

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: 17720131151096

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

双渠道下供应链背景下外来制造商进入策略研究

Study on External Manufacturer Entering Strategy
in Dual-channel Supply Chain

王 东

指导教师姓名: 计国君 教授

专 业 名 称: 管理科学与工程

论文提交日期: 2016 年 4 月

论文答辩时间: 2016 年 5 月

学位授予日期: 2016 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2016 年 5 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为(国家自然科学基金)课题(组)的研究成果,获得(基于战略顾客行为的跨渠道设计研究[71371159]和基于大数据的全渠道供应链服务创新机制研究[71571151])课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

随着经济全球化的快速发展,企业间的竞争由供应链内部逐渐延伸到供应链外部。链外企业的进入威胁引起了国内外许多学者的关注,并进行了一系列的研究,但是这些研究主要是建立在单渠道供应链的基础之上,加之网络直销渠道的广泛运用,因此有必要在双渠道背景下研究链外企业进入行为。基于这些,本论文在双渠道供应链的背景下,研究外来制造商的进入方式对在位供应链成员的影响,并且从不同成员视角考察外来进入策略和在位阻止策略。

首先,考虑当外来制造商分别从传统渠道和直销渠道进入市场时,构建模型求解得到供应链各成员的最优反应函数。结果表明外来制造商的进入造成在位产品在双渠道上的产品批发价和直销价降低,产品需求减少。对零售商来说,当外来制造商进入传统渠道时,在位产品在传统渠道上价格降低,需求减少;当外来制造商进入直销渠道时,零售商的单位产品收益和产品销量都不变。

其次,分析产品的质量系数、网络接受度及渠道成本对外来制造商进入策略的影响。结果表明外来制造商在网络接受度较高时进入直销渠道比较有利,在网络接受度较低或者网络接受度和产品质量系数都较高时进入传统渠道相对有利。

最后,从在位制造商视角研究外来制造商进入不同渠道时的阻止策略。结果表明当进入成本较低时,在位制造商无法阻止外来制造商进入;当进入成本过高时,在位制造商不用改变定价即可阻止进入;而当进入成本适中时,在位制造商可以通过降低产品在直销渠道上的零售价达到阻止进入的目的。

本论文旨在揭示双渠道背景下研究链外企业进入以及在位阻止的策略,丰富了该领域的理论成果,所得到的相关结论对实际有指导意义。

关键字: 双渠道定价; 链外进入; 阻止策略

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

With the rapid development of economic globalization, competition among enterprises gradually extended by the internal supply chain to the external supply chain, External enterprises' entry threats are recognized and regarded by more and more enterprises. Domestic and foreign scholars have conducted a series of studies, but these studies mainly based on single-channel supply chain. However, with the wide promotion of the network channel, it is necessary to study external enterprises' entry threats under dual-channel supply chain. In view of this, this thesis studies the impact of external enterprises' different entry strategies on incumbents, analyzes the optimal entering strategy and deterrence strategy from different perspectives respectively under dual-channel supply chain.

Firstly, this thesis discusses the members' optimal decision valuables under two different entry strategies: traditional channel and network channel. The result shows that the entry of external manufacturer reduces the incumbent product's wholesale and direct channel price, causing demand reduced. When external manufacturer entries traditional channel, the selling price and demand of incumbent product reduced, while entries network channel, the demand and unit income remain unchanged.

Secondly, the thesis analyses the impact of channel cost, product quality and network acceptance on entry strategy. The result shows that it is more favorable to select network channel when network acceptance is high, and it is more favorable to select traditional channel when network acceptance is low or network acceptance and product quality both remain high.

Finally, the thesis studies the incumbent manufacturer's optimal deterrence strategy when facing the entry threat of external manufacturer. The result shows that the incumbent cannot deter the external manufacturer from entering the market when channel cost is low, and the incumbent need not to deter when channel cost is high. In addition, the incumbent can reduce the selling price to deter the entry when the channel cost is moderate.

This thesis aims to reveal entry and deterrence strategies from different members'

perspectives under dual-channel supply chain and the results have practical significance.

Key words: Dual-channel Pricing; External Manufacturer Entering; Entry Deterrence

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景与问题	1
1.2 研究意义与研究方法	2
1.2.1 研究意义.....	2
1.2.2 研究方法.....	3
1.3 研究创新	3
1.4 研究的主要内容与技术路线	3
第 2 章 文献综述	7
2.1 双渠道供应链定价研究综述	7
2.2 外来企业进入研究综述	10
2.3 本章小结	12
第 3 章 外来制造商视角下的双渠道供应链进入策略研究	13
3.1 引言.....	13
3.2 问题描述与符号说明	14
3.3 消费者效用模型以及需求函数	16
3.4 外来制造商进入市场之前的双渠道决策模型	20
3.5 外来制造商进入传统渠道的双渠道决策模型	23
3.5.1 产品质量系数大于网络接受度.....	23
3.5.2 产品质量系数小于网络接受度.....	26
3.6 外来制造商进入直销渠道的双渠道决策模型	28
3.7 外来制造商进入市场对在位成员决策结果的影响	31
3.7.1 外来制造商进入市场对在位制造商的影响.....	31
3.7.2 外来制造商进入市场对零售商的影响.....	32
3.8 算例分析	33
3.8.1 产品质量系数对在位制造商的影响.....	33
3.8.2 产品质量系数对零售商的影响.....	36
3.8.3 产品质量系数对供应链系统的影响.....	38

3.9 本章小结	38
第 4 章 外来制造商最优进入策略研究	39
4.1 引言	39
4.2 不同进入策略下的供应链在位成员利润分析	39
4.3 供应链在位成员视角下的最优进入策略选择	41
4.3.1 在位制造商视角的最优进入策略	41
4.3.2 零售商视角的最优进入策略	41
4.4 外来制造商最优进入策略选择	42
4.4.1 不同策略下的市场进入条件分析	42
4.4.2 外来制造商最优进入策略选择	43
4.5 算例分析	44
4.5.1 不同进入策略下的在位制造商利润	44
4.5.2 不同进入策略下的零售商利润	45
4.5.3 不同进入策略下的外来制造商利润	46
4.6 本章小结	48
第 5 章 在位制造商视角下的阻止策略研究	49
5.1 引言	49
5.2 外来制造商进入传统渠道的阻止策略	49
5.2.1 在位制造商不改变定价	49
5.2.2 在位制造商采取最低阻止定价	50
5.2.3 在位制造商最优阻止定价策略	51
5.3 外来制造商进入直销渠道的阻止策略	52
5.3.1 在位制造商不改变定价	52
5.3.2 在位制造商采取最低阻止定价	53
5.3.3 在位制造商最优阻止定价策略	54
5.4 算例分析	55
5.4.1 外来制造商进入传统渠道时在位阻止定价	55
5.4.2 外来制造商进入直销渠道时在位阻止定价	59
5.5 管理启示	60

5.6 本章小结	62
第 6 章 研究结论与展望	63
6.1 研究结论	63
6.2 研究展望	64
参考文献.....	65
致谢.....	71

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Contents

Chapter 1 Introduction.....	1
1.1 General Backgroud and Research Problems.....	1
1.2 Research Meaning and Method	2
1.2.1 Research Meaning.....	2
1.2.2 Research Method	3
1.3 Research Contribution	3
1.4 Main Content and Technology Route.....	3
Chapter 2 Literature Review	7
2.1 The Pricing of Dual Channel.....	7
2.2 External Enterprise Entering	10
2.3 Summary.....	12
Chapter 3 External Manufacturer’s Entering Strategy under Dual-channel Supply Chain	13
3.1 Introduction.....	13
3.2 Problem Description and Symbol Description	14
3.3 Utility Model and the Demand Function	16
3.4 Dual-channel Decision before Entering	20
3.5 Dual-channel Decision When Entering Traditional Channel	23
3.5.1 Product Quality Higher than Network Acceptance.....	23
3.5.2 Product Quality Lower than Network Acceptance	26
3.6 Dual-channel Decision When Entering Network Channel.....	28
3.7 The Effect of Entry on Incumbents’ Decision-making	31
3.7.1 The Impact of Entry on Incumbent Manufacturer	31
3.7.2 The Impact of Entry on Retailer.....	32
3.8 Numerical Analysis	33
3.8.1 The Effect of Product Quality on Incumbent Manufacturer	33
3.8.2 The Effect of Product Quality on Retailer	36

3.8.3 The Effect of Product Quality on Supply Chain System	38
3.9 Summary.....	38
Chapter 4 External Manufacturer’s Optimal Entering Strategy ...	39
4.1 Introduction.....	39
4.2 Analysis on Incumbents’ Profit under Different Entering Strategies	39
4.3 The Optimal Entering Strategy of Incumbents’ Perspectives	41
4.3.1 The Optimal Entering Strategy of Incumbent Manufacturer Perspective	41
4.3.2 The Optimal Entering Strategy of Retailer Perspective	41
4.4 The Optimal Entering Strategy of External Manufacturer.....	42
4.4.1 Analysis on Entry Conditions under Different Entering Strategies	42
4.4.2 The Optimal Entering Strategy of External Manufacturer.....	43
4.5 Numerical Analysis	44
4.5.1 The Profit of Incumbent Manufacturer under Entry Strategies	44
4.5.2 The Profit of Retailer under Entry Strategies.....	45
4.5.3 The Profit of External Manufacturer under Entry Strategies	46
4.6 Summary.....	48
Chapter 5 Entry Deterrence of Incumbent Manufacturer	49
5.1 Introduction.....	49
5.2 Entry Deterrence under Traditional Channel.....	49
5.2.1 Keeping Selling Price Unchanged	49
5.2.2 Choosing Lowest Opposed Price	50
5.2.3 The Optimal Opposed Pricing of Incumbent Manufacturer	51
5.3 Entry Deterrence under Network Channel	52
5.3.1 Keeping Selling Price Unchanged	52
5.3.2 Choosing Lowest Opposed Price	53
5.3.3 The Optimal Opposed Pricing of Incumbent Manufacturer	54
5.4 Numerical Analysis	55
5.4.1 Opposed Pricing under Traditional Channel	55

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.