



## رمز ارزان بودن کالای چینی

### عوامل شناخته شده در کاهش قیمت تمام شده کالاهای چینی

ارزان بودن قیمت کالاهای چینی دیگر تقریباً بر همه آشکار است.

بسیاری از ما به این موضوع که عوامل مختلفی موجب کاهش بهای تمام شده کالای چینی می‌گردند، پرداخته‌اند. هزینه مواد اولیه، نرخ پایین دستمزدها، نسبت ارزش یوان چین در مقابل دلار و ... از جمله عواملی بوده‌اند که تقریباً در همه جا به آن‌ها اشاره شده و در مورد آن‌ها صحبت شده است.

اما آنچه در این پست به آن اشاره خواهد شد هزینه‌های مهم دیگری است که مربوط به هیچ یک از پارامترهای فوق نمی‌شود. منظورم هزینه‌های بازاریابی و فروش است.

### نقش حذف هزینه‌های بازاریابی و فروش در استراتژی

## ارزان‌فروشی چین

اگر دقت کرده باشید کالاهای چینی از عوامل مربوط به بازاریابی نیز استفاده کرده‌اند تا کالاهایشان ارزان تمام شود. به عبارتی دیگر اگر همه عواملی که قبلاً به آن پرداخته می‌شد مربوط به ارزان‌سازی کالا بود، این بار با استفاده از حذف زیرکانه هزینه‌های بازاریابی در اصل استراتژی ارزان‌فروشی برای کالاهای چینی نمایان می‌گردد. ارزان‌فروشی در کالاهای چینی در اصل یک نوع استراتژی پنهانی است که منجر شده است تا هزینه‌های گوناگون بازاریابی و فروش روی دوش مشتری بیفتد. هزینه‌هایی مانند:

۱. مدیریت نام تجاری: کالاهای چینی به دلیل آنکه نام تجاری مورد دلخواه مشتری را روی محصولات درج می‌کنند در اصل تمامی هزینه‌های مربوط به مدیریت نام تجاری را به مشتری منتقل کرده و می‌توانند کالایشان را با حذف این هزینه ارزان‌تر به فروش برسانند.

۲. هزینه‌های پروموشن: تبلیغ و پروموشن‌های محصولات چینی با خریدار است.

۳. هزینه توزیع: بخش عمده‌ای از قیمت فروش کالا مربوط به هزینه‌های توزیع می‌باشد. در کالاهای چینی تاجران کالا را تهیه کرده و خود بایستی هزینه‌های توزیع را متحمل شوند تا کالا در نهایت به دست مصرف‌کننده نهایی برسد. از تخفیفات فروشندگان نیز خبری نیست. کمتر شرکت چینی را می‌یابید که نماینده فروش داشته باشد.

اگر کمی توجه کنید به راحتی می‌توانید این لیست را توسعه دهید. کالاهای چینی هیچ‌کدام از این هزینه‌ها را ندارند و لذا علاوه بر قیمت تمام شده محصولات، قیمت فروش آن‌ها نیز بسیار پایین می‌باشد.