

金融行銷

金融業的定價



授課老師
周炳宏

前言：多種樣貌的價格

- 製成品的價格就在標籤上，一目了然



金融商品的價格，卻有多種樣貌

前言：多種樣貌的價格

美國運通黑卡

- 入會費16萬
- 年費16萬



中國信託投信

- 『壽星優惠』—投信系列基金
- 生日當月份申購，不限金額，不限筆數：單筆申購、定期定額，享當月0%手續費



前言：多種樣貌的價格



臨櫃服務業務手續費收取標準

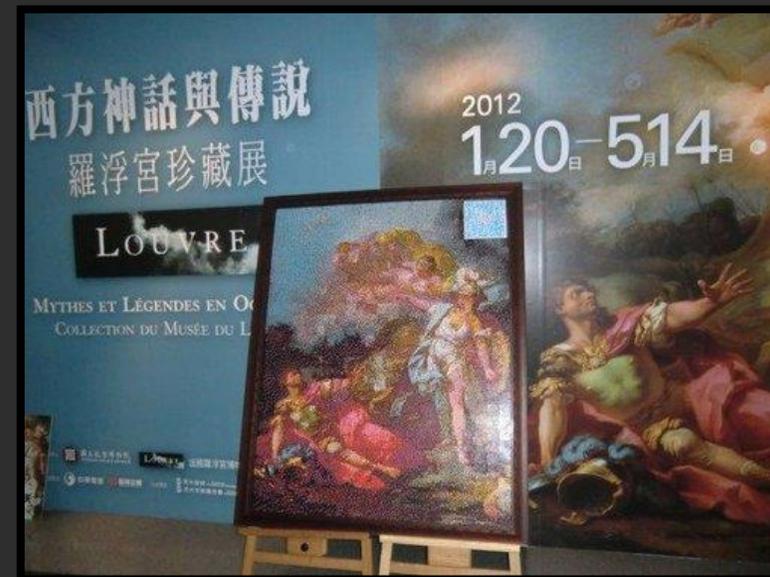
台北富邦銀行各項服務收費標準【臨櫃服務業務】

107.12

項目	收費標準/新臺幣	
壹幣匯款	跨行轉帳匯款 (每筆匯款金額最高為伍仟萬元)	匯款金額貳佰萬元以下者，每筆 30 元，匯款金額超過貳佰萬元時，每超過壹佰萬元(未滿壹佰萬元者，以壹佰萬元計算)加收 10 元。
	跨行現金匯款 (每筆匯款金額最高為伍仟萬元)	(1) 本行客戶：匯款金額貳佰萬元以下者，每筆 30 元，匯款金額超過貳佰萬元時，每超過壹佰萬元(未滿壹佰萬元者，以壹佰萬元計算)加收 10 元。 (2) 非本行客戶：匯款金額貳佰萬元以下者，每筆 100 元，匯款金額超過貳佰萬元時，每超過壹佰萬元(未滿壹佰萬元者，以壹佰萬元計算)加收 50 元。
	磁片匯款	基本收費壹仟元，超過者依實際匯費計收。
	聯行匯款(每筆匯款金額不限)	手續費固定收取，每筆 20 元。
票據業務	票信查詢費	第一類票查：每張 100 元；第二類票查：每張 200 元
	空白支(本)票工本費	每張 10 元
	託收票據	每張 10 元
	託收票據撤票	每張 50 元
	存入本行於台銀之存同帳戶，列為當日帳務者	每張 200 元
	開立本行支票	每張 50 元
	拒往/結清後申請兌付票據	每張 200 元
	票據掛失止付、除權判決領取止付保留款	每張 200 元
	退票清償註記	每張 150 元
	票據撤銷付款委託	每張 100 元
餘額證明	存款餘額證明	
	特定金錢信託參考市值證明	第一份 50 元，第二份以上每份 20 元。
	黃金存摺餘額參考市值證明	
金融卡	新申請	第一張免收，第二張以上每張 100 元
	掛失補發 毀損補發	每張 100 元 每張 100 元
掛失補發	存單/存摺掛失補發	每件 100 元
	印鑑變更/掛失	每件 100 元
資料調閱	查詢歷史交易明細/對帳單(含信託類)	(1) 每次收 100 元 (2) 查詢最近半年以前者：每次收 200 元
	調閱影印傳票/文件	調印二年內之傳票/文件者，每張酌收 100 元，二年以上每張酌收 500 元
保管箱	保管箱到期通知費	每次 10 元
	保管箱租金	依各箱型規定收費
	保管箱鑰匙掛失	350 元/箱/支
黃金存摺	定期定額投資	每次收取 100 元
	變更定期定額之投資金額、投資日	每次收取 100 元
	黃金現貨逾期領取保管費	一個月(含)以下：不收費 超過一個月：每月收取 500 元(不足一個月以一個月計收)
其他	定存質權設定通知、質權解除及實行質權	以存單設定質權予本行辦理質押借款或第三人者，每筆存單收 100 元
	調閱錄音檔(組合式商品)	每次 200 元

前言：多種樣貌的價格

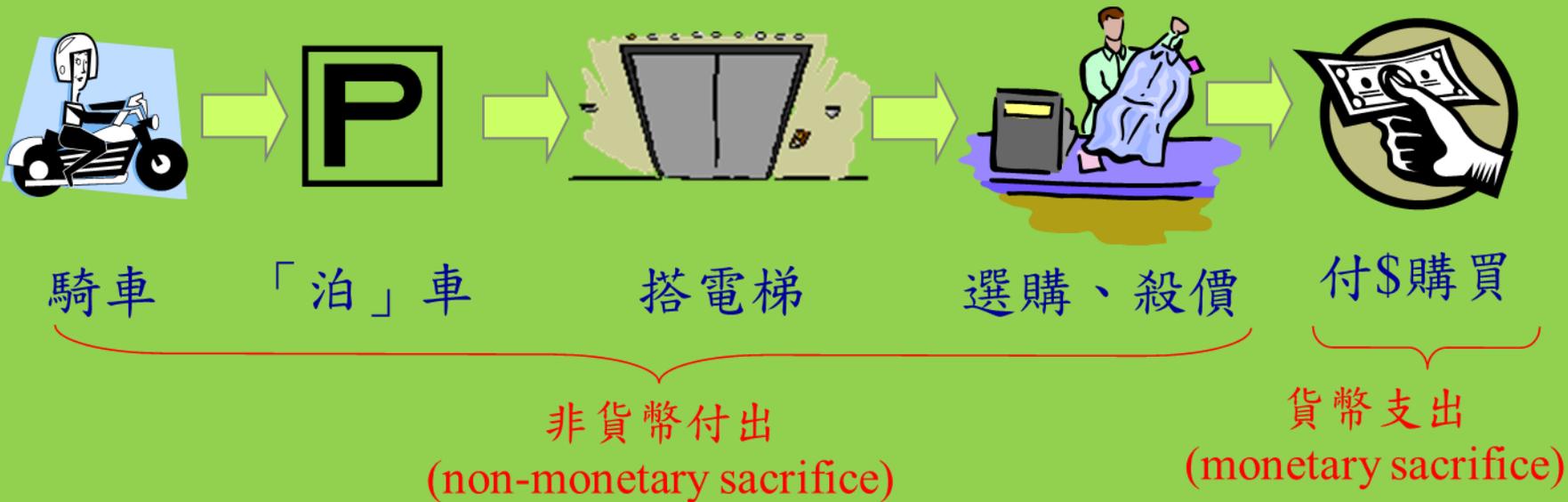
- 藝術無價
- 2012年西方神話與傳說—羅浮宮珍藏展
- 展品涵蓋繪畫、雕塑、溼壁畫、器物等一百組件
- 參觀票價：全票280元、優惠票250元、敬老票150元
- 展品保險總額達新台幣卅三億



價格的意義與角色

價格(price)的意義

- 狹義：為了取得某個有價值的產品所須付出的金額---
--貨幣支出
- 廣義：取得產品的代價（金錢、精力、精神、時間）
-----貨幣支出和非貨幣付出



價格的意義與角色

價格(price)的意義

- 製成品的貨幣支出：定價、價格、價錢、金額
- 金融商品的貨幣支出：保費、開辦費、頭期款、罰金、利息、循環利息、年費、掛失費、手續費



價格的意義與角色

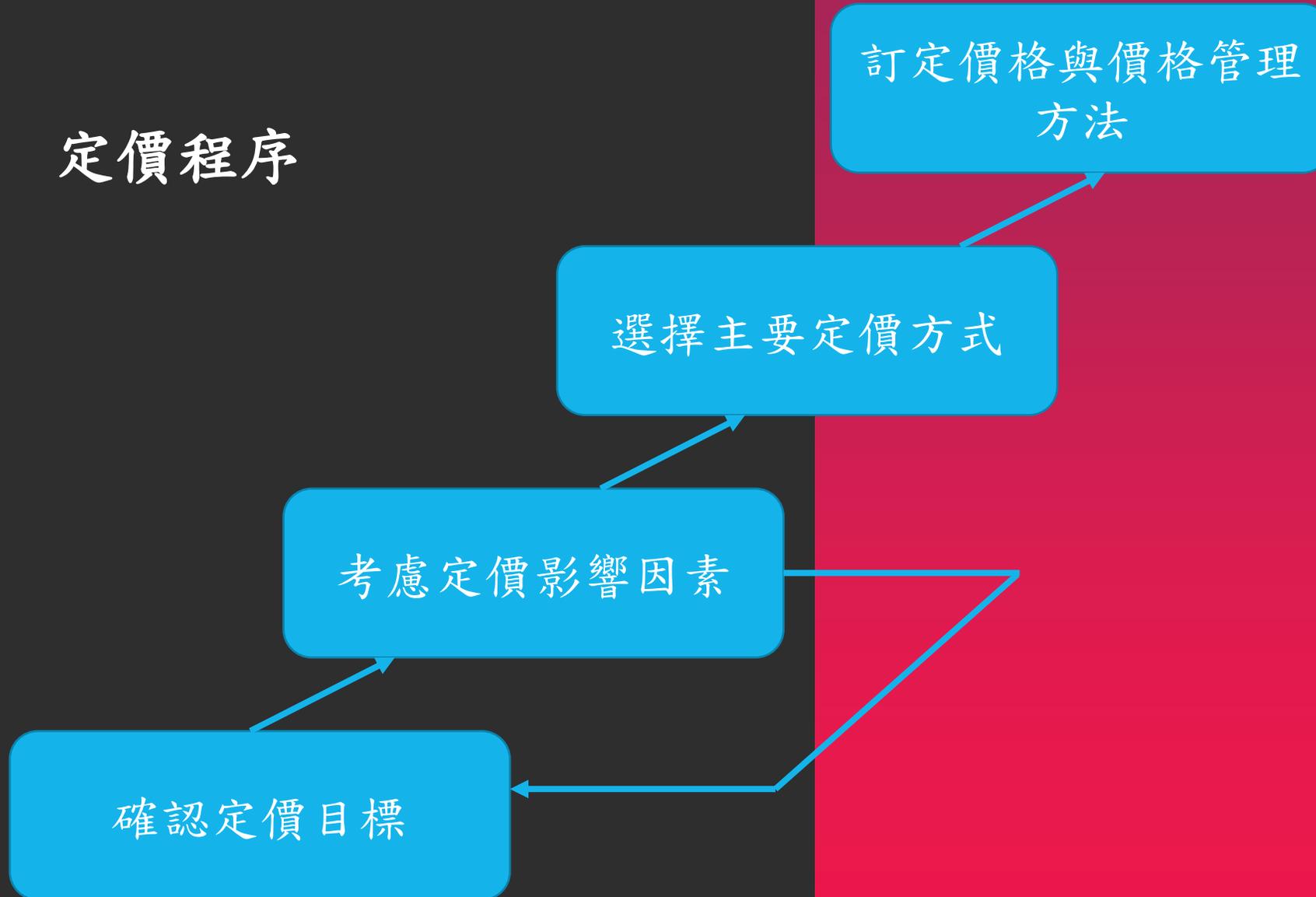
價格的角色

- 有彈性的競爭武器與經營工具
 - 相較於產品、通路、推廣，價格的調整較有彈性
 - 快速因應競爭的變化、出清存貨、創造人潮、調節供需
- 影響營業額與利潤
 - 價格變更往往影響銷售量，進而影響營業額與利潤
- 反映定位或行銷意圖
 - 價格常被企業用來表達定位或塑造形象(美國運通黑卡)
 - 價格可用來表達向對手宣戰、擴大市場佔有率等意圖
- 傳達產品資訊、協助購買決策
 - 消費者對產品的使用經驗不足、認識有限，又難以從外表或其他方式判斷產品特性與品質時，常用價格推斷品質

Price \$

金融業定價的目標與考慮因素

定價程序



金融業定價的目標與考慮因素

定價目標

- 收益導向
 - 為了達到一定的投資報酬率、衝高營收或追求利潤極大化
 - 對短中長期成本、消費者的價格敏感度、市場的需求量、競爭者反應等，必須謹慎評估
- 作業導向
 - 為了調節需求與供給或人力資源
 - 航空公司、旅館在離峰時降價以利用閒置產能
 - 證券業者降低網路下單費用，以節省人力資源



金融業定價的目標與考慮因素



DISCOUNT

定價目標

- 惠顧導向
 - 為了刺激消費者試用或增加購買次數
 - 低價促銷、贈品、抽獎
 - 信用卡、基金等調降手續費以刺激購買
- 競爭導向
 - 跟隨競爭者定價或以低價來牽制競爭者
 - 以高價來凸顯本身優於競爭者的地位



金融業定價的目標與考慮因素

定價目標

- 社會福利導向
 - 以社會福利為出發點
 - 如：全民健保費、公營機構的課程學費、勞工紓困貸款的低利率、微型保險的低保費

微型保險的保障對象



經濟弱勢



原住民



漁民



農民



社福團體
服務對象



身心障礙

都是微型保險的保障對象

本影片僅提供保險

金融業定價的目標與考慮因素

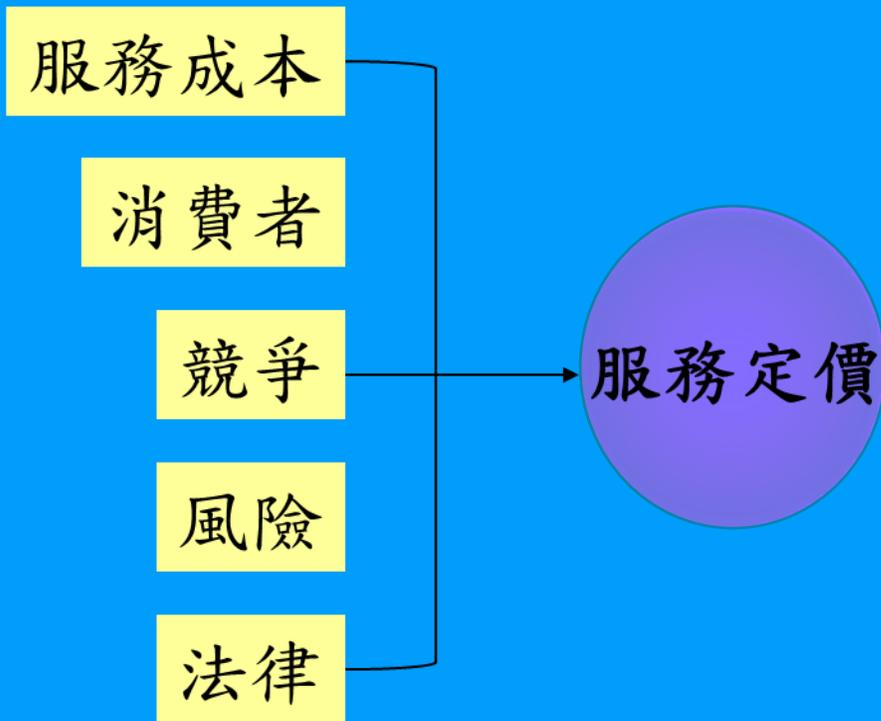
定價目標

- 企業的定價往往有多重目標，但多重目標有時會有矛盾
 - 希望定價能牽制對手，又有不錯的利潤，但有牽制作用的定價，也許會減損利潤。
 - 企業必須考慮多個因素，才能決定最適當的價格



金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素



金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

消費者認知的產品最高價值

價格上限

- 產品獨特且受歡迎
- 產品品質優於競爭者

主要競爭者價格

產品的單位成本

價格下限

金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

消費者認知的產品最高價值

價格上限

主要競爭者價格

- 條件和對手旗鼓相當
- 不想引起惡性競爭

產品的單位成本

價格下限

金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

消費者認知的產品最高價值

價格上限

主要競爭者價格

產品的單位成本

- 產品缺乏獨特性、品質比不上主要對手
- 產品品質和主要對手相當但想打擊對手
- 創造話題、人潮
- 消化閒置產能，多收現金

價格下限

金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

- 服務成本
 - 成本常被當作是價格的底線，以免虧損
 - 希望打擊競爭者、出清存貨、短期內取得現金、打開知名度時，甚至以低於成本定價
 - 服務的特性讓投入與產出之間的關係不太明確，因此成本的衡量有一定的困難



固定成本 fixed cost	在一定的產能或銷售範圍內，不受服務量或銷售量影響之成本
變動成本 variable cost	會隨服務量或銷售量的增減而變動的 成本

金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

- 消費者



知覺利益

顧客對服務價值的認定

決定

價格上限

知覺成本

知覺利益-知覺成本=淨價值

金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

- 消費者

知覺成本 = 非貨幣付出 + 貨幣支出



騎車



「泊」車



搭電梯



選購、殺價



付\$購買

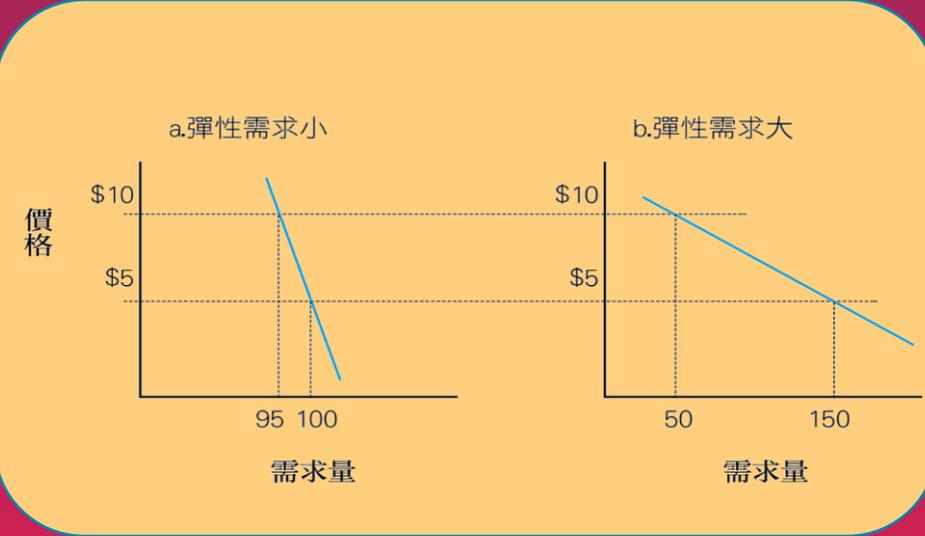
非貨幣付出
(non-monetary sacrifice)

貨幣支出
(monetary sacrifice)

金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

- 消費者
 - 需求的價格彈性(price elasticity of demand)
 - 彈性大：價格小幅變動造成需求的大幅變動
 - 彈性小：價格變動不太影響需求
 - 服務越獨特或越不易替代時，彈性越小，因此越適合高價



金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

- 競爭
 - 企業的競爭者家數、規模、策略等影響定價

完全競爭	產業內有許多業者，且銷售同質產品。買賣雙方只能照市場的均衡買賣商品，都是「價格的接受者」
壟斷競爭	產業中有許多業者與顧客；顧客各有所好，因此業者以異質產品吸引顧客，有相當的定價能力。企業競爭的焦點是差異化，突出本身特色
不完全寡頭壟斷	少數規模較大的業者提供絕大多數產品，消費者認為這些產品有差異，因而有不同偏好。企業對產品具有壟斷性，可定較高價格以增加營利

金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

- 風險
 - 金融業的本質就是在承擔風險以賺取收益
 - 銀行、證券行、保險公司等需精準衡量風險，並為金融商品及服務訂價（如利率、手續費）
 - 銀行的放款業務須評估申請人的違約風險，然後訂出適合的放款利率；顧客的風險越高，利息或相關費用就越高



金融業定價的目標與考慮因素

定價影響因素

- 法律
 - 金融業對經濟發展與社會福利有重要影響，因此各國政府對金融業都有法律規範
 - 金融商品與服務的定價同樣受到法律約束
 - 信用卡的分期付款手續費、國外刷卡手續費、逾期繳款手續費等，都受到金管會的規範



金融業定價法

一般定價

- 以成本為基礎的定價
 - 公司要能獲利，則制定的價格必須足以回收成本並創造利潤
 - 成本加成(markup on cost)



單位服務售價 = 單位服務成本 + (單位服務成本 * 加成百分比)
單位服務成本\$100、加成20%，服務售價等於～
 $\$100 + (\$100 * 0.2) = \$100 + \$20 = \$120$
毛利 = 售價 - 成本 = \$20

金融業定價法

一般定價

- 以成本為基礎的定價
 - 依照服務時間收費法(fee for service time)

專業人士（如律師、會計師、管理顧問）廣為使用
這意味時間是服務人員珍貴的資源與成本來源
通常是以每小時為基礎來收費



金融業定價法

一般定價

- 以成本為基礎的定價

優點	缺點
簡單明瞭，易於採行與溝通	實際服務成本與顧客之價值認知可能存在差距。
對業者或消費者都公平	某些服務的成本難以彙集與計算，尤其是提供多項服務的企業或人員。

金融業定價法

一般定價

- 以競爭者為基礎的定價
 - 根據競爭者在類似服務上的價格作為定價基礎



亞太電信 

 中華電信
Chungwa Telecom

FAREASTONE


T STAR
台灣之星

 台灣大哥大

金融業定價法

一般定價

- 以競爭者為基礎的定價
 - 現行費率定價法（going-rate pricing）
 - 以市場中最普遍的價格來收費
- 適用於：
 - 差異不大或高度標準化的服務
 - 顧客對價格敏感
- 缺點：
 - 不利小企業模仿大企業的低價策略
 - 服務的異質性令比價不易



金融業定價法

一般定價

- 以消費者為基礎的定價
 - 知覺價值定價法
 - 當消費者的知覺價值高，就定較高價格
 - 當知覺價值低，則定較低價格
 - 採取這方法的企業常設法為商品塑造優良形象，並爭取消費者認同，以便提高商品的價值



金融業定價法

一般定價

- 以消費者為基礎的定價
 - 超值定價
 - 訂出比消費者預期還要低的價格
 - 減少廣告支出
 - 降低消費者的資訊搜尋成本
 - 規模經濟可對競爭者造成壓力



金融業定價法

商品類別定價

- 理財型金融商品
 - 活期存款、定期存款、基金、股票
 - 利率
 - ATM轉帳費用
 - 不同存款額度下的利率水準
 - 定存提前解約的手續費、利息折扣百分比
 - 活期存款餘額未達多少則不計利息
 - 基金的申購手續費、贖回手續費、信託管理費、轉換手續費
 - 股票的買賣手續費



金融業定價法

商品類別定價

- 信用型金融商品
 - 房屋貸款、小額信用貸款、信用卡
 - 貸款利率(擔保品、貸款時間、風險)、開辦費、鑑價費、轉貸費、帳務管理費
 - 信用卡年費、循環信用利息、違約金、預借現金手續費、掛失手續費、調閱簽帳單手續費、補印帳單手續費、溢繳款退回手續費、支票付款退票手續費、國外交易服務費、緊急替代卡費用



金融業定價法



商品類別定價

- 保險金融商品
 - 保費
 - 承保事件發生的機率
 - 利率
 - 投保金額
 - 公司營運成本與預訂利潤