



## 适当定价

适当定价可影响消费者购买各种商品的数量，从而影响商店的总收入和盈利。最终，所谓产品适当定价是消费者愿意支付的价格。因此，正确价格决策是零售业管理成功的关键。大家做出定价策略的决定，必须考虑到各种问题，归纳分析各种资料。

零售业追求盈利的主要步骤之一就是高于成本的价格出售商品。商品的成本价与零售价之间的差价称为标高价，标高金额可用来支付企业的经营费用。在决定产品的标高价时，大家应注意两点：

1. 用于计算标高价的商品成本价，是由商品的基本发票价格加上运输费，再减去卖方提供的数量折扣和现金折扣；
2. 大家通常用零售价而不是成本价来计算标高价的百分比。这样做的原因是，其它经营金额如工资、广告和盈利等，都是根据商品的零售价而不是成本价，并用百分比来计算。

以下几点强调大家应该考虑的问题：

### 选定目标消费者和零售商品的综合因素

在这一节，您的注意力要放在价格上，因为价格关系到您的潜在顾客。

这个商品的价格对目标消费者是否很重要？您需要了解顾客对不同产品的需要，以及价格对他们的购买决定是否很重要。

您制定的价格范围是不是大家会花钱购买产品的价格范围？商品必须在什么样的高价与低价之间，大家才会购买？

您是否考虑过，什么样的价格策略和自己商店的整体零售商品配合，包括商品、地点、促销和服务？

是否接受折价物，如家用电器或电视机，作为购买商品价格的一部分？



## 考虑到竞争者

以下的一组问题考虑不受大家直接控制的公司以外的竞争因素。

是否知道直接竞争者如何定价？

是否定期看竞争者的广告，获取关于他们价格的信息？

是否到竞争者商店做比较购物，获取关于他们定价策略的信息？

是否考虑过您进入市场后，竞争者会如何反应，以及您应如何对付他们的反应？

## 价格水平策略

除了考虑到竞争是关键、也许是最重要的策略决定，大家应选择一般的价格水平。

您的整体策略是否应采用普遍的市场价，还是您想采用以高于或低于市场价的价格的销售策略？

是否应随着竞争者的临时性降价同时减价？

为避免直接的价格竞争，能否引进私人品牌的商品？

## 计算初步筹划的标高价

在这一节，您要考察您的企业内部，在定价前考虑销售额、费用和盈利。最初的标高价必须足以支付预期的费用和减价，而仍能产生令人满意的盈利。

您为下一个销售季节估算了销售额、经营费用和减价了吗？

您为下一个销售季节制定了盈利目标了吗？

考虑到您估算的销售额、经营费用和减价，您计划最初的标高价了吗？最初标高价百分比是经营费用、计划减价（标低、库存短缺和雇员/顾客折扣）加上盈利，然后总额除以净销售额和计划减价。



各种不同类别的商品或服务可能要使用不同的最初标高价，特别是当不同类别的商品有不同特点。

## 商店策略

在这一节，考察大家要传达的整体商店策略和信息。

制定价格必须与您制定的商店策略和主题一致。

对所有商品，是否采用同一价格系统，即每个买主都要对商品支付同样的价格，还是同顾客可以讨价还价？

有零数的价格如1.98元和44.95元，对顾客是否比整数价格更有吸引力？

如果有多件定价，如8.50元两件，顾客会不会多买？

是否应采用亏本定价出售的流利商品？

是否应采用价格排列，即设定明确价格点的做法，然后在这些价格点上标定所有有关商品？

使用价格带的方法进行价格排列会不会比价格点更合适？

在报纸广告中使用小额减价优待券，还是在特定场合寄给选出的顾客？

采用结合减价和大张旗鼓的广告的定期特售，是否与您追求的商店形象一致？

大家考虑过各种廉价出售商品对盈利的影响吗？

对前来购买暂时缺货的特售商品的顾客，是否发行“雨票”（货品补充后顾客凭票仍可以特购货）？



## 商品性质

在这一节，大家要考虑特定商品的选择特点对初步筹划标高价有什么影响。

对商品的批发价，您是否拿到“好价钱”？

这个商品是否处于畅销顶峰？

由于商品体积大，周转率低，需要大量人员从事销售、安装或改装，其操作和销售成本是否较高？

由于标低价格、损坏、破损或盗窃，是否预期有大幅度减价？

顾客服务如送货、改装、礼品包装和安装是否免费为顾客提供？

## 其它考虑要点

由于批发价提高或商品的低价引起消费者对质量提出疑问，是否需要额外标高价格？

对特定消费群，是否应给予购物折扣？

看来需要减价时，是否首先考虑到其它办法，例如，靠推销商品来解决问题？

是否努力确定促使减价的原因？

是否考虑到减价的时机和规模之间的关系？

大家应否要制定时间表，在商品入库后相当时间未销出便自动减价？

减价的规模是否“正好足以”刺激购买？

如何考虑到商品的季节性因素？



## 标高价与毛利

不同之处是什么？

**标高价**是成本价的一个百分率。

**毛利**是以售价的百分率表示的相同金额。

## 例子

商品成本价为1.00元，售价为1.50元。

**标高价**为0.50元或成本价的50%。

**毛利**为0.50元或售价的33%。

## 毛利与标高价对比表

销售价的 毛利百分率	成本价的 标高价百分率	销售价的 毛利百分率	成本价的 标高价百分率	销售价的 毛利百分率	成本价的 标高价百分率
4.8	5.0	22.0	28.2	37.5	60.0
5.0	5.3	23.1	30.0	39.0	63.9
7.0	7.5	24.0	31.6	39.4	65.0
8.0	8.7	25.0	33.3	40.0	66.7
9.0	9.9	25.9	35.0	41.0	69.5
9.1	10.0	26.0	35.1	41.2	70.0
10.0	11.1	27.0	37.0	42.0	72.4
11.0	12.4	28.0	38.9	42.9	75.0
12.0	13.6	28.6	40.0	43.0	75.4
13.0	15.0	29.0	40.8	44.0	78.6
14.0	16.3	30.0	42.9	44.4	80.0
15.0	17.6	31.0	45.0	45.0	81.8
16.0	19.0	32.0	47.1	45.9	85.0
16.7	20.0	33.3	50.0	46.0	85.2
17.0	20.5	34.0	51.5	47.0	88.7
18.0	22.0	35.0	53.8	47.4	90.0
19.0	23.5	35.5	55.0	48.0	92.3
20.0	25.0	36.0	56.3	48.7	95.0
21.0	26.6	37.0	58.7	49.0	96.1
				50.0	100.0

资料来源：美国小企业管理署



---

编制单位：萨斯喀彻温省地区经济合作发展厅

---

加拿大 – 安大略省工商企业服务中心 ( COBSC/CSECO ) 以加拿大官方语言 - 英语和法语 - 提供商业信息。为了方便用户，我们还将一些最常用的文件资料翻译成了其它语言。如果您需要额外的商业信息，请致电 1-888-576-4444 与 COBSC/CSECO 信息官员接洽。