多久》](#)

[《股票手机开户一般要多久给账号》](#)

[《股票改名st会停牌多久》](#)

[下载：中宠股份有限公司的产品策略有哪些.doc](#)

[更多关于《中宠股份有限公司的产品策略有哪些》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/48120120.html>