

重复购买的产品生命周期模型研究

王海云, 尚志田

上海财经大学国际工商管理学院 上海 200083

The Research on Repurchasing Product Life Cycle Model

WANG Hai-yun, SHANG Zhi-tian

International Business Management School, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200083, China

- [摘要](#)
- [参考文献](#)
- [相关文章](#)

Download: [PDF \(KB\)](#) [HTML \(KB\)](#) Export: [BibTeX](#) or [EndNote \(RIS\)](#) [Supporting Info](#)

摘要 产品生命周期是市场营销中的重要概念,对产品所处阶段精确分析直接影响到企业的战略决策。本文在Bass模型的基础上加入了重复购买因素,完整地考察了整条产品生命周期曲线,并进一步对影响模型各参数地企业内外部因素进行了分析;然后,文章还根据我国部分商品的实际资料对模型进行了验证;最后,指出企业在各阶段的营销启示。

关键词: [产品生命周期](#) [营销模型](#) [重复购买](#)

Abstract: Product Life Cycle is the core concept of marketing and it makes great impact on company's strategic decision. In this article, we considered repurchasing factor on the base of Bass Model and researched the Complete PLC Model. We also analyzed the factors inside or outside enterprises that influence the parameters of the model and validated our model with the actual data of some Chinese commodities. At last, we give some suggestions about companies' marketing strategy on the different stages.

收稿日期: 2001-03-09;

引用本文:

王海云, 尚志田. 重复购买的产品生命周期模型研究[J] 中国管理科学, 2002, V(2): 24-29

Service

[把本文推荐给朋友](#)
[加入我的书架](#)
[加入引用管理器](#)

[Email Alert](#)
[RSS](#)

作者相关文章

[王海云](#)
[尚志田](#)

没有本文参考文献

没有找到本文相关文章

