

“旧帽换新帽一律八折”

1. 使用范围:第二章 消费者行为理论
2. 要考核的知识点: 需求价格弹性; 销售收入与价格的变动的关系;
3. 思考题:
 - (1) 弹性的分类及影响商品弹性大小有什么因素?
 - (2) 如何理解薄利多销?

在市场上各商家之间“挥泪大甩卖”、“赔本跳楼价”的价格人战从未仔细考虑过究竟是为为什么,只是觉得很开心,因为在可以节省大量金钱,有一次我路过一家安全帽专卖店,看到它打出这样的广告——“旧帽换新帽一律八折”。店家的意思是,如果你买安全帽时交一顶旧安全帽的话,当场退二成的价格;如果直接买新帽,对不起只能按原定价格买。这一种促销方式让人觉得好奇,是不是店家加入了什么基金会或是店家和供帽厂家有什么协定,收旧安全帽可以让店家回收一些成本,因此拿旧帽来才有二折的优惠呢?

如果大家是这么想,那可就猜错了,大凡这种以旧换新的促销活动主要是针对不同消费者的需求弹性而采取的区别定价方法,即:给定的价格变动比例,购买者需求数量变动较大称为需求弹性较大,变动较小称为弹性较小。对需求弹性较小的购买者制定较高价格,对需求弹性较大的顾客收取较低价格。而这家安全帽专卖店的促销作法正是这个理论的实际应用,实际上,店家拿到你那顶脏脏旧旧的安全帽,并没有什么好处,常常是在你走后往垃圾筒一丢了事