



价格策略下商品赠送对多代产品扩散的影响

Impact of product sampling on the diffusion of multi-generation products based on the pricing strategy

摘要点击 366 全文点击 166

[查看全文](#) [查看/发表评论](#) [下载PDF阅读器](#)

中文关键词

英文关键词

基金项目

作者

单位

胡知能

四川大学不确定决策实验室

裴玉蓉

中文摘要

针对代际产品中非耐用品的扩散特性,以低值易耗品为研究对象,建立一个包含免费商品赠送,价格策略和消费者重复购买行为影响的动态扩散模型.模拟计算分析表明,第一代产品的成功扩散加速第二代产品扩散,第二代产品的上市将掠夺第一代产品的市场资源,两代产品间形成竞争替代关系;免费商品赠送将促进代际产品的扩散,首期赠送为最优赠送时期;选择价格策略时,都采取渗透价格策略为最优;当消费者进行重复购买时,两代产品的销售量和净现值都增多;最后,对模型中部分参数分析发现,第一代产品的参数变化不仅影响其自身赠送水平,也影响第二代产品的赠送水平.

英文摘要

关闭

版权所有 © 2007 《系统工程学报》

通讯地址: 天津市卫津路92号天津大学25教学楼A区908室 邮编: 300072

联系电话/传真: 022-27403197 电子信箱: jse@tju.edu.cn