

2009年咨询工程师考试咨询方法与实务考点六咨询工程师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/524/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_92_A8_c60_524723.htm

产品生命周期 (一)基本概念 产

品生命周期是指一种产品从发明到推广、应用、普及和衰败的过程。 一个产品的生命周期一般可分为四个阶段：导入期

、成长期、成熟期和衰退期。 (二)主要特点 第一阶段是导入

期。产品开始逐步被市场所认同和接受，行业开始形成并初具规模，这是产品生命周期的幼年时期。 在此阶段，行业内

企业很少，市场需求低，产品质量不稳定，批量不大，成本高，发展速度慢。对企业来说，在该阶段需要付出极大的代

价来培育市场，完善产品，随着企业的发展和行业的发展，企业可能会在行业中树立先入优势。 第二阶段是成长期。此

阶段产品市场需求急剧膨胀，行业内的企业数量迅速增加，行业在经济结构中的地位得到提高，产品质量提高，成本下

降。对企业来说，此时是进入该行业的理想时机。 第三阶段是成熟期。此阶段产品定型，技术成熟，成本下降，利润水

平高。但是随之而来的是由于需求逐渐满足，行业增长速度减慢，行业内企业之间竞争也日趋激烈。这时期，由于市场

竞争激烈，企业进入门槛良高，除非有强大的资金和技术实力，一般难以取得成功。 第四阶段是衰退期。由于技术进步

或需求变化，可替代的新产品出现|百考试题|，原有产品的市场迅速萎缩，同时，由于技术的成熟，各企业所提供的产品

无差异，质量差别小。这时，行业进入衰退期。行业内的一些企业开始转移生产领域，并逐步退出该领域。对企业来说

，此时不宜进入此行业。 识别产品生命周期的具体阶段，可

以从市场需求变化、生产规模、产品质量、消费者认知程度、市场结构等几个因素分析。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com