

## 正確定價

### 11-04

要能成功地在海外市場售出產品或服務，出口商必須考慮到很多變數。正確定價是其中最重要的一項，而對於想開闢海外市場的公司，這通常也是最令人頭痛的一項考量。

出口商不能只針對當地市場的需求和競爭水平來定價，也必須評估這定價對於顧客認知上的衝擊和國外市場的經濟狀況是否負擔得起。如果產品的品牌知名度夠響亮——譬如美國牛仔褲——把定價設在市場接受度的高標，銷售仍然會很好。

創新對於出口外銷是否成功也很重要，新生意剛推出時因為處於市場的領先地位總能夠獲益——可以採高定價，至少一直維持到競爭對手趕上時為止。另一方面，若進入已經競爭劇烈的市場，或許就必須願意削價，承受短期損失以求站穩市場。

一旦評估過所有這些因素，價格就要根據出口計劃所列的目標來訂它。換言之，如果無法快速地賺到錢，你可願意長期抗戰？

### 11-05

**午餐時，史提夫告訴愛美他自己的廚具公司出口業務情形：**

愛美：史提夫，最近你的出口生意怎麼樣？

史提夫：好得很。我們運用邊際定價，結果顯示我們的定價幾乎比對手低百分之五十，我想我們快要發一筆大財了。

愛美：喔噢！那一定銷售長紅，要賣翻天了。不過我或許是錯的，還要請你多指教，以邊際定價來算，那是只計算出口單位的部份費用而已——像是製造和運送的支出嗎？

史提夫：是啊。我們認為管理費和其他固定開銷是由內銷部門的作業一併囊括了，所以我們並不把海運保險、稅賦和雙語標籤這些額外支出算在內。

愛美：換言之，你的實際支出並非完全都包含在上市定價裡，但你能享受更大的現金流量。不過對於幣值波動的風險你怎麼處理？

史提夫：有潛在客戶要求我們報價時，我們用本國貨幣來設定定價。這樣有助於定價的一致性。

愛美：所以你們的出口計劃當初就不考慮包含所有的實際開銷？

史提夫：是的。我們打算放長線釣大魚。

愛美：既然你們快要發大財了，我想午餐就算你的帳吧。