

第 9 章 價格訂定

1. () 請問價格在行銷管理扮演的角色為何？
(A) 有彈性的競爭武器與經營工具。
(B) 傳遞產品資訊。
(C) 影響營業額與利潤。
(D) 以上皆是。

2. () 試問下列何者為非？
(A) 價格是用來表示為了取得某個有價值的產品，消費者所必須支付的金額。
(B) 消費者在購買產品時付出的代價僅有金額而已，不包括非貨幣付出。
(C) 非貨幣付出有時也會影響購買行為。
(D) 當消費者對產品認知有限且無從判斷時，就會傾向以產品價格作為判斷標準。

3. () 雯雯在中正大學附近開了一家水果冰店，考慮到顧客多為學生族群，因此售價也稍微調降，請問影響她定價的因素為何？
(A) 公司目標。
(B) 產品成本。
(C) 消費者認知與反應。
(D) 競爭因素。

4. () 統一雞精在上市初期，為了打開知名度與提高市場佔有率的目標，曾推出 3 月 30 元、4 月 40 元、5 月 50 元的活動，請問影響統一定價的因素為何？
(A) 公司目標。
(B) 產品成本。
(C) 通路因素。
(D) 競爭因素。

5. () 試問以下何者為非？
(A) 產品越獨特，價格彈性越大，可以訂定高價位以增加收入。
(B) 炫耀財的特色是價位越高，銷量越大。
(C) 價格是用來表示為了取得某個有價值的產品，消費者所必須支付的金額。
(D) 價格彈性是指消費者的價格敏感程度。

6. () 貓尾巴麵包店將麵包成本乘上 1.5 倍後，得到單位價格，請問貓尾巴麵包店使用的是哪種定價法？
(A) Markup on cost

(B)Markup on selling price

(C)Target profit pricing

(D)Target return pricing

7. ()湖畔咖啡館使用目標報酬定價法進行定價，每天預計售出 1000 杯咖啡，每杯咖啡的單位成本為\$30，假設目標報酬率為 80%，則每杯咖啡的價格應為多少？

(A)\$53

(B)\$54

(C)\$55

(D)\$56

8. ()Wal-Mart 推行「天天特價」的行銷策略，請問這是採用哪種定價法？

(A)Perceived value pricing

(B)Value pricing

(C)Going-rate pricing

(D)Sealed-bid pricing

9. ()某建設公司聽聞中正大學要加蓋學生宿舍，以公開招標的方式選擇承包商，為了確保得標，該建設公司決定降低競標價格。請問該建設公司使用何種定價法？

(A)Perceived value pricing

(B)Value pricing

(C)Going-rate pricing

(D)Sealed-bid pricing

10. ()請問下列何者為非？

(A)目標利潤定價法是以某個目標利潤為依據來設定產品價格。

(B)長期制式的使用加成法可能會忽略競爭情勢或消費者需求的變化，而出現不合理的定價。

(C)知覺價值定價法是以廠商對產品的知覺價值來定價的。

(D)現行價格定價法是以競爭者的價格為依據。

11. ()Nokia 在 2002 年創立的 Vertu 品牌，使用獨特的用料、全手工製造，並號稱最高質通話語音，每款新上市的手機價格都高達六位數，請問他是採用哪種新產品定價方法？

(A)Market-skimming pricing

(B)Market-penetration pricing

(C)Line pricing

(D)Complementary product pricing

12. ()戴爾電腦為了快速吸引大量的顧客，透過低成本的直銷通路來銷售高品質的電腦產品，一上市就以低價迅速贏得市場佔有率。請問這種新產品定價法稱為？

(A)Market-skimming pricing

(B)Market-penetration pricing

(C)Line pricing

(D)Complementary product pricing

13. ()FORD 和 MAZDA 在不同品牌和定位下，共用底盤與零組件來分攤研發費用、降低成本，各自吸引不同區隔的消費者以達到雙贏的目的，請問這是採用何種產品定價法？

(A)Bundle pricing

(B)Psychological pricing

(C)Line pricing

(D)Complementary product pricing

14. ()試問以下何者為非？

(A)同類產品的定價應該考慮消費者認知的差異，才不會造成某項產品的滯銷。

(B)吸脂定價是指企業在一開始推出新產品時，訂定一個非常高的價位，以便從願意付出高價的消費者中賺取高額利潤。

(C)滲透定價可用於新產品上市初期，讓企業獲得高利潤來攤平產品的研發和宣傳等費用。

(D)滲透定價的主要目的是盡速佔有市場，並建立消費者使用習慣及忠誠度。

15. ()下列何者不是吸脂定價法的先決條件？

(A)市場上有不同價格敏感度的消費者。

(B)競爭者有進入障礙。

(C)產品品質或形象能配合高價位。

(D)擁有品牌忠誠度高的消費者。

16. ()下列何者不是採用滲透定價的先決條件？

(A)市場上有不同價格敏感度的消費者。

(B)競爭者有進入障礙。

(C)低價低毛利讓競爭者不願跟進。

(D)擁有經濟規模與學習經驗的條件。

17. ()拍立得(Polaroid)將相機價格壓低，藉著底片的高額加成來賺取利潤，請問這是採用何種產品定價法？
- (A)Bundle pricing
 - (B)Psychological pricing
 - (C)Line pricing
 - (D)Complementary product pricing
18. ()依依前往霍克理髮店，看到門口張貼「染 + 燙 8 折優待」的宣傳海報，原本只打算染髮的依依臨時決定改成店家推出的優惠專案，請問這是採用哪種定價手法？
- (A)Bundle pricing
 - (B)Psychological pricing
 - (C)Discriminatory pricing
 - (D)Complementary product pricing
19. ()毛毛和男友約好一起去看五月天的售票演唱會，小飛希望近距離觀賞表演，因此選擇了 1000 元的貴賓席，捨棄了 300 元的普通席，請問這是哪種定價手法？
- (A)Bundle pricing
 - (B)Psychological pricing
 - (C)Discriminatory pricing
 - (D)Complementary product pricing
20. ()請問何謂「畸零定價」？
- (A)將產品產量設限，形成物以稀為貴的心理策略。
 - (B)不採用整數，而是以畸零的數字來定價，讓消費者在心理上將價格歸類在比較便宜的區間。
 - (C)根據消費者對某產品長期的認知價格來定價。
 - (D)運用低價策略，在看似利潤極低的情況下達到大量銷售的目的。
21. ()麥當勞的麥香雞套餐售價 99 元，請問麥當勞採取了哪種心理定價？
- (A)Odd pricing
 - (B>Prestige pricing
 - (C)Customary pricing
 - (D)Discriminatory pricing
22. ()小馬到某便利商店買宵夜，發現原本售價 25 元的泡麵調漲至 28 元，

雖然是小幅度調漲，但仍然感到難以接受，請問這是因為該便利商店捨棄了哪種心理定價所致？

- (A)Odd pricing
- (B)Prestige pricing
- (C)Customary pricing
- (D)Discriminatory pricing

23. ()請問下列何者有誤？

- (A)配套試定價是指將幾種產品組合起來，訂出較低的價格出售。
- (B)配套銷售可以節省人力、後勤作業與行政資源。
- (C)滲透定價可用於新產品上市初期，讓企業獲得高利潤來攤平產品的研發和宣傳等費用。
- (D)同類產品的定價應該考慮消費者認知的差異。

24. ()請問下列何者有誤？

- (A)習慣定價是根據消費者對某產品長期的認知價格來定價。
- (B)名望定價是特地使用高價，以便讓消費者覺得產品具有較高的聲望或品質。
- (C)差別定價是根據相同產品但不同成本時，設定不同的價格。
- (D)採用配套定價時，配套中的主力產品必須具有一定的吸引力。

25. ()瑪莉安逛街時看到 G2000 門口掛著「週年慶 75 折起」，高興的前往店內選購，請問 G2000 運用了哪種促銷手法？

- (A)Loss leader
- (B)Promotional discounts
- (C)Cash discount
- (D)Quantity discount

26. ()請問何謂「功能折扣」？

- (A)製造商給予中間商的折扣，以鼓勵中間商執行促銷、儲藏、售後服務等管理功能。
- (B)為了鼓勵顧客盡快支付貸款而設計的，藉以防止呆帳、降低收帳成本。
- (C)讓顧客以舊品更換新品時，所能得到的特別優惠或折讓。
- (D)讓顧客在大量購買時，商品的單位價格可以打折。

27. ()阿瘦皮鞋為了吸引顧客上門，在門口掛上「綠標商品 9 折優惠」的海報，請問這是運用了哪種促銷手法？

- (A)Loss leader
- (B)Promotional discounts

- (C)Cash discount
- (D)Quantity discount

28. ()小孟前往 Levi's 年終特賣會，買到物超所值的牛仔褲，心情也跟著變好。請問 Levi's 使用了哪種促銷手法？

- (A)Functional discount
- (B)Seasonal discount
- (C)Trade-in allowances
- (D)Promotional discounts

29. ()下列何者不是廠商因應市場上促銷不斷的措施？

- (A)提升附加價值。
- (B)將價格促銷改為提供免費贈品的方式。
- (C)以改變包裝、減少服務等方式來減少低價低毛利的衝擊。
- (D)以不變應萬變，不與競爭對手展開割喉戰。

Answer :

- (1)D (2)B (3)C (4)A (5)A (6)A (7)B (8)B (9)D (10)C
(11)A (12)B (13)C (14)C (15)D (16)B (17)D (18)A (19)C (20)B
(21)A (22)C (23)C (24)C (25)B (26)A (27)A (28)B (29)D