

# International Marketing

Eleventh Edition



Chapter

13

# 企業的產品及服務

# 美國出口的主要分類

分類	百分比
服務總計	28.5
旅遊 (旅館等)	8.7
運輸 (乘客、貨物和港口服務)	7.5
商業、自由業和技術服務 (廣告、會計、 法律、建設、工程)	1.7
金融服務(銀行和保險)	1.5
教育和訓練服務 (大部分是外國學生學費)	1.0
娛樂 (電影、書籍、錄音帶)	0.8
其他 (電話通信、資訊、健保)	7.3



# 美國出口的主要分類

種類	百分比
商品的總計	71.5
食物、飼料和飲料 (小麥、水果、肉)	4.8
工業的供給(原油、塑膠、化學品、金屬)	15.1
資本財 (建築設備、飛機、電腦、電信設備)	32.1
汽車、引擎和零件	7.7
消費者產品 (藥物、香菸、玩具、服飾)	8.2
其他	3.6

# 衍生需求範例

期別	預鑄玻璃纖維淋浴間的消費者需求			生產淋浴間機器的數目			對機器的需求		
	年	前一年	當年	淨變動	前一年	當年	淨變動	替換的	新的 總計
13-4	1	100,000	100,000	-	500	500	-	50	- 50
	2	100,000	110,000	+10,000	500	550	+50	50	50 100
	3	110,000	115,000	+5,000	550	575	+25	50	25 75
	4	115,000	118,000	+3,000	575	590	+15	50	15 65
	5	118,000	100,000	-18,000	590	500	-90	-	-40 -40
	6	100,000	100,000	-	500	500	-	10	- 10

# 工業產品市場

- 經濟發展的階段
- 技術與市場需求
- 產品品質的特性
- 品質高低取決於顧客
- 缺乏全球的標準

13-5

# 經濟發展的階段

1. 工業前/ 商業前的階段
2. 起飛前的預備階段
3. 起飛階段
4. 走向成熟階段
5. 大量消費的時代

# ISO 9000

ISO 9000 是有關製造廠品質制度的登記及檢定。它是有關總稱的標準制度，並經由內部與外部混合的稽查，使一家企業能夠確保其品質控制制度。它只是產品生產過程的認證，並不擔保製造廠能生產有「品質」的產品或服務。



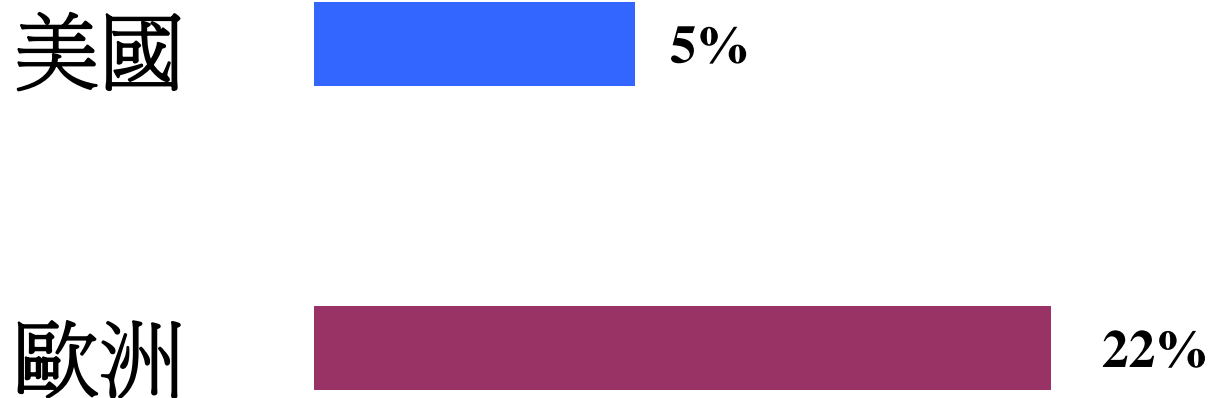
# 有效的競爭需要

- ❖ 有效的服務
- ❖ 立即的遞送
- ❖ 能提供零件及替換品
- ❖ 安裝及訓練

# Reading Industrial Customers

- ❖ 印刷廣告
- ❖ 型錄
- ❖ 網站
- ❖ 直接郵寄
- ❖ 貿易展/ 博覽會

## 花在參加貿易項目的媒體預算比例



13-10