

EMBA听课记:定价的学问(一) PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/284/2021_2022_EMBA_E5_90_AC_E8_AF_BE_c71_284710.htm 从产品本位到服务本位 习惯了以问题开场的卢克教授，今天也不例外，“大家怎么给自己的产品定价呢？”“我们会考虑诸多方面的因素，包括生产成本、预期利润，以及竞争对手的定价。”“有些行业还要考虑政府的影响。”“如果它在中国市场上是独一无二的，就完全可以定高价，照样有人会买。因为它是一种变相的垄断。”……教授显然已经料到老板们的回答，他抬起双手，耸了耸肩：“如果仅仅考虑生产成本和竞争对手的话，那么我们的定价就只能永远保持在低水平上。”“除此之外还能考虑什么呢？”一个头发稀疏的中年老板皱着眉头，单手托腮，轻声地自言自语。教授踱着方步，娓娓道来。“如果考虑给客户带来了多少收益，情况就完全不一样了，可以定出比较高的价格。生产商应该主动为客户提供尽量特殊的服务，客户在别的地方买不到，你定价的时候就可以比较主动，甚至远远高于成本本身。归根结底，一定要关注你的产品到底能够为消费者创造多少价值，这无比重要。”“定价是一个博弈的过程，以竞争对手的价格为基准，没有错误，但它并不意味着一定要比竞争对手的价格低。这是大家经常走入的一个误区。”价格变动需要明确的理由 比利时有一家航空公司，原本的服务质量很高，但后来随着竞争的日趋激烈，他们决定削减成本，就相应地减少了一些服务项目，导致服务水平下降，但价位还停留在原来的水平上。乘客后来就拒绝再搭乘这家公司的飞机，结果不言而喻，这家航空公司

破产了。之后，又有一家小型的比利时航空公司成立，他们痛定思痛，吸取前者的教训，决定提供比较高质量的服务，但是却统一收费标准。没过多久，他们也破产了。坐飞机的人一般分两类，一类人不在乎服务质量，只在乎能安全抵达目的地；另一类人很在意服务质量，却不在乎金钱，这之间几乎没有什么中间状态。而第二家航空公司模糊了两种客户群之间的界限，注定了他们破产的命运。不同层次的产品应该有不同的定价，这不足为奇。那么同质同量的产品，是否也可以采取不同的定价原则呢？在前东德首都波恩，可口可乐公司在不同的销售场所采取不同的定价策略，同样一听可口可乐，在超市和车站的价格几乎相差一倍。“柯达的产品也是一样，在沃尔玛这样的超市里，价位就比较低。”柯达公司的一位管理者首先发言。“因为他们占有的资源各不相同，机场等地方投标租用土地的费用本身就比较高。”“长期以来，消费习惯已经形成。”“价格与进货渠道也有关系，超市的进货是超大批量的，进价就可以大幅度压低，甚至可以拖延支付。”“从销售成本考虑，小批量的销售，其成本相对来说，比较高。”教授的兴致越来越高，“人的心理在购物过程中，显得格外重要，昨天讲到市场要细分，其实，即便对同一个人，也要分不同的情况讨论。很可能面对相同的价格，同一个消费者上午不愿意买，下午就接受了。”“大型超市的竞争激烈程度很高，而在车站没有太多的竞争。”“在车站和机场，人们确实存在需求，因为口渴才会去买饮料，而在超市，你不是因为口渴才去买可口可乐，消费者是专程去那里采购的，在价格上就比较挑剔。”“一个是买方市场，一个是卖方市场。”“这也跟购买数量和购买频

率有很大的关系。”以前可口可乐老总有一个奇妙的想法，根据外界的气温来决定可口可乐的售价。如果天气炎热，就提高价格，因为需求量大，相反，如果在寒冷的冬季，就可以降低价格，以刺激人们的购买欲望。可口可乐公司为此做了相关的实验，大家觉得这样做行的通吗？它显然符合供需理论。“这无疑让消费者有被趁火打劫的感觉。”“假定我是消费者的话，夏天可口可乐一涨价，我不一定会改喝百事可乐。”“如果到自动售货机上去买的话，主要考虑的还是需要，而不是价格。”“一般来说，价格一旦被认定，在消费者心目中就很难改变。要是改的话，消费者就有被欺骗的感觉。”“这是一个销售量的问题，如此说来，冬天的价格反而应该高，夏天应该降价才对。定价的策略正好倒过来了。”“产品的品质和价格应该相一致，如果长期以来，同样的品质总会出现不同的价格，势必会影响公司的品牌。”“对于自动售货机来说，产品的品质没有改变，附加值也不会因为季节的改变而有任何变化。”为了把握课堂的节奏，教授不得不终止了热烈的讨论。“如果公司认为，消费者愿意或可以付出更多的钱，就应该付出更多的钱，这是不对的。如果要改变价格，必须给消费者一个明确的理由，说明确实增加了特殊的服务，或另有附加值。对于一台僵死的机器，总是在街边站着，没有任何变化，消费者就觉得不公平。售货机本身没有任何的变化。”“可口可乐公司的尝试失败了，但却为我们留下了一个很好的案例。”第一次课后，这期EMBA项目的网上论坛就正式开通了，每个老板都有自己的用户名和密码。他们虽然大多都过了不惑之年，但是对网络还是很有亲切感的，更何况其中不乏网络界的精英。一位

老板对刘持金先生主讲的上一门课-战略管理印象很深，“刘老师曾在一个案例中提到中国电信海外上市”。后来他密切关注事态的进展，在新辟的网络空间里留言：“目前已经有了初步的结局，特别摘录一个章节，供各位参考。”点击率在短短几个小时内就飙升了六成。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com