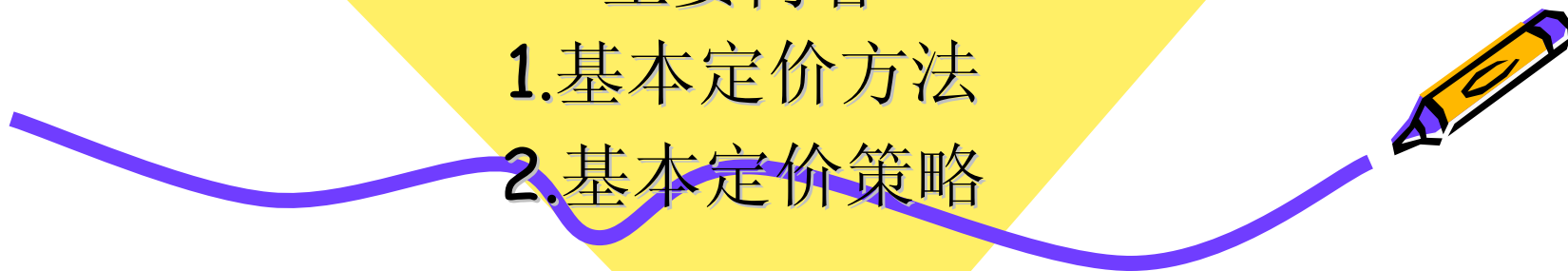




第八章 价格策略

主要内容

- 1.基本定价方法
- 2.基本定价策略



第一节 定价依据与目标

一、定价依据

- 1. 产品价值和成本
- 2. 市场需求
- 3. 市场竞争环境
- 4. 其他因素



第一节 定价依据与目标

二、定价目标

- 1.以追求最大利润为目标
- 2.以扩大市场占有率为目标
- 3.以实现投资收益率为目标
- 4.以适应价格竞争为目标
- 5.以维持价格稳定为目标



第二节 定价程序与方法

一、定价程序

- 1.确定定价目标
- 2.需求预计
- 3.测算成本
- 4.了解市场环境
- 5.确定定价方法和策略



第二节 定价程序与方法

二、定价方法

- 1.成本导向定价法
- (1)成本加成定价法：所谓成本加成定价是指按照单位成本加上一定百分比的利润来确定产品销售价格。成本加成定价法的公式为：

- $P = C(1 + R)$

式中：P为单位产品售价；C为单位产品成本；R为成本加成率。



第二节 定价程序与方法

- (2) 售价加成法

其公式为：

- $P = C / (1 - R')$

式中 P 为单价； C 为单位产品成本； R' 为售价加成率。

- $R' = R / (P \cdot Q)$

式中 $P \cdot Q$ 为销售额； R 为预期到期利润。

Q 为销售量； P 是价格



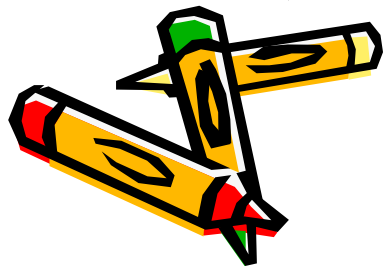
第二节 定价程序与方法

- (3)投资收益率定价法：也称为目标收益率法，即企业希望确定的价格能带来目标投资收益率

其计算公式是：

- $P = C \cdot (1 + r) / Q$

式中P是单位产品价格；Q是预计销售量；
r是目标利润率；C是总成本



第二节 定价程序与方法

- (4) 边际成本定价法：也称为边际贡献定价法，该方法以变动成本作为定价基础，只要定价高于变动成本，企业就可以获得边际收益（边际贡献），用以抵补固定成本，剩余即为盈利。

计算公式为：

- $P = (CV + M) / Q$

式中：P是单位产品价格；CV是总的变动成本；Q是预计销售量；R是预计销售收入，M是边际贡献， $M = R - CV$



第二节 定价程序与方法

- (5)盈亏平衡定价法：它是按照生产某种产品的总成本和销售收入维持平衡的原则，来制定产品的保本价格。

计算公式为：

- $P = (F + CV) / Q = F / Q + V$

其中： P 是单位产品保本价格； CV 是总的变动成本； F 是固定成本； Q 是预计销售量； V 是单位变动成本



第二节 定价程序与方法

- 2.需求导向定价法
 - (1)理解价值定价法
 - (2)区分需求定价法
 - (3)可销价格倒推法
 - (4)拍卖定价法



第二节 定价程序与方法

- 3.竞争导向定价法
 - 1.随行就市定价法
 - 2.竞争价格定价法
 - 3.密封投标定价法



第三节 定价策略

一、心理定价策略

- 1. 尾数定价策略
- 2. 整数定价策略
- 3. 声望定价策略
- 4. 招徕定价策略
- 5. 习惯定价策略



第三节 定价策略

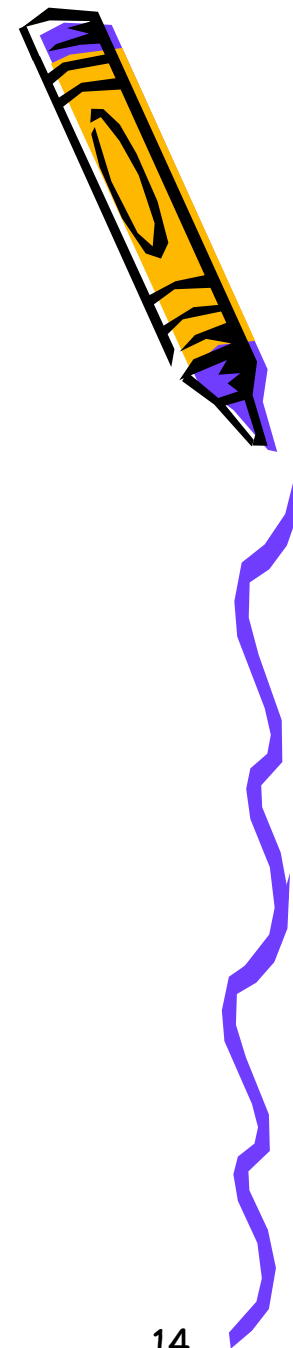
- 二、折扣定价策略
 - 1. 现金折扣
 - 2. 数量折扣
 - 3. 业务折扣
 - 4. 季节性折扣
 - 5. 推广折扣和运费折扣



第三节 定价策略

三、阶段定价策略

- 1.试销阶段（产品投入期）
 - (1)取脂定价
 - (2)渗透定价策略
 - (3)满意价格策略



第三节 定价策略

- 2.畅销阶段（成长期）
- 3.成熟期
- 4.滞销阶段



第三节 定价策略

- 四、相关产品价格策略
- 1. 替代产品定价策略
- 2. 互补产品定价策略



思考题

- 1. 关键词：成本导向定价法、需求导向定价法、竞争导向定价法、尾数定价策略、声望定价策略、招徕定价策略、折扣定价策略、现金折扣、数量折扣、取脂价格策略、渗透定价策略、满意价格策略
- 2. 企业定价的主要依据和目标是什么？
- 3. 什么是成本导向定价法？它有哪些具体方法？
- 4. 什么是需求导向定价法？它有哪些具体方法？
- 5. 竞争导向定价法的特点是什么？
- 6. 常见的消费心理价格有哪些？如何进行心理定价？

