

基于制造商和零售商自有品牌竞争的供应链广告决策

吕芹¹, 霍佳震²

- 1. 上海大学悉尼工商学院 上海 201800;
- 2. 同济大学经济与管理学院 上海 200092

Supply Chain Advertising Decision Based on Competition of National and Store Brands

LV Qin¹, HUO Jia-zhen²

- 1. Sydney Institute of Language and Commerce, Shanghai University, Shanghai 201800, China;
- 2. School of Economics and Management, Tongji University, Shanghai 200092, China

- 摘要
- 参考文献
- 相关文章

Download: PDF (0KB) HTML (1KB) Export: BibTeX or EndNote (RIS) Supporting Info

摘要 考虑一个零售商同时出售制造品牌产品和零售商自有品牌产品的营销渠道,这两类产品之间存在一定竞争性。制造商与零售商分别进行广告投资促销并累计商誉,且制造商与零售商共同分担零售商的广告投资成本。假设零售商广告促销活动对制造品牌商誉存在负面影响。运用微分对策的方法求解动态环境下Stackelberg主从博弈下的最优决策,并分析了零售商和制造商处参数对决策的影响。最后证明,Stackelberg主从博弈决策优于Nash非合作博弈决策。

关键词: 供应链 Stackelberg博弈 微分对策 零售商自有品牌 合作广告

Abstract: A marketing channel, where a retailer sells, its own store brand, along the manufacturer's brand, is considered. Competition exists between them. Each player invests in advertising in order to build the brand's goodwill, and the manufacturer bears part of the retailer's advertising investment. We assume that the retailer's advertising promotion has a negative impact on the goodwill of manufacturer's brand. A methodology of differential games is adopted to investigate the optimal advertising strategies of the manufacturer and the retailer in Stackelberg leader-follower game under a dynamic circumstance. The effect of the parameters of the manufacturer and the retailer on the optimal decision is analyzed. Finally, we prove that the decision of Stackelberg leader-follower game is prior to the one of Nash non-cooperative game.

收稿日期: 2010-09-09;

基金资助:

国家自然科学基金重点项目(70832005);上海市重点学科建设项目(B310)

作者简介: 吕芹(1980-),女(汉族),安徽宿州人,上海大学悉尼工商学院讲师,研究方向:物流与供应链管理。

引用本文:

吕芹, 霍佳震. 基于制造商和零售商自有品牌竞争的供应链广告决策[J]. 中国管理科学, 2011, V19(1): 48-54

没有本文参考文献

- [1] 凌六一, 郭晓龙, 胡中菊, 梁樑. 基于随机产出与随机需求的农产品供应链风险共担合同[J]. 中国管理科学, 2013, (2): 50-57
- [2] 李群霞, 王文彬, 张群. 供应链库存商业信用协调的研究[J]. 中国管理科学, 2013, (2): 58-65
- [3] 易余胤. 具广告效应的闭环供应链协调性能研究[J]. 中国管理科学, 2013, (2): 76-83
- [4] 李剑锋, 陈世平, 易荣华, 黄祖庆, 汤易兵. 二级物流服务供应链定价及其效率研究[J]. 中国管理科学, 2013, (2): 84-90
- [5] 李新明, 廖貅武, 刘洋. 基于SaaS模式的服务供应链协调研究[J]. 中国管理科学, 2013, (2): 98-106

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

- 吕芹
- 霍佳震

- [6] 李翀, 刘思峰, 方志耕, 白洋.供应链网络系统的牛鞭效应时滞因素分析与库存控制策略研究[J]. 中国管理科学, 2013,(2): 107-113
- [7] 范体军, 张李浩, 吴锋, 杨惠霄.RFID技术压缩提前期对供应链收益的影响与协调[J]. 中国管理科学, 2013,(2): 114-122
- [8] 王道平, 张学龙, 赵相忠.具有灰色随机动态特征的供应链牛鞭效应的鲁棒性分析[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 57-62
- [9] 熊恒庆, 黄勇, 杨建仁.基于风险厌恶的供应链订货时机分析[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 63-70
- [10] 朱立龙, 于涛, 夏同水.两级供应链产品质量控制契约模型分析[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 71-79
- [11] 简惠云, 王国顺, 许民利.具有两阶段生产模式和需求信息更新的供应链契约研究[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 80-89
- [12] 颜荣芳, 程永宏, 王彩霞.再制造闭环供应链最优差别定价模型[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 90-97
- [13] 张雅琪, 陈菊红, 郭福利, 李赛赛.混合渠道下2-2可替代品供应链中交叉选择及均衡分析[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 98-104
- [14] 李毅鹏, 马士华.建筑供应链中基于空间约束的多供应商横向协同研究[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 111-117
- [15] 张建军, 赵晋, 张洪见, 张艳霞.面向道德风险的易逝品供应链声誉演化研究[J]. 中国管理科学, 2013,(1): 180-184