



第 33 讲 销售定价管理

【知识点 2】销售定价管理

一、销售定价管理的含义

销售定价管理是指在调查分析的基础上，选用合适的产品定价方法，为销售的产品制定最为恰当的售价，并根据具体情况运用不同价格策略，以实现经济效益最大化的过程。

二、影响产品价格的因素

因素	对价格的影响
价值因素	提高社会劳动生产率，可以相对地降低产品价格
成本因素	基本因素。短期内的产品价格有可能会低于其成本，但从长期来看，产品价格应等于总成本加上合理的利润
市场供求因素	市场供求变动对价格的变动具有重大影响；供应大于需求，价格下降；而供应小于需求，价格上升
竞争因素	竞争越激烈，对价格的影响也越大。在完全竞争的市场，企业几乎没有定价的主动权；在不完全竞争的市场，竞争的强度主要取决于产品生产的难易和供求形势
政策法规因素	在制定定价策略时一定要很好地了解本国及所在国有关方面的政策和法规

三、企业的定价目标

1. 实现利润最大化；
2. 保持或提高市场占有率；
3. 稳定价格；
4. 应付和避免竞争；
5. 树立企业形象及产品品牌。

【例题 1·单选题】为了提高销售收入，保障企业利润，并且可以有效打击竞争对手，应采取的定价目标为（ ）。

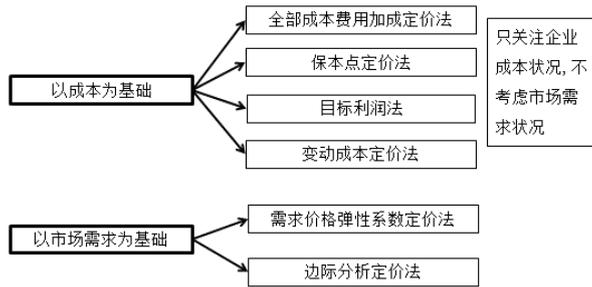
- A. 保持或提高市场占有率 B. 树立企业形象及产品品牌
C. 应付和避免竞争 D. 规避风险

【答案】A

【解析】以保持或提高市场占有率为定价目标，其目的是使产品价格有利于销售收入的提高，企业利润得到有效保障，并且可以有效打击竞争对手，这是一种注重企业长期经营利润的做法。



四、产品定价方法



(一) 全部成本费用加成定价法

单价 = 单位成本 + 单位税金 + 单位利润

= 单位成本 + 价格 × 税率 + 单位利润

价格 × (1 - 税率) = 单位成本 + 单位利润

在工业企业一般是根据成本利润率，在商业企业一般是根据销售利润率。

【提示】单位成本是指单位全部成本费用，可以用单位制造成本加上单位产品负担的期间费用来确定。

1. 成本利润率定价

价格 × (1 - 税率) = 单位成本 + 单位成本 × 成本利润率

$$\text{成本利润率} = \frac{\text{预测利润总额}}{\text{预测成本总额}} \times 100\%$$

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位成本} \times (1 + \text{成本利润率})}{1 - \text{适用税率}}$$

2. 销售利润率定价

价格 × (1 - 税率) = 单位成本 + 价格 × 销售利润率

$$\text{销售利润率} = \frac{\text{预测利润总额}}{\text{预测销售总额}} \times 100\%$$

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位成本}}{1 - \text{销售利润率} - \text{适用税率}}$$

【例题 2】某企业生产甲产品，预计单位产品的制造成本为 100 元，计划销售 10000 件，计划期的期间费用总额为 900000 元，该产品适用的消费税税率为 5%，成本利润率必须达到 20%。根据上述资料，运用全部成本费用加成定价法测算的单位甲产品的价格应为：

$$\text{单位甲产品价格} = \frac{(100 + \frac{900000}{10000}) \times (1 + 20\%)}{1 - 5\%} = 240(\text{元})$$

(二) 保本点定价法

按照刚好能够保本的原理来制定产品销售价格。

价格 × (1 - 税率) = 单位成本 (固定 + 变动) + 单位利润

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位固定成本} + \text{单位变动成本}}{1 - \text{适用税率}} = \frac{\text{单位完全成本}}{1 - \text{适用税率}}$$

【提示】确定的是最低销售价格



【例题 3】某企业生产乙产品，本期计划销售量为 10000 件，应负担的固定成本总额为 250000 元，单位变动成本为 70 元，适用的消费税税率为 5%。根据上述资料，运用保本点定价法测算的单位乙产品的价格应为：

$$\text{单位乙产品价格} = \frac{\frac{250000}{10000} + 70}{1 - 5\%} = 100(\text{元})$$

(三) 目标利润法

根据预期目标利润和产品销售量、产品成本、适用税率等因素来确定产品销售价格。

$$\begin{aligned} \text{单位产品价格} &= \frac{\text{目标利润总额} + \text{完全成本总额}}{\text{产品销量} \times (1 - \text{适用税率})} \\ &= \frac{\text{单位目标利润} + \text{单位完全成本}}{1 - \text{适用税率}} \end{aligned}$$

【例题 4】某企业生产丙产品，本期计划销售量为 10000 件，目标利润总额为 240000 元，完全成本总额为 520000 元，适用的消费税税率为 5%。根据上述资料，运用目标利润法测算的单位丙产品的价格应为：

$$\text{单位丙产品价格} = \frac{240000 + 520000}{10000 \times (1 - 5\%)} = 80(\text{元})$$

【例题 5·单选题】某公司生产并销售单一产品，适用的销售税税率为 5%，本期计划销量 80000 件，公司产销平衡，完全成本总额为 360000 元，公司将目标利润定为 400000 元，则单位产品价格为（ ）元。（2019 年）

A. 5 B. 9.5 C. 10 D. 4.5

【答案】C

【解析】单位产品价格 = (360000 + 400000) / [80000 × (1 - 5%)] = 10 (元)

(四) 变动成本定价法

企业在生产能力有剩余的情况下增加生产一定数量的产品，这些增加的产品可以不承担企业的固定成本，只负担变动成本（变动成本是指完全变动成本，包括变动制造成本和变动期间费用）

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位变动成本} \times (1 + \text{成本利润率})}{1 - \text{适用税率}}$$



【例题 6】某企业生产丁产品，设计生产能力为 12000 件，计划生产 10000 件，预计单位变动成本为 190 元，计划期的固定成本费用总额为 950000 元，该产品适用的消费税税率



为 5%，成本利润率必须达到 20%。假定本年度接到一额外订单，订购 1000 件丁产品，单价 300 元。请问：该企业计划内产品单位价格是多少？是否应接受这一额外订单？

【答案】根据上述资料，企业计划内生产的产品价格为：

$$\text{计划内单位丁产品价格} = \frac{\left(\frac{950000}{10000} + 190\right) \times (1 + 20\%)}{1 - 5\%} = 360(\text{元})$$

【答案】追加生产 1000 件的单位变动成本为 190 元，则：

$$\text{计划外单位丁产品价格} = \frac{190 \times (1 + 20\%)}{1 - 5\%} = 240(\text{元})$$

【答案】因为额外订单单价高于其按变动成本计算的价格，故应接受这一额外订单。

【例题 7·单选题】某公司非常重视产品定价工作，公司负责人强调，产品定价一定要正确反映企业产品的真实价值消耗和转移，保证企业简单再生产的继续进行。在下列定价方法中，该公司不宜采用的是（ ）。

- A. 全部成本费用加成定价法 B. 制造成本定价法
C. 保本点定价法 D. 目标利润法

【答案】B

【解析】制造成本是指企业为生产产品或提供劳务等发生的直接费用支出，一般包括直接材料、直接人工和制造费用。由于它不包括各种期间费用，因此不能正确反映企业产品的真实价值消耗和转移。利用制造成本定价不利于企业简单再生产的继续进行，所以本题答案为 B。

【例题 8·单选题】某商业企业销售 A 商品，预计单位销售成本为 200 元，单位销售和管理费用为 5 元，销售利润率不能低于 15%，该产品适用的消费税税率为 5%，那么，运用销售利润率定价法，该企业的单位产品价格为（ ）元。

- A. 253.24 B. 256.25 C. 246 D. 302

【答案】B

【解析】销售利润率定价法属于全部成本费用加成定价法，全部成本费用加成定价法就是在单位全部成本费用的基础上，加合理单位利润以及单位产品负担的税金来定价，销售利润率下，单位利润 = 单位产品价格 × 销售利润率。单位产品价格 = 单位全部成本费用 / (1 - 销售利润率 - 适用税率) = (200 + 5) / (1 - 15% - 5%) = 256.25 (元)。

(五) 需求价格弹性系数定价法

在其他条件不变的情况下，某种产品的需求量随其价格的升降而变动的程度，就是需求价格弹性系数。

$$E = \frac{\Delta Q / Q_0}{\Delta P / P_0}$$



运用需求价格弹性系数确定产品的销售价格时，其基本计算公式为：
$$P = \frac{P_0 Q_0^a}{Q^a}$$

式中，a 表示需求价格弹性系数绝对值的倒数，即 $\frac{1}{|E|}$

【例题 9】某企业生产销售戊产品，2012 年前三个季度中，实际销售价格和销售数量如下表所示。若企业在第四季度要完成 4000 件的销售任务，那么销售价格应为多少？

项目	第一季度	第二季度	第三季度
销售价格（元）	750	800	780
销售数量（件）	3859	3378	3558

【答案】根据上述资料，戊产品的销售价格的计算过程为：

$$E_1 = \frac{(3378 - 3859) / 3859}{(800 - 750) / 750} = \frac{-0.1246}{0.0667} = -1.87$$

$$E_2 = \frac{(3558 - 3378) / 3378}{(780 - 800) / 800} = \frac{0.0533}{-0.025} = -2.13$$

$$E = \frac{E_1 + E_2}{2} = \frac{-1.87 - 2.13}{2} = -2$$

$$a = \frac{1}{|E|} = \frac{1}{|-2|} = \frac{1}{2}$$

$$P = \frac{P_0 Q_0^a}{Q^a} = \frac{780 \times 3558^{(1/2)}}{4000^{(1/2)}} = 735.64(\text{元})$$

即第四季度要完成 4000 件的销售任务，其单位产品的销售价格为 735.64 元。

（六）边际分析定价法

利润 = 收入 - 成本

边际利润 = 边际收入 - 边际成本 = 0

边际收入 = 边际成本

【结论】 边际收入等于边际成本时，利润最大，此时的价格为最优销售价格。

五、价格运用策略

（一）折让定价策略

策略	说明
现金折扣	给予一定期限内付款的购买者以价格折扣
数量折扣	按照购买者购买数量的多少所给予的价格折扣
团购折扣	通过团购集合足够人数，便可以优惠价格购买或使用第三方公司的物品、优惠券或服务。
预购折扣	先订购或购买产品的折扣
季节折扣	给予非季节性热销商品的购买者提供的一种价格优惠。

（二）心理定价策略

策略	分类	说明
----	----	----



心理定价策略	声望定价	按照其产品在市面上的知名度和被消费者的信任程度来制定产品价格。一般地，声望越高，价格越高，这就是产品的“名牌效应”
	尾数定价	价格的尾数取接近整数的小数（如 199.9 元）或带有一定谐音的数（158 元）等，一般只适用于价值较小的中低档日用消费品定价
	双位定价	在向市场以挂牌价格销售时，采用两种不同的标价
	高位定价	根据消费者“价高质优”的心理特点，实行高标价促销的方法。但高位定价必须是优质产品，不能弄虚作假

（三）组合定价策略

策略	分类	说明
组合定价策略	有互补关系的相关产品	降低部分产品价格而提高互补产品价格
	有配套关系的相关产品	对组合购买进行优惠

（四）寿命周期定价策略

策略	寿命周期	说明
寿命周期定价策略	推广期	低价促销
	成长期	中等价格策略
	成熟期	可以采用高价促销，但必须考虑竞争者的情况，以保持现有市场销售量
	衰退期	降价促销或维持现价并辅之以折扣等其他手段

【例题 10·判断题】运用寿命周期定价策略，在产品的成长期，可以采用中等价格，在产品的成熟期，可以采用高价促销。（ ）

【答案】√

【解析】成长期的产品有了一定的知名度，销售量稳步上升，可以采用中等价格；成熟期的产品市场知名度处于最佳状态，可以采用高价促销，但由于市场需求接近饱和，竞争激烈，定价时必须考虑竞争者的情况，以保持现有市场销售量。

【例题 11·单选题】以下关于企业产品价格运用策略中说法错误的是（ ）。

- A. 折让定价策略以降低产品的销售价格来刺激购买者，从而达到扩大产品销售量的目的
- B. 名牌产品的价格相对较高，这是厂家利用了心理定价策略
- C. 组合定价策略有利于企业整体效益的提高
- D. 在寿命周期的成熟期，由于竞争日趋激烈，企业应该采用低价促销

【答案】D

【解析】折让定价策略是指在一定条件下，以降低产品的销售价格来刺激购买者，从而达到扩大产品销售量的目的，选项 A 正确；名牌产品的价格相对较高，属于心理定价策略的声望定价，选项 B 正确；组合定价策略可以扩大销售量、节约流通过费用，有利于企



业整体效益的提高，选项 C 正确；在生命周期的成熟期，产品市场知名度处于最佳状态，可以采用高价促销，在推广期，产品需要获得消费者的认同，进一步占有市场，应采用低价促销策略，选项 D 不正确。



请关注公众号、听更多免费直播