

商人是如何将商品卖出高价的 PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E5_95_86_E4_BA_BA_E6_98_AF_E5_c123_288421.htm

在采购活动中，人们常说的一句话是：“买的不如卖的精”。所谓“精”，就是拥有较多的信息，能够利用信息来获得交易过程中的支配权。现在我们来具体考察一位老练的生活消费品个人采购者的采购行为，看看他或她在采购过程中如何因为缺乏信息而不能实现正确的采购，即以正确的价格购买到正确的商品。

案例：乔娜是一位有点时装购买癖的时髦女青年。每逢有空闲时间，她最大的爱好就是在商业街逛时装店，各个时装店的时装风格、价格她几乎都了如指掌。此外，她还订有大量的时装杂志，巴黎、罗马、米兰、伦敦、纽约等8大时装流行中心最新发布的时装款式，她都一清二楚。虽然她的衣柜里已经挂满了各类服装，但她每次逛街仍然忍不住要购买最新款式的服装。有一天，乔娜来到商业街，在一家服装店里发现了在服装杂志上刚刚发布的款式的时装，试穿之后，感觉非常合身。经过与商店的一番讨价还价，商店的最低出价是750元。当然，乔娜是聪明的购买者，不经过货比三家，她是不会贸然购买的。接着，乔娜又去了几家商店，发现有好几家商店里都有同样的服装。经过一家接一家的讨价还价之后，乔娜以这些商店中开出的最低价490元买下了这种服装。过了一个月后，乔娜到外地出差，发现在当地也有与她在一月前买的一模一样的服装，可是价格要比她所在的城市便宜得多，一件只要80元。她以为她看错了，于是反反复复地又看了几遍，发现产地、面料、甚至货号都与她买的完全一样

，这时她才感觉上当了。在这个案例中我们可以发现，乔娜上当的原因大致有3点：1．乔娜缺乏有关该种款式服装进价的信息和其他有关销售成本信息，难以确定正确的讨价还价目标。2．时装的成本构成信息比较复杂，相同面料、款式和做工的服装，会因为无形资本的含量，比如品牌、产地、销售商店的不同而导致价格上较大的差异，这一点已经成为商业惯例，消费者对此有很大的认同。3．时装成本构成信息的复杂性，使买卖双方形成天然的不平等，卖方拥有的信息多，可以轻而易举地欺骗买方；买方拥有的信息少，想识破卖方的骗局只能通过货比三家。但是，假如数家卖方进行了联手欺诈，消费者将更容易上圈套。比如在上述案例中，我们可以设计两种情形：一是卖相同服装的商店实行价格联盟，大家的售家都一样，这样货比三家就失去了意义；二是通过将一家商店的价格标低，其余商店价格标高的手法，使价格标高的商店为价格标低的商店促销，然后销售利润按比例分成。信息不对称不仅会使乔娜这样的个人采购者上当，就连以再生产、再销售为目的的企业采购者，有时也不免因信息不对称而上当。曾有人利用当前在批发企业广泛存在的代销行为为某个有大量积压产品的工业企业策划过一个骗局：先派人将少量商品送到批发企业请它为其代销；然后派人到批发企业的下端零售商那里大量回购自己的产品，给批发企业造成该种商品极其畅销的假象；当批发企业销售完商品要求再次代销时，这家工厂就会说这种商品市场供不应求，如果还想经营，就必须经销，而不能代销。由于批发企业在代销过程中已经迅速获得利益，很容易接受该种商品畅销的错误信息，所以往往会做出错误的采购决策。政府采购过程也存

在同样的情况。政府采购人员在采购过程中的寻租行为，贪污腐败行为，均与采购的“暗箱操作”和采购环节的幕后交易紧密相连。卖者与买者之间的信息不对称，买者与监督者之间的信息不对称，是政府采购行为失败的根源。对商品交易过程中信息对称性的要求，成熟的市场经济国家早已有所规制。在美国，就有所谓的“Lemon Law”，用于对交易过程中的信息对称问题进行规制。在现实经济生活中，尽管信息对称问题涉及到买卖双方，但是，销售一方在信息方面总是占有优势，即买的不如卖的精，卖者利用信息不对称的优势进行商业欺诈的情形较为多见，而买者利用信息优势在交易中哄骗卖者的情形较为少见。所以有的人提出对信息对称性的要求，应该列入销售商业制度的重点，而不应是采购商业制度的重点。其实不然。我们认为，在供过于求的市场条件下，由于采购者的市场地位要高于销售者，这就导致了采购的具体经办人员会受到来自卖方的诱惑。最终的结果是采购经办人员乐意接受、甚至刻意营造信息不对称的局面，以便从采购过程中捞取好处。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