

# 产品平台 商业计划书

变更记录

版本号	修改点说明	变更人	存放位置	审批人	审批日期

修改点说明的内容有如下几种：创建、修改（+修改说明）、删除（+删除说明）

目 录

1 文档介绍 ..... 1

1.1 文档目的 ..... 1

1.2 文档范围 ..... 1

1.3 读者对象 ..... 1

1.4 参考文献 ..... 1

1.5 术语与缩写解释 ..... 1

2 产品介绍 ..... 2

2.1 产品定义 ..... 2

2.2 产品开发背景及必要性 ..... 2

2.3 产品主要功能和特色 ..... 2

2.4 产品范围 ..... 2

3 市场概述 ..... 2

3.1 业务需求 ..... 2

3.2 市场规模与前景 ..... 3

4 产品发展目标 ..... 3

5 产品技术方案 ..... 3

5.1 产品体系结构 ..... 3

5.2 关键技术 ..... 3

6 产品优缺点分析 ..... 3

7 Make-or-Buy 决策 ..... 3

8 项目估计 ..... 4

8.1 项目团队 ..... 4

8.2 软硬件资源估计 ..... 4

8.3 成本估计 ..... 4

8.4 进度表 ..... 5

9 市场营销方案 ..... 5

9.1 产品盈利模式和销售目标 ..... 5

9.2 市场推广方式 ..... 5

9.3 销售方式和渠道 ..... 5

10 成本效益分析 ..... 6

11 立项计划 ..... 6

    11.1 项目核心组 ..... 6

    11.2 立项任务 ..... 6

    11.3 立项成本估计 ..... 6

    11.4 立项进度表 ..... 7

12 总结 ..... 7

附录 A ..... 7

表格索引

表 1-1 术语缩写表 ..... 1

表 8-1 项目成员组成表 ..... 4

表 8-2 项目软硬件资源表 ..... 4

表 8-3 项目成本估计表 ..... 4

表 11-1 项目核心组成员表 ..... 6

表 11-2 立项任务表 ..... 6

表 11-3 立项成本估计表 ..... 6

# 1 文档介绍

本文档描述产品商业计划书的过程和步骤。

## 1.1 文档目的

用于规范商业计划书的过程和步骤。

## 1.2 文档范围

本文档只适用于行业数据咨询部产品组。

## 1.3 读者对象

## 1.4 参考文献

提示：列出本文档的所有参考文献（可以是非正式出版物），格式如下：

[标识符] 作者，文献名称，出版单位（或归属单位），日期

例如：

[AAA] 作者，《立项调查报告》，机构名称，日期

[BBB] 作者，《立项可行性分析报告》，机构名称，日期

[SPP-PROC-PIM\$EPG, 立项管理规范，机构名称，日期

## 1.5 术语与缩写解释

表 1-1 术语缩写表

缩写、术语	解 释
SPP	精简并行过程， Simplified Parallel Process
PIM	立项管理， Project Initialization Management
,	

## 2 产品介绍

### 2.1 产品定义

提示：用简练的语言说明本产品“是什么”，“什么用途”。根据经验，概念罗嗦含糊的产品很难被用户接受。所以产品定义一定要简练且清晰。

### 2.2 产品开发背景及必要性

提示：从内因、外因两方面阐述产品开发背景，重点说明“为什么”要开发本产品。

- （1）因方面着重考虑：开发方的短期、长期发展战略；开发方的当前实力。
- （2）外因方面着重考虑：市场需求及发展趋势；技术状况及发展趋势。
- （3）如果是合同项目，请说明项目的来源。

### 2.3 产品主要功能和特色

提示：

- （1）给出产品的主要功能列表（ Feature Lists ）。
- （2）说明本产品的特色。

### 2.4 产品范围

提示：

- （1）说明本产品“适用的领域”和“不适用的领域”。
- （2）说明本产品“应当包含的内容”和“不包含的内容”。

## 3 市场概述

### 3.1 业务需求

提示：

- （1）阐述本产品面向的消费群体（客户）的特征
- （2）说明客户对产品的功能性需求和非功能性需求
- （3）说明本产品如何满足客户的需求，以及给客户带来什么好处。

### 3.2 市场规模与前景

提示：

- （1）分析市场发展历史与发展趋势，说明本产品处于市场的什么发展阶段。
- （2）本产品和同类产品的价格分析
- （3）统计当前市场的总额、竞争对手所占的份额，分析本产品能占多少份额。

注意：引用数据应当写明数据来源，最好有直观的图表。初步预测

### 4 产品发展目标

提示：说明本产品的短期目标和长期目标，绘制产品的 Roadmap 目标必须清晰并且可以度量。

### 5 产品技术方案

#### 5.1 产品体系结构

提示：

- （1）绘制产品的体系结构
- （2）阐述设计原理
- （3）如果有多种体系结构，需比较优缺点。

#### 5.2 关键技术

提示：阐述本产品的关键技术，评价技术实现的难易程度

### 6 产品优缺点分析

提示：综合考虑本产品的功能、质量、价格、品牌等因素，分析优缺点。

### 7 Make-or-Buy 决策

提示：

确定哪些产品部件应当采购、外包开发或者自主研发，说明理由。

分析相应的风险。

## 8 项目估计

### 8.1 项目团队

提示：说明项目团队的角色、知识技能要求、建议人选、人数、工作时间，如下表所示。

表 8-1 项目成员组成表

角色	知识技能要求	建议人选、人数	工作时间
项目经理			
需求开发人员			
系统设计人员			
编程人员			
测试人员			
质量保证人员			
配置管理人员			
服务与维护人员			
”			

### 8.2 软硬件资源估计

提示：

- （1）估计项目所需的软件和硬件资源，说明主要配置。
- （2）说明以何种方式获得，如“已经存在”、“可以借用”或“需要购买”等。
- （3）资源的级别为“关键”、“普通”两种，如果关键资源不能及时到位，可能危害项目。

表 8-2 项目软硬件资源表

资源名称	级别	详细配置	获取方式	费用
	关键			
	关键			
	普通			
,	普通			

### 8.3 成本估计

提示：估计项目的“人力资源成本”、“软硬件资源成本”、“商务活动成本”等等。

表 8-3 项目成本估计表

条款	成本（人民币）	备注
人力资源		
软硬件资源		
差旅费		



错误！未找到引用源。

会议费		
接待费		
协作费		
,		

8.4 进度表

提示： 绘制项目开发的进度表（ 建议用 Gantt 图 ）

9 市场营销方案

9.1 产品盈利模式和销售目标

提示：

- （ 1 ）给出产品的赢利模式和价格结构
- （ 2 ）给出短期和长期销售目标

9.2 市场推广方式

提示： 常见的促销和渗透方式有

- 出版书籍，树立权威。
- 建立网站，用户可以下载产品试用版和一些资料。
- 在各大学 BBS 或专业性的论坛网站上宣传。
- 到一些专业性报纸、杂志、网站上上做广告。
- 将产品试用版和资料赠送给老客户和潜在客户。
- 参加专业性的会展、研讨会，宣传产品。
- 通过朋友联系潜在客户，推销产品。
- 与政府、行业协会合作推广。

9.3 销售方式和渠道

提示： 常见的销售方式和渠道有

- 直销。本公司有关人员和客户直接联系，销售产品。
- 现有代理商或新建渠道
- 代理商或办事处。除公司所在地以为，在其它 IT 发达的大城市寻找代理商。当公司业务在该地区达一定规模后，设立办事处。
- 个人销售。个人推销本公司的产品，促成交易者，给予销售提成。

联盟。与其它相关公司合作或联盟，实现优势互补，争取更多的客户。

10 成本效益分析

提示：

- （1）总成本是产品开发、营销、维护的成本之和；
- （2）效益包括“可量化的经济效益”和“不可量化的好处”。

11 立项计划

11.1 项目核心组

表 11-1 项目核心组成员表

角色	知识技能要求	建议人选、人数	工作时间
项目经理			
市场人员			
关键技术人员			
产品化人员			
SCM			

11.2 立项任务

提示：

表 11-2 立项任务表

任务	负责人	估计工作量	输出文档
成立项目核心组和CCB			
市场分析 技术可行性分析			立项可行性分析报告
立项评审			立项评审报告
定义客户需求			客户需求说明书
客户需求评审			

11.3 立项成本估计

提示：估计立项的“人力资源成本”、“软硬件资源成本”、“商务活动成本”等等。

表 11-3 立项成本估计表

条款	成本（人民币）	备注
----	---------	----

错误！未找到引用源。

人力资源		
软硬件资源		
调研费		
差旅费		
会议费		
接待费		
协作费		
,		

11.4 立项进度表

提示：( 建议用 Gantt 图 )

市场分析，需求概要，技术可行性分析，立项评审

12 总结

提示： 给出清晰的结论，便于上级领导决策。

附录 A

产品立项审批表

部门：			
申请人：		申请日期：	
立项产品名称：			
审批意见			
审批人签名： 日期：        年        月        日			