

2009年单证员考试辅导：国际产品决策（3）外销员考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_8D_95_c28_644928.htm

产品生命周期的概念 产品生命周期是指产品的市场寿命，即一种新产品从开始进入市场到被市场淘汰的整个过程。典型的产品生命周期一般可分为四个阶段，即：介绍期(或引入期)、成长期、成熟期和衰退期。例：产品的生命周期是指产品没有永久不坏的，用了一段时间之后总是要坏的，即任何产品总是有使用寿命的。(否)

一)介绍期：Oslash. 介绍期产品的利润低甚至亏损。Oslash. 成长期产品的销售额迅速上升，是产品生命周期中销售增长率最高的阶段。这是因为早期采用者喜欢这种产品，产生重复购买行为.保守的顾客受其影响也开始购买，促使销售额不断增长。Oslash. 产品被消费者接受且销量显著增加吸引了竞争者，使他们看到了大规模生产和盈利的机会。因此，竞争者日渐增多是这一时期的主要特点。三)成熟期 Oslash. 利润最高，是产品对企业贡献最大的时期，这与当时的销售量相关，也与销售量的变化过程一致。Oslash. 当某一品牌或品种的产品的销售额明显下降或急剧下降时，说明这种产品已进入衰退期。销售额下降的主要原因是出现了更新的产品、消费者对这种产品已不感兴趣或过度竞争所致。Oslash. 该产品行业的竞争者或立即退出市场，或缓慢退出市场。例：1、由于产品生命周期的不同阶段的特点各不相同，因此需要营销人员相应地制定不同的营销目标和策略。(是) 2、介绍期营销策略中，营销人员应根据市场需求情况，多方搜集信息，帮助研究开发人员形成新产品的构思。(否) 3、产品进入成熟

期后，销售量达到顶峰，给企业带来了巨额利润，但竞争对手纷纷加入，此时应该考虑不久后的退出策略。(否) 4、在(A)，产品销量迅速上升，竞争者也不断涌入。企业面临的问题是在高市场占有率和高额当前利润之间做出选择，也就是长远利益与眼前利益的冲突。 A、成长期 B、成熟期 C、开发期 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