

项目决策分析与评价讲义(四) PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/93/2021_2022__E9_A1_B9_E7_9B_AE_E5_86_B3_E7_c60_93056.htm 第四讲 一、内容提要 1

、产品方案和建设规模 2、生产工艺技术方案设计 二、重点、难点 1、产品方案和建设规模 2、选择主要生产装置和设备 三、内容讲解 第四章 建设方案设计 第五节 产品方案和建设规模（掌握） 一、产品方案 产品方案(也称产品大纲)即拟建项目的主导产品、辅助产品或副产品及其生产能力的组合方案，包括产品品种、产量、规格、质量标准、工艺技术、材质、性能、用途、价格、内外销比例等。产品方案需要在产品组合研究的基础上形成。产品组合是指项目的各种不同产品的划分及其比例，含产品种类、品种的结构和相互间的数量关系。产品组合的深度，即产品品种的数量。产品组合的广度，即产品线(产品种类)的数量。产品组合深度与广度的关联性，表现为产品线之间的相关程度。 例题1：产品组合是指项目的各种不同产品的划分及其比例，含产品种类、品种的结构和相互间的数量关系。产品组合深度与广度的关联性，表现为（ ）。 A、产品品种的数量 B、产品线的数量 C、产品种类的数量 D、产品线之间的相关程度 答案：D 需要根据市场需求及项目的资源、设备、资金、技术力量等内部条件，选择项目的产品组合策略。扩大产品组合的广度可以分散项目投资的风险，尽量利用项目的潜力。挖掘产品组合的深度可以占有更多的细分市场，提高用户或消费者的满足程度以扩大经营。加强产品组合的关联性，则可以提高企业的知名度，增强企业的竞争地位。 (一)产品组合的类型 1．全

线全面型 它的主要特征是：尽量向所有的用户或消费者提供所需要的产品。为此，要求不断地扩大产品组合的广度和挖掘产品组合的深度。它力求某一产品线的产品品种覆盖各个细分市场。它按整体市场对不同种类产品的需求增加产品线的数量，而对产品线之间的关联性没有严格的限制。

2. 市场专业型 项目专向某一市场提供其需要的各种产品，即以专业市场的不同需求为引线确定产品线的设置并不强调其关联性。

3. 产品线专业型 项目只生产同一类型的不同品种产品来满足市场需求。

4. 有限产品线专业型 项目只生产某一产品线中一个或少数几个品种的产品来满足市场的需求。

5. 特殊产品专业型 根据用户或消费者的特殊需要而专门生产特殊的产品。

例题2：有限产品线专业型的特征是（ ）。 A、项目只生产某一产品线中一个或少数几个品种的产品来满足市场的需求 B、项目只生产同一类型的不同品种产品来满足市场需求（产品线专业型） C、项目专向某一市场提供其需要的各种产品，即以专业市场的不同需求为引线确定产品线的设置并不强调其关联性（市场专业型） D、根据用户或消费者的特殊需要而专门生产特殊的产品（特殊产品专业型）

答案：A

(二)确定产品组合的一般原则

1. 符合产业政策
2. 针对市场需求
3. 专业化协作
4. 资源综合利用
5. 环境保护
6. 考虑原材料燃料供应
7. 适应技术设备条件
8. 满足生产储存条件

科学技术、市场需求和竞争形势都在变化，产品组合也应该随之变化，才能形成适应企业内外环境的新的产品组合。可行性研究报告应详细列出各类、各种产品的名称、规格、标准、年产量、内外销比例，说明依据，并指出可预见的变化，以考虑对策。

二、建设规模 建设规模也称生产规

模，是指项目设定的正常生产运营年份可能达到的生产或者服务能力。根据市场调查和预测，营销战略以及产品方案的初步研究成果，结合生产工艺技术、原材料和能源供应，协作配套和项目投融资条件，以及规模经济性等因素，咨询机构应提出几个供选择的建设规模，经技术经济比较，提出合理的建设规模。(一)确定项目建设规模应考虑的因素和内容

1. 市场需求 市场对拟建项目的产品品种、规格和数量的需求，从产出方向上规定了项目拟建规模。
2. 自然资源、原材料、能源供应及其他外部建设条件
3. 生产技术和设备的先进性及其来源
4. 资金的可供应量
5. 环境容量
6. 国家或行业制定的生产经济规模标准
7. 社会因素和政策法规
8. 行业因素
9. 改扩建与技术改造项目

(二)建设规模的合理性分析

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