	特点	更多关注外部市场
市场导向定价法	适用条件	市场中替代品较多,产品同质化,几乎没有差异
	相关公式	目标成本=目标价格-目标利润
	特点	更多关注内部业务流程
成本导向定价法	适用条件	市场中替代产品较少,产品具有一定的差异化
	相关公式	目标价格 = 单位成本 + (单位成本加成百分比×单 位成本)
	确定价格	在市场需求和竞争环境下确定目标价 格确定目标利润率
目标定价法	确定成本	确定必须达到的可允许成本 计算当前产品和流程的可能成本
	实施项目	确定目标成本,即必须减少的成本金额 从最初的设计阶段开始,建立跨职能团队参与实 施过程
1,0	使用方法	在设计过程中使用并行工程、价值工程和质量功能配置等工具
并行工程		

价值工程

质量功能配置

市场引入阶段 成长阶段 生命周期成本法 成熟阶段 饱和与衰退阶段

第三节 定价

峰值负荷定价法		
	个人喜好	不同的消费者喜欢不同的商品
影响需求的因素	经济情况	每个人都有不同的经济能力
がいられている。	相关商品价格	替代品与互补品能够影响对某项产品或服务的需 求
	买方预期	买方对未来由预期
	资源价格	影响生产成本,进而影响企业在给定价格下愿意 供给的数量
	技术新	技术能降低成本,从而增加供给量
影响供给的因素	税收和补贴	税收的变动会改变成本,从而影响供给量
	替代品价格	替代品或互补品的价格能够影响生产商愿意供给的数量
	卖方数量	更多的卖方进入市场时,供给会增加,供给曲线 向右移动
需求价格弹性		费者对价格变化的反应程度
The state of the s	需求的价格弹性公式 ————————————————————————————————————	(数量变化 / 平均数量)/(价格变化 / 平均价格)
		厂商数目 很多
		产品差异程度 完全无差别
	完全竞争	对价格的控制程度 没有
	702303	进出一个市场的难易程度 很容易
		接近哪种市场农产品
		厂商数目 很多
		产品差异程度 有差别
	垄断竞争	对价格的控制程度 有一些
		进出一个市场的难易程度 比较容易
市场类型划分和特征		接近哪种市场轻工业、零售业
		厂商数目 比较少
		产品差异程度 差别很小
	寡头	对价格的控制程度相当程度
		进出一个市场的难易程度 比较困难
		接近哪种市场 重工业、电信、石油
		厂商数目 唯一
	/	产品差异程度 唯一产品
	垄断	对价格的控制程度 很大程度
		进出一个市场的难易程度 几乎不可能
	\	接近哪种市场农产品