

山东大学学报(理学版) 2008, **43**(8) 19-23 DOI: ISSN: 1671-9352 CN: 37-1389/N

本期目录 | 下期目录 | 过刊浏览 | 高级检索

[打印本页] [关闭]

论文

基于渠道不对称的多品牌代理零售商的应对策略研究

陆媛媛^{1,2}

1. 吉林师范大学数学学院, 吉林 四平 136000; 2. 中国人民大学商学院, 北京 100872

摘要:

从零售商角度出发,针对1个零售商及2个处于竞争的知名品牌、一般品牌制造商组成的供应链系统,运用Stackelberg博弈模型,研究了当渠道势力不对称时,渠道势力居中的零售商的应对策略问题。指出在一定条件下,以利润最大化为目标的零售商采取对高质低价的一般品牌进行广告促销策略,不仅可以增加零售商销售利润,而且更为重要的是,广告促销策略还可以增强零售商的渠道议价能力,成为迫使知名品牌制造商妥协退让,进而降低产品批发价的策略性武器。

关键词: 供应链 广告促销 品牌 Stackelberg博弈

Strategic multi-brand retailer response to the asymmetric supply chain channel

LU Yuan-yuan^{1,2}

1. Mathematical College, Jilin Normal University, Siping 136000, Jilin, China; 2. Business School, Renmin University of China, Beijing 100872, China

Abstract:

In a supply chain system formed by one retailer and two different brand manufactures, a Stackelberg game model was presented to illustrate a strategic retailer response to the asymmetric margin channel profit in an asymmetric channel. The retailer can make use of joint advertising and promotion for the general brand, which has high-quality and low-cost to gain more profits. In addition, this strategy can enhance the bargaining ability of the retailer, which can use it as a strategic weapon to elicit concessions from a well-known brand manufacturer.

Keywords:

supply chain advertising and promotion brand Stackelberg game

收稿日期 1900-01-01 修回日期 1900-01-01 网络版发布日期 2006-10-24

DOI:

基金项目:

通讯作者: 陆媛媛

作者简介:

扩展功能

本文信息

- Supporting info
- PDF(0KB)
- [HTML全文](0KB)
- 参考文献[PDF]
- 参考文献

服务与反馈

- 把本文推荐给朋友
- 加入我的书架
- 加入引用管理器
- 引用本文
- Email Alert
- 文章反馈
- 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- ▶ 供应链
- ▶ 广告促销
- ▶ 品牌
- ▶ Stackelberg博弈

本文作者相关文章

- ▶ 陆媛媛

本刊中的类似文章

1. 蒋鹏飞,王震. 三级供应链合作博弈分析[J]. 山东大学学报(理学版), 2008,43(1): 103-106
2. 陆媛媛,李明芳. 基于合作广告的零售商订货策略与渠道协调问题研究[J]. 山东大学学报(理学版), 2008,43(1): 107-112
3. 蒋鹏飞,沙亚军,胡发胜. 二级供应链不同博弈研究[J]. 山东大学学报(理学版),

2007,42(2): 51-55

4. 王 震,蒋鹏飞 .古诺寡头市场分销商线性激励机制[J]. 山东大学学报(理学版),

2008,43(9): 85-88

5. 崔玉泉,王剑敏,戎晓霞 .随机需求下两层供应链问题的模型探究[J]. 山东大学学报(理学版), 2008,43(10): 6-11

6. 张克勇 1,2 ,周国华 1 .

非对称信息下闭环供应链差别定价协调机制

[J]. 山东大学学报(理学版), 2009,44(1): 60-64

Copyright 2008 by 山东大学学报(理学版)