

04年咨询师《现代咨询方法与实务》试题1 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/92/2021\\_2022\\_04\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_92\\_A8\\_E8\\_AF\\_c60\\_92820.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/92/2021_2022_04_E5_B9_B4_E5_92_A8_E8_AF_c60_92820.htm) 一、(20分)A,B公司是某产品

市场的主要竞争对手，两个公司的销售量占到了整个产品市场销售额的大部分，下图给出了该产品市场的产品生命周期曲线图。[问题] 1. 试述产品生命周期中成长阶段和成熟阶段的主要市场特点。

2. 已知2001年A公司的市场销售量为2386.5万元，B公司的市场销售量为2130万元，利用图1给出的数据对A公司的该项业务进行波士顿矩阵分析，并指出公司对该项业务应当采取的战略措施。

3. 根据相关预测(如图1)，1999年至2002年该产品处于成长阶段，之后进入成熟期发展阶段，A公司预计2009年该产品的总体市场销售达到1

.2204亿元，公司根据近几年的发展制定了主要针对B公司的竞争战略，计划2008年公司的市场绝对占有率能够达到37%，挤占B公司的市场份额，使其市场销售量最多只能达到3100

万元左右。(1)根据以上数据计算2002年至2009年，产品市场的年平均增长率。(2)对A公司2008年的该项业务进行波士顿

矩阵分析，结合题2分析A公司今后几年的战略路线应当怎样

制定。参考答案 一、[解答] 1. (1)产品生命周期处于成长阶段的特点主要有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。

(2)产品生命周期处于成熟阶段的市场特点是：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。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](http://www.100test.com)