深圳技师学院商贸学院

理论课程教案

科目	经济学基础 课号：0510132	项目二 发现价格 2.5.2 弹性分析及应用 ——商品弹性分析与促销策略选择	授课日期	第8周 (2)	课时	2
			班级	24 跨境电商 G5		
授课方式	翻转课堂、任务驱动、启发式教学、朋辈互助、案例分析等		作业题数	2	拟用时间	2
学习目标	<ul style="list-style-type: none"> ● 思政目标 <ol style="list-style-type: none"> 培养学生注重实践、深入探究的品质； 学会运用 Deepseek 等 AI 工具自主学习，打造勤于思考，精益求精的工作态度； 培养电商运营师实证思维、数据思维、对结果负责的职业素养和思维品质。 ● 知识目标 <ol style="list-style-type: none"> 理解需求弹性的定义与影响因素； 掌握商品弹性的分析与应用； 认识运用弹性分析评估促销结果的程序和方法。 ● 能力目标： <ol style="list-style-type: none"> 能计算商品的需求价格弹性； 能运用弹性分析选择合适的促销策略； 能借助 ai 工具验证数据提出改进建议。 		使用 教学 媒体	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 教学场地 教学楼 511，多媒体教室+板书，方便互动训练 ❖ 教学平台/软件 超星学习通 Deepseek/Kimi 等 ai 工具 多媒体软件 ❖ 教学资源 微课短视频 课前小组调查任务展示 结合学生投票+常见的商品促销调查展开课堂训练 		
重点	商品弹性分析及促销策略选择		难点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 结合工作场景区分/测算商品弹性； 2. 结合工作场景运用商品弹性分析评估促销效果，并选择促销策略。 		
课程分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 课程性质： 本课程是商贸学院供应链产业群的专业平台基础课，属于通识类课程，具有较强的知识性、逻辑推理性。课程以经济活动的主体视角（个人或家庭、消费者、生产者、政府）为核心，围绕“走近经济、发现价格、理性消费、创造财富、认识市场、调控经济”等主题，循序渐进地学习经济学理论，训练学生的经济学思维和理性分析决策能力。 ● 课程任务： 本课程的主要任务是培养学生的经济学思维、商业思维，帮助学生正确认识经济现象，合理利用和有效管理自身的经济生活，提升经济思维和伦理品格，为专业课程学习和职业需要打基础。通过课程的学习，学生将①掌握经济学基本概念和理论：稀缺性、机会成本、边际思维、供求规律、消费生产、竞争垄断、政府干预等。②观察、分析和解决经济生活和商业实践中的问题：学会从经济学角度观察经济社 					

	<p>会现象，理解经济运行的逻辑关系和基本规律，运用供需分析、均衡分析、弹性分析、生产分析、成本收益分析等，分析微观经济中的消费者、家庭、企业的经济行为，理解微观经济政策和宏观经济政策。③经济学思维：帮助学生运用经济学思维分析和解决日常经济社会生活和商业实践中的问题，鼓励学生独立思考提出创造性的解决方案，提升学生对经济社会的认知能力，培养理论与实践实训结合的能力，分析和解决实际问题的能力，批判性思维和创新能力。④思政建设：引导学生树立中国特色社会主义市场经济制度自信，自觉践行社会主义市场经济规律，遵守法律法规、社会公德和职业操守。</p>
学情分析	<p>● 学情分析： 优势：本次课程的授课对象是 24 跨境电商 G5 班一年级第二学期的学生，他们从初中毕业进入技师学院学习第一年，大部分学生具有较好的学习习惯，经济学思维、商业思维的可塑性较好；学生从无到有开始接触电脑操作、办公软件的应用，具备初步的办公软件 office 操作能力；学生开始接触专业基础课，对专业课程学习和实务操作有渴望。学生生活在商品经济社会中，对生活中的经济现象有一定的感性的认识，这给课程深层次的教学探寻和实践学习提供了理论和实践的支持。 不足：学生习惯填鸭式的学习和标准答案，对开放式、探索式的学习较陌生，沟通和表达意识不强，学习和实践的主动性、创造性不足；对经济现象的认识停留在浅表、感性的层面，抽象、归纳、推理等思维能力欠缺；存在个别学生办公软件操作不熟练，上课易分神、自我约束不强的情况。</p> <p>● 应对策略： 针对优势，任务设计适合初中起一年级学生的经济生活和真实商业实践，理论与生活实际结合，可操作性强；任务具有综合性，分成递进性的 3 个子任务，任务针对高低年级、不同专业基础的学生设置 plan A 和 Plan B，子任务实施五星难度分级，以适应不同基础学生的学习要求。同时，引导学生学会用 Deepseek 等提示词工具获取数据来源，计算商品需求弹性，运用弹性选择促销策略，预测促销效果优化方案，以提升逻辑推理和整体思维能力。 针对欠缺和不足，对学生采取课前小组互助探究、任务分解引领、线上微信群答疑，课中理论探索和实践操作讲评结合、理实一体化综合训练，课后反复练习、闭环提升的方法，以优秀学生带动弱势学生，达成全员提升的目标。</p>
本次课程设计	<p>以商品弹性与促销策略选择为主线，从“<u>降价一定带来正向的销售效果吗</u>”到“<u>弹性知识与需求弹性计算验证——商品弹性与促销策略选择实证探索——商品弹性与促销策略选择拓展训练——课后反思与提高</u>”，以达成循序渐进，探索学习，刻意练习，循环提升的学习效果。</p>
教学回顾	

审阅签名：_____

时 间：2025 年 4 月 10 日

教学实施过程

课前翻转及理论学习初探

环节	学习内容	教师活动	学生活动
<p>(一) 课前学习</p>	<p>1. 学习教材 P35-46 页需求弹性及弹性应用的理论知识； 2. “商品需求弹性的应用”微课学习； 3. 在学习通系统完成弹性与应用理论练习课前测试。</p>	<p>1. 准备教学资源并下发；将微课及练习题上传学习通； 2. 查看学生自学情况。为课上化解重难点找准对象和方法。</p>	<p>1. 课前小组自学教材及微课，完成自学总结； 2. 练习基本知识，查看基础知识的掌握。</p>
<p>(二) 课前任务讨论与实施</p>	<p>❖ 任务背景 面对日益激烈的市场竞争，老板希望你能提高销售业绩，公司招来运营部经理，希望你能找到提升业绩的途径和方法。 你叫来两个下属：“没头脑”和“不高兴” A说：降价促销… B说：降价不一定… 未来的跨境电商运营师们，你会怎么做？ 作为跨境电商一年级的萌新，从身边的价格促销现象观察开始吧。 分组任务： ①探店随手拍（观察价格现象，调查商家促销活动）②分析商家不同商品的需求价格弹性（可借助Ai等工具） 【平台讨论】 通过实地调查、网络+Ai工具、讨论等，在学习通和微信学习群完成在线讨论：判断商品需求价格弹性的方法，调查商家现有的促销方式，运用弹性分析促销结果。</p>	<p>1. 发放任务； 2. 解释任务； 3. 在线解答学生的疑问； 4. 查看学生讨论情况，适当提示。 5. 督促引导学生完成组任务。</p>	<p>1. 接收任务； 2. 查找资料、思考讨论问题； 3. 分组探店调查价格现象； 3. 学习通和微信学习群在线讨论回答。</p>
<p>课前准备</p>	<p>上课前签到、考勤； 准备好资料（教材、笔记本等）； 设备登录（office软件，多媒体设备，学习通登录）； 课前学生情绪调整。</p>	<p>设备登录（office软件，多媒体设备，学习通登录等）； 巡查资料准备，调动学习气氛。</p>	<p>准备学习资料，调整学习状态； 拷贝小组任务ppt等资料到教师电脑。</p>

课中学习

环节	学习内容	教师活动	学生活动									
<p>(一) 降价一定带来正向的销售效果吗？ (8分钟)</p>	<p>1. 展示学生分组探店成果 门店，主要商品的价格，价格促销活动</p> <p>2. 课前投票结果展示：给出三组商品，学生对比投票结果。如普通盐 vs 高端盐，蜜雪冰城的柠檬水和雪王咖啡等。</p> <p>引导提问：降价一定带来正向的销售效果吗？ 我们共同学习商品需求弹性理论，并运用弹性理论评估促销效果，选择促销组合策略。</p>	<p>1. 展示学生探店作业成果</p> <p>2. 对比三组商品，引导提问</p> <p>3. 提出问题：所有商品都适合降价促销吗？引出需求价格弹性</p>	<p>1. 互动问答：需求定理，供需分析知识图谱</p> <p>2. 参与投票，陈述理由</p> <p>3. 思考所有的商品都适合降价促销吗？带问题探索学习</p>									
<p>(二) 商品需求弹性的定义与计算验证 (8分钟)</p>	<p>知识讲授与练习</p> <p>1. 弹性的定义：需求弹性 E_d 指①消费者的需求量变化对价格变化的反应程度。②需求量变动百分比与价格变动百分比的比值。</p> <p>2. 需求弹性的 2 定义用来判断商品的需求弹性</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #f28b82; color: white;"> <th>1、感性判断</th> <th>2、量化判断</th> <th>商品的需求价格弹性</th> </tr> </thead> <tbody> <tr style="background-color: #f2d9d9;"> <td>对 ΔP 敏感</td> <td>$E_d > 1$</td> <td>富有弹性</td> </tr> <tr style="background-color: #f2d9d9;"> <td>对 ΔP 不敏感</td> <td>$E_d < 1$</td> <td>缺乏弹性</td> </tr> </tbody> </table> <p>训练 1：计算需求弹性 E_d 和收益变动 ΔTR</p> <p>3. 归纳总结： 富有弹性，价格小幅变动引起需求大幅变动，降价促销收益增加 缺乏弹性，价格大幅波动引起需求小幅变动 提高价格收益增加</p>	1、感性判断	2、量化判断	商品的需求价格弹性	对 ΔP 敏感	$ E_d > 1$	富有弹性	对 ΔP 不敏感	$ E_d < 1$	缺乏弹性	<p>1. 讲授弹性的 2 个定义</p> <p>2. 引导学生运用弹性定义判断商品需求弹性。</p> <p>3. 板书归纳总结</p>	<p>1. 理解和练习</p> <p>2. 计算商品需求弹性，并判断富有弹性 or 缺乏弹性。</p> <p>4. 明晰弹性大小，价格策略与收益变动的关系</p>
1、感性判断	2、量化判断	商品的需求价格弹性										
对 ΔP 敏感	$ E_d > 1$	富有弹性										
对 ΔP 不敏感	$ E_d < 1$	缺乏弹性										
<p>(三) 商品弹性与促销策略选择的实证探索 (25分钟)</p>	<p>(一) 实证探索：以普通食盐为例</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>时期</th> <th>价格 (元/千克)</th> <th>需求量 (万吨)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>基准期 (P_0)</td> <td>4.0</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>变动期 (P_1)</td> <td>5.0</td> <td>95</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. 结合生活经验影响食盐需求弹性的因素。</p> <p>3. Deepseek 收集信息，食盐需求弹性的实证。</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>实证研究参考</p> <p>1. 国际研究： 多数研究表明，食盐的 PED 在 -0.1 至 -0.3 之间 (如美国 USDA 数据)，即价格上涨 10%，需求量仅减少 1%~3%。 在低收入国家，弹性可能更低 (接近 0)，因食盐支出占比极小。</p> <p>2. 中国数据： 2017 年食盐价格放开后，部分地区价格上涨约 20%，但销量仅下降 2%~4% ($PED \approx -0.1$)，符合必需品特性。</p> </div> <p>4. 知识归纳总结：影响需求弹性因素 (P38-39)</p>	时期	价格 (元/千克)	需求量 (万吨)	基准期 (P_0)	4.0	100	变动期 (P_1)	5.0	95	<p>1. 列出商家某季度促销数据，组织学生计算食盐弹性；</p> <p>2. 提问：为什么食盐缺乏弹性；</p> <p>3. Deepseek 收集信息，食盐需求缺乏弹性的实证参考；</p> <p>4. 归纳总结商品弹性影响因素；</p> <p>5. 提问：结合影响因素，举例弹性大的商品并分</p>	<p>1. 阅读数据，计算食盐弹性，判断弹性大小；</p> <p>2. 结合生活经验陈述食盐弹性的影响因素；</p> <p>3. 记录和学习实证研究的方法；</p> <p>4. 记录弹性影响因素；</p> <p>5 运用弹性影响因素举例弹性大的商品并分析。</p> <p>6. 综合弹性值 E_d 影响因素+预期</p>
时期	价格 (元/千克)	需求量 (万吨)										
基准期 (P_0)	4.0	100										
变动期 (P_1)	5.0	95										

商品的不可替代性
可替代性越强，需求弹性越大，反之则越小。

商品用途的广泛性
用途越广泛，需求弹性越大，反之则越小。

商品对消费者生活的重要程度
重要程度越高，需求弹性越小，反之则越大。

商品消费支出在总支出的占比
商品消费支出在总支出中的占比越大，需求弹性越大，反之则越小。

注意：Ed要综合分析，且差异性大

5. 结合影响因素，举例弹性大的商品并分析。
6. 学生预判普通盐的促销策略，教师提供普通盐的促销策略参考。

析影响因素；
6. 点评学生的促销策略，提供专业的促销建议。

结果，选择普通盐的促销策略。

(二) 引导学生完成喜马拉雅玫瑰盐的实证探索

1. 播放喜盐介绍视频
喜盐需求弹性的经验判断
2. 喜盐的弹性测试

(1) 某电商历史数据法 (过去6个月的销售数据)

价格 (元/瓶)	月销量 (瓶)	价格变动 (%)	销量变动 (%)
50 (原价)	1,000	—	—
45 (降价10%)	1,100	-10%	+10%
55 (涨价10%)	950	+10%	-5%

- (2) A/B 测试法 (适用上市新品或缺历史数据)
在某电商平台为期1个月的测试
- A组 (原价50元): 销量 1000 瓶
 - B组 (降价至40元): 销量 1250 瓶
 - C组 (涨价至60元): 销量 850 瓶

- 商家测试结果出现不同的可能原因
3. 参考行业数据做专业判断
行业参考数据
根据市场特征，喜马拉雅玫瑰盐的可能范围 (产业调研网 2024)
o 短期 PED: -0.5 至 -1.5 (相对缺乏弹性，因消费者品牌忠诚度)。
o 长期 PED: 可能更高 (如 -2.0 以上)，因消费者有更多时间转向替代品。
 4. 学生根据 Ed 影响因素+参考行业数据选择喜盐的促销策略
 5. 教师互动提问分析学生的策略选择及评估；
展示商家拟采用的销售策略及结果验证。
 6. 总结归纳，提示电商运营师的思维品质和对结果负责的职业素养。

(二) 高端盐

- 1.1 播放视频
- 1.2 提问:影响喜马拉雅盐弹性的影响因素
- 2.1 教师提供某商家测验数据
- 2.2 教师提供商家的 A/B 测试数据
- 3.1 组织学生参考行业数据做出选择;
- 3.2 归纳分析计算结果不同的可能原因并提示对促销结果的影响
4. 提示参考可比数据做专业判断
- 5.1 互动提问分析学生的策略选择及结果评估
- 5.2 展示商家拟采用的销售策略及结果验证
6. 总结归纳，思政升华。

- 1.1 学生课前结合 Ai 工具学习相关信息;
- 1.2 学生梳理影响喜盐弹性的因素
2. 学生根据实际数据计算 Ed, 判断分析计算结果不同的可能原因, 做出判断;
- 3.1 学生结合行业参考数据做出判断选择
- 3.2 听取专业意见并修正自己的判断
4. 综上以上信息探讨拟采用的价格促销和非价格策略, 并评估促销结果
- 5.1 互动问答
- 5.2 记录实务操作要点和总结
6. 最后小组讨论完成课中工作页 2。

<p>(四) 商品弹性与促销策略选择的拓展训练 (35分钟)</p>	<p>蜜雪冰城的柠檬水和雪王咖啡为例</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 布置课堂拓展训练任务，提出电商运营师的职业素养和思维品质要求的要求。 2. 按照素养要求+Ai 工具完成指令操作 3. 组长组织充分讨论，并完成课中工作页 4. 组织学生对数据可靠性、可比性，促销组合设计进行评价和优化 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 布置课堂拓展任务和任务指引； 2. 提示电商运营师数据化思维与实证思维，判断数据的可靠性+可比性。 3. 指导学生完成课中工作页 4. 引导学生评估数据，对方案进行评价优化 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阅读任务要求和任务指引； 2. 学生分组借助Ai 工具获取数据测算商品弹性，评估数据真实性可靠性； 3. 组长引导下完成讨论和课中工作页； 4. 对数据、方案进行评估优化，对结果负责。
<p>(五) 教师对拓展训练点评总结与再提升 (5分钟)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 巡回辅导学生拓展任务实施中的辅导和答疑。 2. 结合共性和个性问题提出指引和建议 主要是①数据来源出处及其可比性可靠性 ②推理测算中错误及改进措施 ③观察身边的价格促销+非价格促销现象，刻意训练，反复实证，不断提升。 3. 布置课后拓展再拓展训练任务。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 巡回辅导答疑 2. 结合拓展训练中的问题给予提示和指引 3. 结合职业数据运营师的要求提出引导和建议 4. 提示刻意练习反复实证，不断提升的品质。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 积极与教师互动，提出问题解决问题； 2. 借助Ai 提示词等工具优化思维框架和方案组合。 3. 领会和理解职业素养的要求并持续训练。
<h3 style="background-color: #d8bfd8; padding: 5px;">课后拓展</h3>			
<p>环节</p>	<p>学习内容</p>	<p>教师活动</p>	<p>学生活动</p>
<p>课后任务及拓展提升</p>	<p>【弹性与促销应用拓展】 遵循课程工作页的操作流程+职业素养要求，咨询专业老师</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 搜索跨境电商主要品类（至少2个）。 2. 讨论分析电商/跨境电商场景数据如何获取，如何促进销售，如何评估数据和促销策略评估优化。 3. 反思总结提高。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 指导学生对弹性与促销策略选择使用场景的理解和边界； 2. 引导学生反思总结提高； 3. 挑选优秀的作品发布到学习群，供同学参考学习。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析体会商品弹性在跨境领域使用的价值和意义； 2. 分析各过程转化不理想可能存在的问题。 3. 登录学习群总结讨论再提升。

附件 1:

2.5 商品弹性与促销策略选择

课中工作页 1 (个人)

班级: _____ 学号: _____ 姓名: _____

任务内容: 根据商品弹性与促销策略选择任务指引完成喜马拉雅玫瑰盐的分析。																			
<p>1. 影响喜盐需求弹性的因素分析 (3分)</p> <p>①商品用途</p> <p>②替代品</p> <p>③重要程度</p> <p>④消费占比</p>	<p>2. 根据数据计算需求价格弹性 (2分)</p> $E_d = \frac{\% \text{需求量变动}}{\% \text{价格变动}} = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P}$ <p>(1) 根据 6 个月历史数据计算</p> <p>降价 10%:</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{-}{-}$ <p>涨价 10%:</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{-}{-}$ <p>(2) A/B 组测试数据计算</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{-}{-}$ <p>A/C 组测试数据计算</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{-}{-}$ <p>注意: 没有计算过程 0 分</p>																		
<p>2. 阅读数据</p> <p>(1) 某电商过去 6 个月的销售数据</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 5px 0;"> <thead> <tr> <th>价格 (元/瓶)</th> <th>月销量 (瓶)</th> <th>价格变动 (%)</th> <th>销量变动 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>50 (原价)</td> <td>1,000</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>45 (降价10%)</td> <td>1,100</td> <td>-10%</td> <td>+10%</td> </tr> <tr> <td>55 (涨价10%)</td> <td>950</td> <td>+10%</td> <td>-5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>(2) A/B 测试法: 在某电商平台为期 1 月的测试</p> <ul style="list-style-type: none"> • A 组 (原价 50 元): 销量 1000 瓶 • B 组 (降价至 40 元): 销量 1250 瓶 • C 组 (涨价至 60 元): 销量 850 瓶 <p>说明: 数据已经剔除备货不足、限时秒杀等异常影响</p>	价格 (元/瓶)	月销量 (瓶)	价格变动 (%)	销量变动 (%)	50 (原价)	1,000	—	—	45 (降价10%)	1,100	-10%	+10%	55 (涨价10%)	950	+10%	-5%	<p>3. 参考行业数据做专业判断 (2分)</p> <p>可参考数据:</p> <p>你的专业判断: (混选, 选择的项目前面打“☑”)</p> <p>你选择相信 ☐ 店铺实际销售数据 ☐ 剔除异常影响的店铺实际数据 ☐ 专业的测试数据</p> <p style="padding-left: 40px;">☐ 下属的判断 ☐ 调查公司的判断 ☐ 我的感觉判断 ☐ 我的专业分析判断</p>		
价格 (元/瓶)	月销量 (瓶)	价格变动 (%)	销量变动 (%)																
50 (原价)	1,000	—	—																
45 (降价10%)	1,100	-10%	+10%																
55 (涨价10%)	950	+10%	-5%																
<p>4. 综合上述信息+你的专业判断, 选择你的促销策略 (3分)</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">价格促销策略 (2+)</td> <td style="width: 33%; border: none;">预期促销效果</td> <td style="width: 33%; border: none;">实际销售结果</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="border: none; padding-top: 10px;">非价格促销 (2+)</td> </tr> </table>				价格促销策略 (2+)	预期促销效果	实际销售结果	非价格促销 (2+)												
价格促销策略 (2+)	预期促销效果	实际销售结果																	
非价格促销 (2+)																			
<p>5. 反思与提高 (必做加 2 分, 不做-2 分)</p>																			

评分说明: 1-4 问题基本正确得 8 分, 全部正确 10 分。5 问题必做, 加分题。另先完成的小组前 4, 如全部正确+1 分。

附件 2:

2.5 商品弹性与促销策略选择

课中工作页 2 (小组)

班级: _____ 小组: 第 _____ 组 组成员: _____

任务内容: 根据商品弹性与促销策略选择任务指引完成喜马拉雅玫瑰盐的分析。																	
<p>1. 影响喜盐需求弹性的因素分析 (3分)</p> <p>① 商品用途</p> <p>② 替代品</p> <p>③ 重要程度</p> <p>④ 消费占比</p>	<p>2. 根据数据计算需求价格弹性 (2分)</p> $E_d = \frac{\% \text{需求量变动}}{\% \text{价格变动}} = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P}$ <p>(1) 根据 6 个月历史数据计算</p> <p>降价 10%:</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{\quad}{\quad}$ <p>涨价 10%:</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{\quad}{\quad}$																
<p>2. 阅读数据</p> <p>(1) 某电商过去 6 个月的销售数据</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 5px 0;"> <thead> <tr> <th>价格 (元/瓶)</th> <th>月销量 (瓶)</th> <th>价格变动 (%)</th> <th>销量变动 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>50 (原价)</td> <td>1,000</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>45 (降价10%)</td> <td>1,100</td> <td>-10%</td> <td>+10%</td> </tr> <tr> <td>55 (涨价10%)</td> <td>950</td> <td>+10%</td> <td>-5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>(2) A/B 测试法: 在某电商平台为期 1 月的测试</p> <ul style="list-style-type: none"> • A 组 (原价 50 元): 销量 1000 瓶 • B 组 (降价至 40 元): 销量 1250 瓶 • C 组 (涨价至 60 元): 销量 850 瓶 <p>说明: 数据已经剔除备货不足、限时秒杀等异常影响</p>	价格 (元/瓶)	月销量 (瓶)	价格变动 (%)	销量变动 (%)	50 (原价)	1,000	—	—	45 (降价10%)	1,100	-10%	+10%	55 (涨价10%)	950	+10%	-5%	<p>(2) A/B 组测试数据计算</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{\quad}{\quad}$ <p>A/C 组测试数据计算</p> $E_d = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{\quad}{\quad}$ <p>注意: 没有计算过程 0 分</p>
价格 (元/瓶)	月销量 (瓶)	价格变动 (%)	销量变动 (%)														
50 (原价)	1,000	—	—														
45 (降价10%)	1,100	-10%	+10%														
55 (涨价10%)	950	+10%	-5%														
<p>3. 参考行业数据做专业判断 (2分)</p> <p>可参考数据:</p> <p>你的专业判断: (混选, 选择的项目前面打“☑”)</p> <p>你选择相信 ☐ 店铺实际销售数据 ☐ 剔除异常影响的店铺实际数据 ☐ 专业的测试数据</p> <p style="padding-left: 40px;">☐ 下属的判断 ☐ 调查公司的判断 ☐ 我的感觉判断 ☐ 我的专业分析判断</p>																	
<p>4. 综合上述信息+你的专业判断, 选择你的促销策略 (3分)</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;">价格促销策略 (2+)</td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">预期促销效果</td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">实际销售结果</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">非价格促销 (2+)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		价格促销策略 (2+)	预期促销效果	实际销售结果	非价格促销 (2+)												
价格促销策略 (2+)	预期促销效果	实际销售结果															
非价格促销 (2+)																	
<p>5. 反思与提高 (必做加 2 分, 不做-2 分)</p>																	

评分说明: 1-4 问题基本正确得 8 分, 全部正确 10 分。5 问题必做, 加分题。另先完成的小组前 4, 如全部正确+1 分。

附件 3:

2.5 商品弹性与促销策略选择

课中工作页 3

班级: _____ 学号: _____ 姓名: _____

任务内容: 商品弹性与促销策略选择拓展训练（以蜜雪冰城的柠檬水和雪王咖啡为例）。	
1. 结合 Ai 搜集可获得数据分析计算柠檬水和雪王咖啡的弹性（2分） 商家数据: 弹性计算:	3. 柠檬水需求弹性特征（2分） 4. 雪王咖啡需求弹性特征（2分）
2. 借助 Ai 搜索其他可比数据修正弹性数据来源（注明数据和出处）（1分）	
5. 柠檬水和雪王咖啡需求弹性影响因素对比分析（列表）（3分）	
6. 数据局限性说明及优化建议。（必做加 2 分，不做-2 分）	

评分说明: 1-5 问题基本正确得 8 分，全部正确 10 分。6 问题必做，加分题。

附件 4:

2.5 商品弹性与促销策略选择

课后工作页（小组完成）

班级：_____组名：_____成员：_____

任务内容： 商品弹性与促销应用课后拓展训练（访谈和咨询专业老师、电商从业人员等）。
1. 列出跨境电商主要品类和商品（至少 3 个）。（2 分）
2. 讨论分析电商/跨境电商场景数据如何获取，如何促进销售，如何评估数据和促销策略评估优化。（5 分）
3. 访谈后的收获与体会，反思与提高。（3 分）
专家审阅访谈工作页全部内容，并评分签名。（满分 100 分）
评分：_____ 专家签名：_____
_____ 日期：_____

评分说明： 课后工作页采用专家评分与学生评分的方式评价。