

# 产业经济学视角下的战略性新兴产业的定价策略

刘晓燕

(山东青年政治学院)

**摘要:** 对于整个国家经济的发展来讲,战略性新兴产业是有着极为重要的推动作用的,尤其是如果想要国家经济发展的速度变得更快一些就必须大力发展战略新兴产业。但当前战略新兴产业中存在定价策略不够完善的问题,对于整个产业的发展有着极大的阻碍,以至于其对经济发展的推动作用并没有达到比较理想的预期。为了改变其发展现状,需要进一步帮助进行定价策略的优化,促进产业发展,帮助社会经济更进一步。

**关键词:** 产业经济学; 战略新兴产业; 定价策略; 经济发展

## 引言

要想整个国家的经济实力一直不断得到增强,就必须对当前的一些经济产业进行突破,革新产业类型,发展更多不同的经济产业。尤其是随着全球化市场的形成,行业内部以及行业间的竞争都在变得越发激烈,这种情况下,大力发展战略性新兴产业,能够帮助市场产能过剩的问题得到顺利解决,帮助整个经济产业结构变得更优良,促进所有资源的进一步高效利用。也因此战略性新兴产业的定价研究是极为必要的。

## 一、战略性新兴产业的内涵及其定价策略

所谓的战略性新兴产业指的是不同于传统产业的新兴产业,这些产业存在的普遍特征在于他们在技术上有所创新,因此其最终能够提供给消费者的服务或者是产品与传统产业能够提供的是完全不同的<sup>[1]</sup>。再者战略性新兴产业还有一个极大的特点,那就是对于环境比较友好,在能源的节约与高效利用方面有比较大的优势,除了给整个社会发展带来利益的同时,对于大自然环境也能带来不小的保护。也因此,很多国家对于战略性新兴产业的发展有着比较多的帮扶政策。

而产业的定价策略通常会影响到一个企业的经济效益,进而影响到一家企业能否长时间持续发展下去。在对相应产品或者服务进行定价的过程中,企业不能一味抬高价格,打击到消费者的购买欲望,当然,价格也不能太低,企业无法从中获得足够的利润自然也就难以生存。这种情况下,企业在定价的过程中就必须尽可能地寻求自身利润与消费者消费心理上的一种平衡。当前国内的消费者在进行产品或者服务购买的过程中对其价格是极为在意的,因此,企业在发展过程中必须要重视产品或者服务的定价。采取合理的定价策略来帮助保障企业与消费者双方利益的同时还能够获得最大范围内的利润,为企业发展赢得更多资本。

## 二、当前战略性新兴产业定价策略中存在的问题

### (一) 定价策略与产业基本特征不够契合

当前很多战略性新兴产业的经营企业在进行服务或者产品定价的过程中没有考虑到其所提供产品或者服务本身的特征,以至于最终所选择定价策略与产业特征不契合,造成难以挽回的损失,影响企业生存。虽然我们说了新兴产业的一大特征是技术上的创新到这并不意味着战略性新兴产业就完全等同于高新技术产业了,因此在定价过程中自然不能盲目地去追求过高的定价再者不同地区经济发展状况不同,产业经营所需成本不同,所采用的定价策略自然也应该存在一定差异。但当前新兴战略产业中很多企业明显在定

价时没有做到这一点。

### (二) 产业内部结构存在失衡的问题

近些年来,我国战略性新兴产业中还存在一定的结构失衡问题,这些问题的存在造成产业内部本身存在着不少相互冲突矛盾的因素,这些因素之间难以有效协调,最终影响到产业本身的发展<sup>[2]</sup>。举个简单的例子,有的新兴产业在发展过程中纯粹依赖于国家政府的政策帮扶,技术创新完全没有给自己带来内部的发展动力,也侧面印证了其在定价策略选择上存在比较大的问题。当然内部结构本身的协调性以及存在的问题也会影响到最终的定价策略选择。从本质上来讲,产业发展与定价策略是相互影响,共同作用的。

### (三) 新兴产业在自主创新能力上有所不足

战略性新兴产业在发展过程中是需要有较强自主创新能力的,只有不断创新,推出新的战略性产品与服务,才能帮助企业有更好的发展。在市场竞争的过程中才能更有优势。但当前阶段,我国战略性新兴产业的整体创新水准明显还处于比较低的水准,虽然可能存在一些产业在发展上领先世界水平但这些明显是比较少的大多数对于国外技术比较依赖,这种状况造成了我国新兴产业在发展的过程中是比较被动的,如果不抓紧时间进行创新突破,就会一直处于市场竞争的落后位置,在产品定价方面也难以有多样化的选择。

## 三、国内战略性新兴产业定价策略

### (一) 要与产业基本特征有紧密结合

企业在发展战略新兴产业帮助产品与服务进行科学定价的过程中必须要与产业本身发展的客观规律相符合,要有明确的方向和目标,不能存在过大偏差。首先在进行定价的过程中必须要根据产业发展所在区域的不同来进行差异化定价,在合理价格范围内根据区域经济发展以及资源成本的不同来进行价格上的调整。对于广大消费者来讲,如果产品或者服务本身质量上的差距并不是很大,那么消费者会明显更青睐于便宜的产品或者服务。这说明价格对于消费者的消费行为是有着比较大的影响的。因此,即便是战略性新兴产业所提供的产品和服务在质量上是比较优质的,但也不能过于随意地去提升价格,必须尽可能地将产品以及服务价格控制在一个比较合理的范围内,才能让消费者满意。除此之外,新兴产业产品服务的价格也并不是一成不变的,应该根据产业的发展规律不断进行变化<sup>[3]</sup>。比如说智能手机刚刚出现时其价格是比较昂贵的,但随着科技的不断发展,普通智能手机的制造变得更容易了,价格自

(下转第 217 页)

习态度、情感和价值观等方面的评价。依据上述指导文件,多元化的评价模式(自我评价、互相评价、教师评价、座谈、档案袋评价)、构建性的评价模式、在设定的情境中进行评价(整个文创设计的过程)更加符合当代核心素养的要求。举个例子,一些有条件的学校(校庆节日、文化节)可以开设文创展览活动,并制作评价调查表,通过赠送小礼物的方式邀请校外学生、社会人士、学生家长、其他老师等人填写表格,给出相应的评价;也可以将作品以网页、书籍、册子、海报、视频等方式通过网络传媒,以便更多的人参与评价。在外界参与评价的过程中,集思广益,使学生们能够在共同学习的情境中认识到自己的不足并得到提升。总的来说,摆脱单一、管理主义至上的评价模式,融合符合美术核心素养的课程评价于学生的文创作品中,鼓励学生进步、克服困难、甚至突破自我。

### 三、影响文创设计课程开展的因素及对策

第一,坚持以学生为主体,教师主导的教学理念。目前很多中学生还是接受着填鸭式的知识学习方式,在课程实施过程中考虑学生身心发展规律和选择适合全体学生以及面对学生的个体差异性因材施教的教学方法。还有诸多的限制性因素例如课程经验资源、课程人力、财物资源的不足可能会影响文创设计课程的开设。第二,文创课程小组的组织模式。

#### (一) 课程的经验资源

杜威强调了学生生活经验的重要性,换句话说一批学生的学习阶段如果只是在应试教育的大背景下,那这批学生的生活经验也就只是干瘪的、同一化的。为了确保学生获取饱满的直接经验,就需要合理运用和开发家庭、社区、学校的经验资源。时刻关注学生的一切,教师可采取通过电话访谈、面对面与家长沟通等方式致力给学生带来完整的、幸福的家庭生活经验。教师和家长需要共同聚焦学生的社区生活和学校生活,充实学生的精神财富,尽量做到不压抑人自然生长的本性,培养学生健康的心理更有利于他们学习。

#### (二) 课程的人力资源、财物资源

为了使文创设计课程在中学的美术教学中更加的合理化,可以适当的削减人力资源和财务资源。文创产品的种类异常丰富,学生能够运用各种美术语言去表达、制作。鼓励学生寻找传统的媒材如

木材、石材、泥土等生活中容易取得的媒材制作文创;同样鼓励学生善于运用传统媒材以外的形式完成文创产品的“造型”:如丝网印、3D打印、扎染、烘烤、浇铸等。这要求学生、教师合理运用家庭、学校的人力、财物资源,有条件的学校可以购置相关的仪器设备、将有相关能力的人请进来、带领学生走出去;有条件的家长可以支持学生在家中寻找解决“文创造型”的方法。

#### (三) 文创课程小组组织模式

首先,教师不涉及学生的文创课程小组,按照课程标准的程序性,创设学生感兴趣的文创设计情境,完全由学生自由发挥创作。其次,小组作为一个学习单位,成员的结构组成可以直接影响到小组制作成品的结果。在此,笔者认为可以按照学生的学习动机去划分小组。教师需要充分了解中学生对文创设计课程的看法及需求,把有相同学习动机的学生安排成一个小队。举个例子,文创的主题是非遗,有些学生做出成品的目的是为了让更多人能够了解自己家乡的文化;有些学生可能单纯享受运用美术语言去制作符合主题的文创产品顺便还能赚取零花钱;有些学生会认为设计独特的作品是非常有成就感的事情等等。按照学生的学习动机分小组能够提高学生设计过程中的效率。

值得一提的是,设定适合每个文创小组的管理模式同样很重要。考虑到有些学生的自我效能感低或者兴趣不足的现象,可以采取“鲇鱼式”的管理模式。有条件的教师可以尽量安排一个小组里的学生有不同的气质类型,并每个小组里安排一个解决问题能力相对较低的学生当组长,激发整体学生的学习动机。

#### 参考文献:

- [1]钱初熹.美术教学理论与方法[M].北京:高等教育出版社,2013.
- [2]李德明,鲍宜珏.运用心理学效应对问题学生矫治的尝试[J].江苏教育,2016-10-21(48):38-39.
- [3]钱初熹主编.文化创意产业与当代学校美术教育的研究.湖南美术出版社,2012.11

#### (上接第215页)

然集体下跌。因此,企业在进行定价的过程中必须要灵活,不能死板盲目要根据市场的变化进行动态化的价格调整。

#### (二) 必须要确保产业内部的健康发展

企业一旦选择好了自身的定价策略,在实际落实的过程中是否能够取得理想的成效与产业本身发展的具体情况也是有着很大关系的。举个简单的例子吧,如果某企业为了能够更大范围地去推广自身的产品,在价格上给出了一个极为优惠的数值,甚至于这一价格已经影响到企业自身的盈利情况,那么这一定价的策略选择自然是不够明智的。因此,为了帮助企业的定价策略设计的更加合理,落实过程中也能够获得更理想的成效,需要确保企业内部产业的健康发展。企业需要不断对其内部的产业结构进行优化调整,要帮助产业的内部运行效率变得更高,尤其是在企业各项资源的配置方面,一定要将更多的资源倾斜给最需要的产业,确保所有资源在企业的日常生产经营过程中能够有更加高效的利用。对战略性新兴产业的发展影响比较大的是其在技术上的创新性以及其在研发方面的资源投入,在决定这些的过程中一定要根据企业当前的发现经营情况以及行业发展动态,产业前景等进行综合考量,重视技术创新与研发是必要的但需要量力而行,不能过度重视,直接影响到企业的健康发展。

#### (三) 进一步提升新兴产业的自主创新能力

当前战略新兴产业在进行定价的过程中因为技术上受到国外或者其他方面的限制,以至于本身在定价方面其实并没有太多的选择性。比如说企业经营所需的技术是从国外技术领先的企业中购买获得的。那么必然是需要为其支付大比专利费用的,但对方也同时在生产同类型的产品,那么对方与我方的产品生产成本相比自然是

更低的,定价时也有比较宽裕的选择。我们为了与对方竞争消费者,价格上不能比对方高,双方利润相比,我方肯定要低得多,那企业在竞争中当然难以取得优势地位。故而,企业要想有更合理的定价策略同时掌控市场价格的主动性就必须不断对自身的自主创新能力进行增强。国内新兴产业必须要摆脱当前技术上的在外依赖性,不断创新革新技术,拥有自己的技术产品与专利,市场竞争也就能掌握更大的主动权。

#### 四、结束语

产业经济学视角下,我国的战略性新兴产业的定价策略必须被不断完善。要通过合理的定价来帮助新兴产业的发展可以有更光明的未来。经营新兴产业的企业在进行产品服务定价的过程中必须要灵活多变。要遵循行业发展的规律,契合不同区域经济发展方面的差异性,帮助产品定价更加合理。要不断对产业内部结构进行调整,优化企业资源的配置方案,帮助产业内部更健康发展,给予产品以及服务更大的价格空间。当然还需要不断进行技术创新与突破,获得独属于自己的产品,摆脱对国外技术的依赖性,掌握市场定价的主动权。

#### 参考文献:

- [1]宋华.基于产业经济学视角的战略性新兴产业定价策略研究[J].2021(2015-2):30-33.
- [2]郭旭红,李玄煜.新常态下我国战略性新兴产业竞争力的经济学分析——以波特“钻石模型”为视角[J].2021(2016-12):84-89.
- [3]贺俊,吕铁.战略性新兴产业:从政策概念到理论问题[J].2021(2012-5):106-113.