

文件编号:

密级:

# XXXX 产品规划书

XXX 公司

年 月 日



## 目录

1	产品概述.....	1
2	市场分析.....	1
2.1	产品的背景.....	1
2.2	产品的市场概述.....	1
2.3	产品的市场需求.....	1
2.4	产品的市场定位.....	1
3	产品的发展规划.....	1
3.1	产品的发展蓝图.....	1
3.2	产品的版本规划.....	2
3.3	里程碑规划.....	2
4	产品研发规划.....	2
4.1	需求分析.....	2
4.2	产品设计.....	2
4.3	研发计划.....	2
5	市场营销规划.....	2
5.1	产品上市计划.....	2
5.2	产品手册.....	3
5.3	市场推广.....	3
6	可行性分析.....	3
6.1	产品竞争力分析.....	3
6.2	资源要求及保障能力.....	3
6.3	风险分析及对策.....	3
6.4	经济效益分析.....	3
7	总结.....	4

## 1 产品概述

1、着重从使用者角度来介绍产品预期的功能和效果；

## 2 市场分析

### 2.1 产品的背景

说明来自于市场及用户需求？还是来自于公司的产品发展规划以及技术积累？

### 2.2 产品的市场概述

介绍国内外行业状况、市场容量，分析该产品在市场中的增加趋势，最好有数据分析、对比。

### 2.3 产品的市场需求

分析该产品市场可接受的容量，国内市场在哪，主要市场在那个行业。

### 2.4 产品的市场定位

结合产品优势、企业优势，确定该产品的细分市场定位，明确所面对的用户群体。  
(注意：定位一定要找准，对后来产品的需求分析、设计和推广都有严重影响。)

## 3 产品的发展规划

### 3.1 产品的发展蓝图

描述产品的生命周期\产品的更新换代策略以及产品的中长期发展规划，制定产品的发展蓝图。

描述产品的一些突出优点，这些描述可成为产品将来的卖点，也是后面开发过程中，首先需要把握的部分。

分析该产品的发展对企业成长的重要性，描述该产品在企业发展规划中的位置；

## 3.2 产品的版本规划

每个版本都需要有非常明确的目标和令人感觉明显的差别，并且在每个版本中都应该有突出的卖点。

（一般产品的第一个版本在于突出产品的卖点所在，之后的第二个版本在易操作性、友好性等方面进行加强，之后的版本可能是为了增强功能或性能，但都必须有一些明确地增强产品优势的卖点……。）

## 3.3 里程碑规划

里程碑规划可以是对于版本规划的分解，里程碑可以根据产品的版本规划以及研发、上市计划来确定。

# 4 产品研发规划

## 4.1 需求分析

*（产品的需求规格说明书---技术需求分析*

## 4.2 产品设计

*主要给出产品设计的思路、系统框架、工作流程、功能设计等内容；*

## 4.3 研发计划

*研发资源的配置、研发实施进度安排、测试以及产品包装设计等；*

# 5 市场营销规划

## 5.1 产品上市计划

制定具体的产品上市计划；明确产品化的阶段目标及每个阶段主要工作内容（月计划，年计划）

## 5.2 产品手册

（包括对产品技术文档、宣传资料、演示程序等的要求）

## 5.3 市场推广

（制定产品市场的推广以及宣传计划，制定产品销售计划，制定售后服务流程及制定计划时所采取的各种策略）。

# 6 可行性分析

## 6.1 产品竞争力分析

从公司在该产品上的**技术优势**、营销优势、行业的认知、企业管理优势等多方面分析与市场同类产品的竞争优势。

其中要包括**行业内主要竞争对手的产品分析**、市场与竞争力分析(最好与对手进行全方位的**SWOT分析**)；包括公司在产品定位的细分市场或用户群体中的影响力分析。

## 6.2 资源要求及保障能力

公司的已有资源优势、技术基础；这涉及到：**人力资源规划、技术储备及外购计划、产品开发及生产相关的设备、资金筹措**、市场开发、管理规划等多方面的内容。

## 6.3 风险分析及对策

- 1、研发资源配置以及关键技术方面的风险问题及应对方案；
- 2、市场变化风险及对策；
- 3、外来竞争对手的介入及对策等；
- 4、资金筹措风险及对策；

## 6.4 经济效益分析

### 1、产品的生产成本分析

产品生产成本的主要构成因素分析并预测产品的单位成本。

### 2、项目的产品定价

分析说明产品的市场价格趋势，并给出相应的定价策略；

### 3、产品的预期生产规模及销量

依据上面市场需求分析的估算

4、预期的经济效益分析(投入回收期, 估算)

## 7 总结