

# MARKETING: AN INTRODUCTION 市场营销介绍

Ralph D. Christy

Professor of Applied Economics and Management

Cornell University

康奈尔大学应用经济与管理学院教授 Ralph D. Christy

# Definitions of marketing

## 市场营销定义

市场营销，即识别，预期，和满足客户需求，并获取利润

英国特

许市场营销学院

# Definitions of marketing

## 市场营销定义

Adcock: 正确的产品，在正确的地点，时间和价格

# Definitions of marketing

## 市场营销定义

科特勒：“市场营销是个社会和管理的过程。这个过程中，个人或群体能通过创造，提供，和交换产品这样的方式来得得到他们所许。”

# Why is Marketing Necessary?

## 市场营销为什么重要？

- Technological change 科技进步
- Global competition 全球竞争
- Increased incomes 收入增长
- Demographics 人口变化

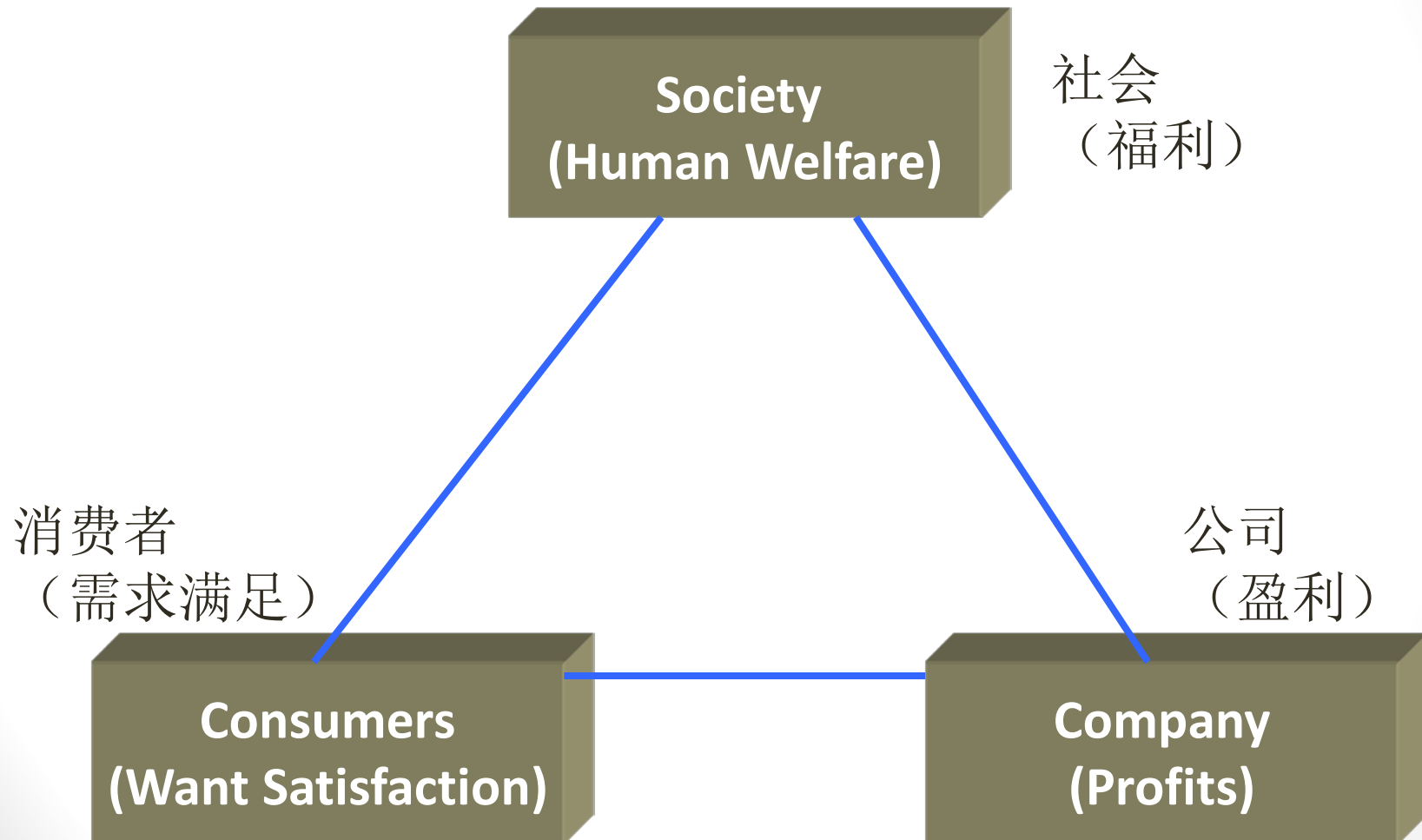
# Marketing Philosophies

## 市场营销的哲理

- production 生产
- product 产品
  - selling 销售
- marketing 营销
  - societal 社会

# The Societal Marketing Concept

## 社会营销观念



# The Marketing Mix

## 市场营销组合

- 企业运用此市场营销组合，从目标市场取得更好的经济效益和社会效益，以达到市场营销目标。
- 4P营销理论-价格，产品，促销，渠道
- 其他：消费者，销售过程，周围环境等



# The Four Ps of Marketing

## 4P 营销理论

Marketing Mix 营销组合

**Products** 产品

**Price** 价格

**Place** 渠道

**Promotion** 促销

**Target  
Market**

目标市场



# PRODUCT 产品



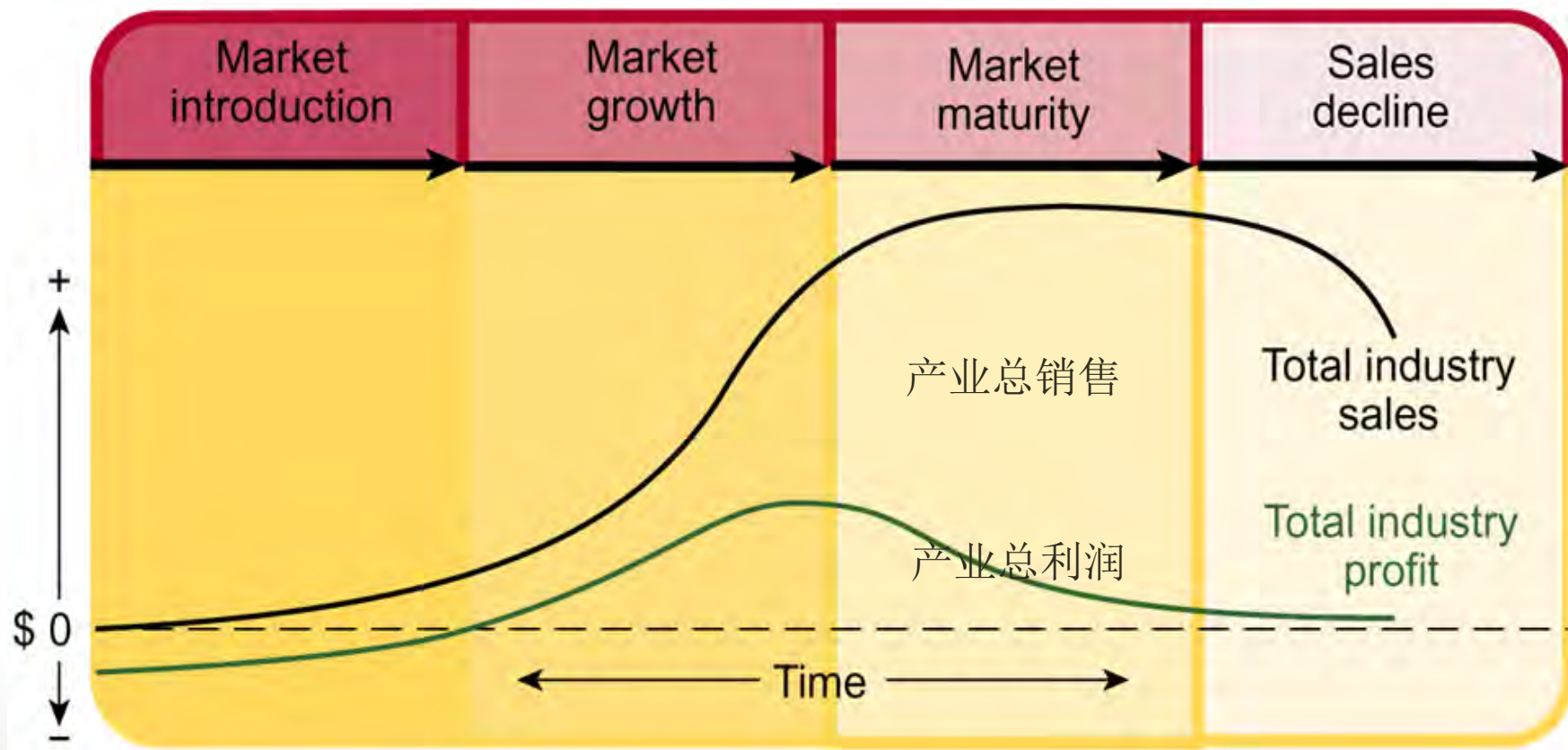
# Products Life Cycle 产品生命周期

导入期

成长期

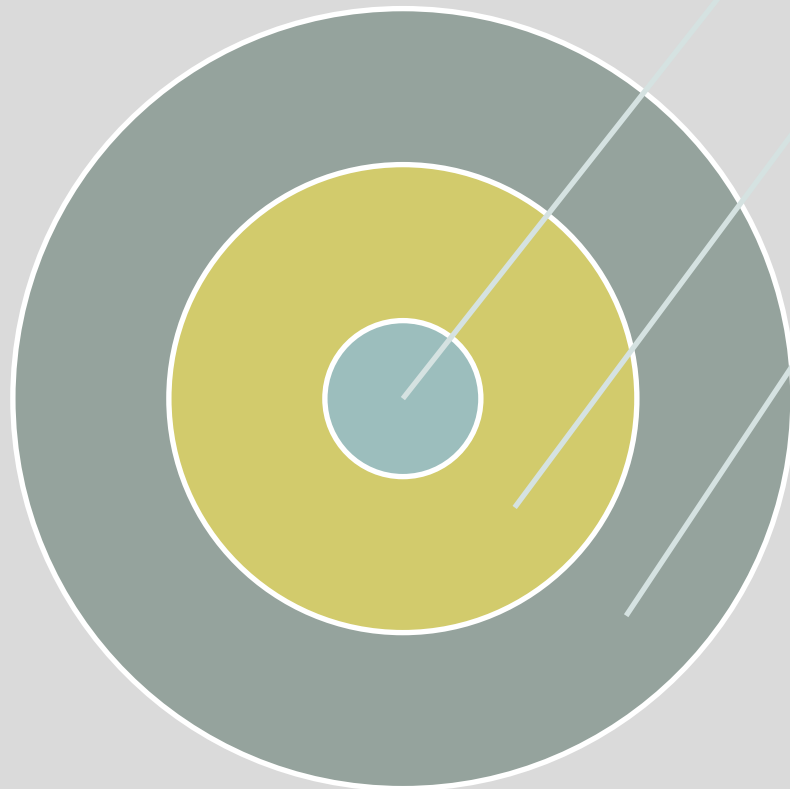
成熟期

衰退期



# Three levels of a product

## 产品概念的3个层次



The **CORE product** is NOT the tangible- it is the **BENEFIT** of the product that makes it valuable to you.

核心产品是指产品能提供消费者的核心利益。

The **ACTUAL product** is the tangible, physical product.

有形产品是指将核心产品转化为有形实体物品或服务。

The **AUGMENTED product** is the non-physical part of the product - usually consists of lots of added value

引申产品是非实体的，通常带来很多附加价值



# PRICE

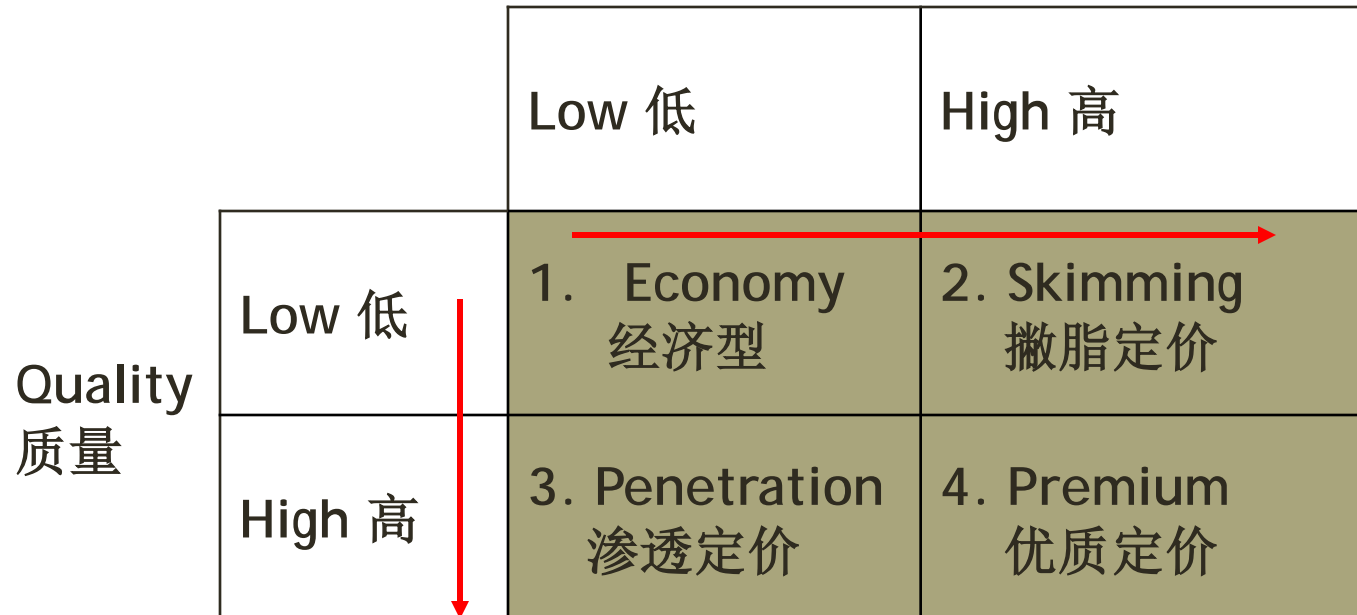
# 价格



# Pricing Strategies 定价策略

Price 价格

		Price 价格	
		Low 低	High 高
Quality 质量	Low 低	1. Economy 经济型	2. Skimming 撇脂定价
	High 高	3. Penetration 渗透定价	4. Premium 优质定价



# Other Pricing Strategies

## 其他定价策略

- Psychological Pricing 心理定价
- Optional Product Pricing 可选产品定价
- Captive Product Pricing 附加产品定价
- Product Bundle Pricing 产品捆绑定价
- Geographical Pricing 区域定价
- Price discrimination – is it fair to charge different prices to different people for the same product  
价格歧视定价—对同样的产品收取不同的价格，这样公平吗？

# PLACE

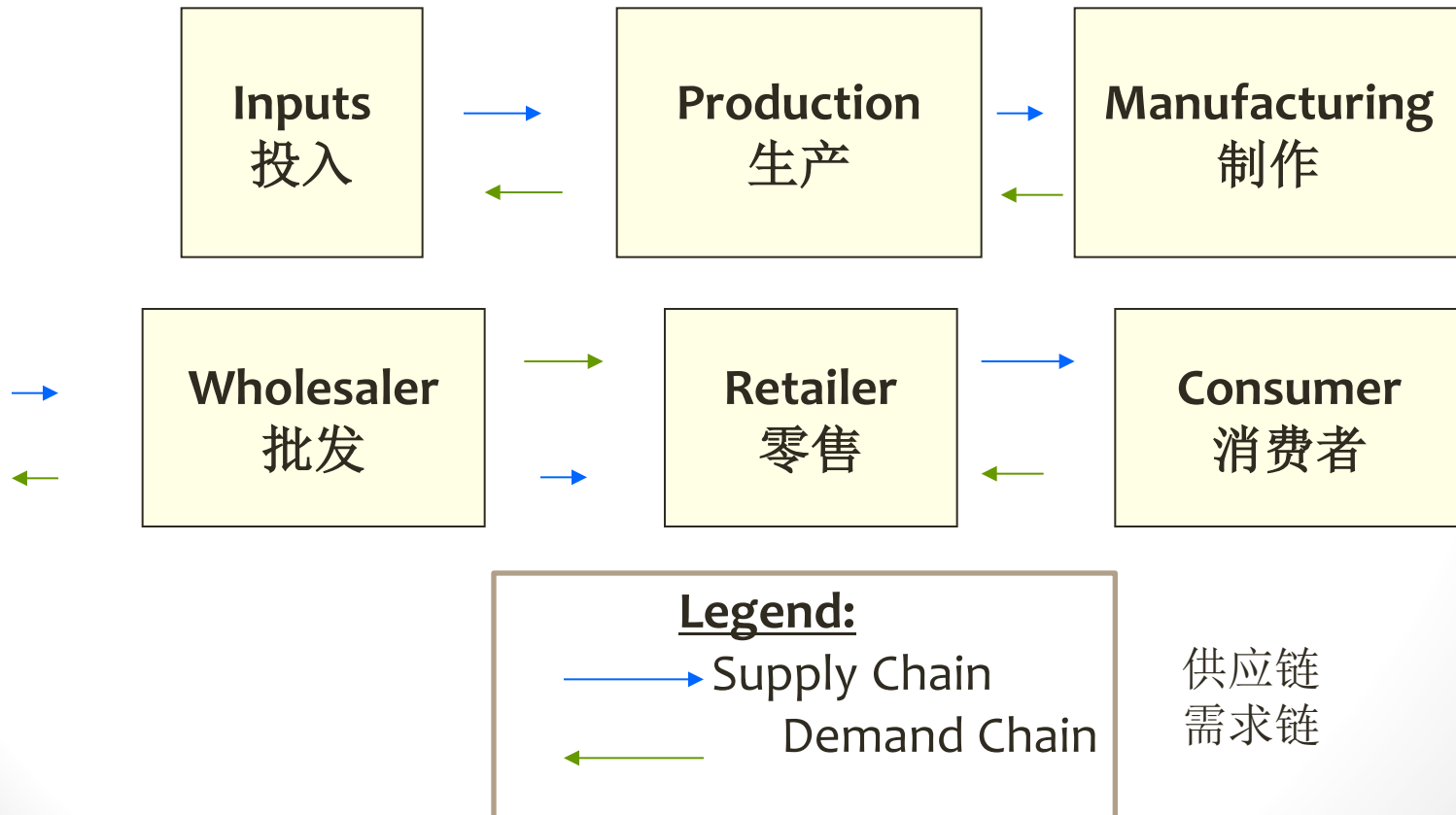
# 渠道





# Industrial Food Markets and Distribution Systems

## 食品工业市场 分配系统



# Six basic PLACE decisions

## 六个基本渠道考虑

1. 用直接或间接渠道？
2. 单个或多个渠道？
3. 多个渠道的总长度？
4. 中介种类？
5. 每个层次的中介？
6. 哪些公司可作为中介来避免不同渠道间的摩擦？

# PROMOTION

# 促销



# Elements of the Promotion Mix

## 促销组合元素

- Personal Selling 人员推销
- Sales Promotion 营业推广
- Public Relations (PR) 公关促销
- Trade Fairs and Exhibitions 贸易促销会和展览
- Advertising 广告促销

# Marketing Strategy

## 营销策略

“营销策略是个让公司或组织集中他们有限的资源，用最好的机会提高销售的过程或模型，以此实现一个持久的竞争优势。”