



第七章 定价策略

《市场营销理论与实训》课题小组
广州市旅游商务职业学校

导入案例——价如黄金的水

娟 [试析]

娟 为什么一桶水可以定得四两黄金和五克拉钻戒的高价？
在现实生活中，有些商品可以令顾客一掷千金，而有些商品顾客又斤斤计较？



第一节 影响定价因素





影响定价的内部因素

营销目标

企业定价时需要考虑的营销目标主要有：生存目标、现期利润最大化目标、市场份额领导目标和产品质量领导目标。

营销组合战略

价格是企业用来实现营销目标的营销组合工具中的一种。价格决策必须和产品、分销和促销决策相配合，才能形成一个连续有效的营销方案。对其它营销组合变量所做的决策会影响定价决策。

成本

成本是企业制定价格的底线。企业在设定一种价格时，要既能补偿生产、分销或直销产品的所有成本，又能带来可观的利润。企业成本在制定定价战略过程中会成为一个重要因素。



影响定价的外部因素

市场和需求

与成本决定价格的下限相反，市场和需求决定价格的上限。

不同市场类型决定不同的定价决策：

在完全竞争情况下，市场调研、产品开发、定价、广告及促销活动几乎没有什么作用或根本不发挥作用。因此，在这些市场中的销售者没有必要在销售战略上花太多时间，只要紧跟现行市场价格就行。

垄断市场 唯一的销售者

引导案例：高贵的石头



竞争对手

影响企业定价的另一个外部因素，是竞争对手的成本、价格以及竞争对手对该企业定价可能会做出的反应。



其他外部因素

企业在进行定价时，还必须考虑其它外部因素，如经济增长或衰退、通货膨胀和利率、政策法规，以及销售商对不同价格的反应等等。



第二节 定价的一般方法



成本导向定价

它是
它以产品成本为定价基本依据



需求导向定价

媿 它是指根据消费者对商品的认知、需求程度和对价格的承受能力来定价，将不同时间、不同地点、不同产品和不同消费者作为定价依据。



竞争导向定价

它是根据竞争者的产品价格作为定价依据，随竞争状况的变化来确定和调整价格水平。它有三种方法：

1. 通行价格定价法

这是使本企业的产品价格与竞争产品的平均价格保持一致，即随行就市定价。

2. 主动竞争定价法

这是根据企业产品的实际情况及与竞争者产品的差异来确定产品价格。产品价格有可能高于、低于或与市场价格一致。

3. 密封投标定价法这是主要用于投标交易的方式。企业事先根据招标公告的内容，估计竞争者的报价，确定自己的投标价格。

第三节 定价的基本策略



薄利多销策略

媿 它是指企业在商品定价时，以相对低的销售价格刺激需求，为实现长时期的总利润最大化或扩大市场占有率的一种价格策略。



厚利限销策略

嫵 这是指有计划地将价格向上偏离价值，目的是把社会需求限制在规定的范围内。

差别定价策略

媿 它是指企业按照两种或两种以上的差异价格销售某种产品或劳务。它有三种方式：

媿 1. 因顾客而异 同一种产品，对不同的顾客价格可以不同。

媿



2. 因式样而异 同一种产品，由于式样不同，虽成本相同，价格可以不同。

3. 因时空而异 同一产品或劳务，在不同地点、时间和不同的交易方式下，可以用不同的价格。



折扣定价策略

它是企业通过减少一部份价格来争取顾客的策略。折扣定价有五种方法：

1 . 现金折扣

它是对按约定日期付款或提前付款的顾客给予一定的价格折扣，目的在于鼓励顾客按期或提前支付欠款，减少企业风险。

2 . 数量折扣

它是根据购买数量或金额的差异给予不同的价格折扣。其目的在于鼓励顾客建立长期稳定的关系。



3 . 交易折扣

它是指企业根据中间商在市场营销中所担负的不同职能，给予不同的价格折扣。

4 . 季节折扣

它是指对在非消费旺季购买产品的消费者提供的价格优惠。



5 . 促销让价

它是指生产企业对经销商为产品推广所进行的各种促销活动，给予一定的让价作为报酬。

心理定价策略

媿 它是指企业运用心理学的原理，根据消费者的购买心理来制定价格。

媿 1 . 尾数定价



媿 2 . 整数定价



3 . 声望定价

4 . 招徕定价

5 . 习惯定价

6 . 系列定价 (也叫分档定价)

随行就市的定价策略

嫻 它是指依照现有的市场行情来定价的策略。这种定价策略风险较少，也容易为消费者接受，是一种很常用的定价策略。

第四节 价格变动反应及价格调整



主动调价

嫻 它是指企业在生产经营过程中，由于市场环境和企业内部条件的变化，主动实施降价或提价。

应变调价

媿 它是指企业在竞争者率先调价的情况下，企业被迫采取措施变动价格。采取哪种价格策略，要及时对竞争者和本企业实际情况做认真的研究、分析和比较。

价格变动反应

企业 企业在变价时，既要考虑消费者的反应，也要研究分析竞争对手的态度。

练一练

娟 为你的产品定一个有吸引力的价格

练一练内容

在给自己的产品定价的之前，我们来玩一个定价游戏，来体会一下市场价格的有趣现象，给同学们带来一些启迪。市场价格的制定除了自己本身的定价目标之外，会受到很多外部因素的影响，例如：竞争者的价格，市场行业的平均价格等等。当市场处于完全竞争的状态时，价格越接近行业价格的利润最多，越偏离行业价格的，利润最低。如果市场处于垄断状态的话，价格垄断，企业可以制定高价。

游戏竞赛的内容：某市场销售 A、B 两件产品，各有 5 个竞争者参与竞争。

A 产品成本 150 元，售价上限 300 元，预计总销量 10000 件。

B 产品成本 600 元，售价上限 1000 元，预计总销量 5000 件。要求：全班分为 10 个小组，分别参与两个产品的出价和竞争。进行三轮出价（整数），按一定规则计算出销量和利润，以三轮的总利润决出优胜者。第一、第二轮的定价小组之间不能互相交流，第三轮定价小组之间可以互相交流。

要求：

1. 小组竞赛：全班分成 10 个小组，每 5 组竞争同一个市场。

2. 成果计算：利用 EXCEL 表格，输入价格，自动计算市场份额、销量和利润。

3. 小组分享：学生代表上台讲述自己的定价思路。

案例与启示：雅阁汽车 一步到位的价格策略



昵图网 nopic.com/sunshine_dan

娟 课后习题：

娟 **【为自己网店产品定价】**

娟 请同学们课后在自己的网店平台更新自己的网店价格。

thankyou

谢谢观赏

