PmTemple

[通过迷人的摘要吸引您的读者。它通常是文件的简短摘要。当您准备好添加内容时，只需单击此处并开始键入。]

XXX 市场需求分析报告

报告版本-编辑日期

**XXX 市场需求分析报告**

报告版本-编辑日期

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 状态 ：  [ √] 草稿  [] 修改中  [ ] 定稿 | 文件标签： | 市场需求分析报告、XXX |
| 版本： | 2014(1.0) |
| 作者： | PmTemple |
| 日期： | 2014-10-10 |

**编辑历史**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 文件名称： | | | | |
| XXX 市场需求分析报告 | | | | |
| 文件说明： | | | | |
|  | | | | |
| 编辑历史： | | | | |
| 编辑时间 | 版本 | 作者 | 编辑内容 | 标记 |
| 2014.10.09 | Build1 | PmTemple | 建立文档 | 正常 |
| 2014.10.10 | Build2 | PmTemple | 添加格式规定 | 正常 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

XXX公司保密文件，请勿外传

**目录**

[1 文档介绍 5](#_Toc400717325)

[1.1 文档的基本信息 5](#_Toc400717326)

[1.1.1 MRD审核人 5](#_Toc400717327)

[1.1.2 重要性 5](#_Toc400717328)

[1.1.3 紧迫性 5](#_Toc400717329)

[1.1.4 MRD拟制人 5](#_Toc400717330)

[1.1.5 MRD提交日期 5](#_Toc400717331)

[1.1.6 需求变更控制时间点 5](#_Toc400717332)

[1.1.7 文档修改记录 5](#_Toc400717333)

[1.2 文档目的 6](#_Toc400717334)

[1.3 文档概要 6](#_Toc400717335)

[1.4 名词解释 6](#_Toc400717336)

[2 市场环境 7](#_Toc400717337)

[2.1 市场调研 7](#_Toc400717338)

[2.2 市场分析 7](#_Toc400717339)

[3 用户分析 8](#_Toc400717340)

[3.1 目标用户 8](#_Toc400717341)

[3.1.1 目标用户群体 8](#_Toc400717342)

[3.1.2 目标用户特征 8](#_Toc400717343)

[3.2 用户需求 8](#_Toc400717344)

[3.2.1 建立虚拟用户角色 8](#_Toc400717345)

[3.2.2 用户使用场景 8](#_Toc400717346)

[3.2.3 用户动机总结 9](#_Toc400717347)

[4 竞品分析 10](#_Toc400717348)

[4.1 竞品战略 10](#_Toc400717349)

[4.2 竞品功能分析 10](#_Toc400717350)

[4.2.1 定位 10](#_Toc400717351)

[4.2.2 目标 10](#_Toc400717352)

[4.3 优缺点 10](#_Toc400717353)

[4.4 总结 10](#_Toc400717354)

[5 产品概述 11](#_Toc400717355)

[5.1 产品定位 11](#_Toc400717356)

[5.2 产品核心目标 11](#_Toc400717357)

[5.3 产品结构 11](#_Toc400717358)

[5.4 产品路线图 11](#_Toc400717359)

[5.5 产品需求 11](#_Toc400717360)

[5.5.1 产品功能性需求 11](#_Toc400717361)

[5.5.2 产品非功能性需求 12](#_Toc400717362)

# 文档介绍

## 文档的基本信息

包括项目/产品MRD审核人、重要性、紧迫性、MRD拟制人、MRD提交日期、需求变更控制时间点。

### MRD审核人

MRD审核人一般是指MRD拟制人的直接主管，要求对提交项目成员的MRD都要进行审核、签字。

### 重要性

重要性分为高、中、低三级

### 紧迫性

紧迫性分为高、中、低三级

### MRD拟制人

MRD的作者，如果是多人共同拟制，也都要写出来

### MRD提交日期

提交MRD初稿给项目组其他成员的日期

### 需求变更控制时间点

在MRD评审会议上进行讨论给出，可用时间点，也可用阶段性来描述，例如设计阶段之后，开发阶段之前。

### 文档修改记录

包括MRD更新时间、变更内容、变更提出部门、变更理由。

## 文档目的

## 文档概要

## 名词解释

对文档中出现的心得名次、概念或简略语给出定义和解释。

# 市场环境

## 市场调研

## 市场分析

在市场调研基础上的产物，市场分析可以直观的呈现市场趋势和市场状态。

# 用户分析

用户分析主要是为了说明用户对产品确实有需求。

## 目标用户

### 目标用户群体

一般划分维度：年龄段、收入、学历、地区

### 目标用户特征

包括共性特点和非共性特点

## 用户需求

### 建立虚拟用户角色

包括用户特征、用户名称、用户技能、与产品相关特征

#### 用户特征

包括年龄、性别、出生日期、收入、职业、居住地、兴趣爱好、性格特征

#### 用户名称

比如张三、李四等

#### 用户技能

熟练使用电脑办公、经常使用智能手机应用等

#### 与用户相关特征

电子商务类购物习惯、年度预算，交友类是否单身、择偶标准，游戏类是否玩3D游戏

### 用户使用场景

把角色放到场景中去

### 用户动机总结

场景读懂肠镜中行为的根本原因

# 竞品分析

## 竞品战略

包括产品的基本信息，比如产品名称、产品类型、语言版本、网址、微博等；公司背景，比如公司资本、产品技术、市场、团队运营情况等。

## 竞品功能分析

### 定位

这里包括了市场目标方向一致、客户群体针对性极强、产品功能和用户需求相似度极高的竞争者

### 目标

确定竞品对象。包括产品直接竞争者、产品间接竞争者、同行业相同模式和同行业不同模式。

## 优缺点

## 总结

# 产品概述

对产品整体性的概要描述，包括产品的定位、核心目标、产品结构、产品路线图和产品需求。

## 产品定位

定位决定产品的一切，用什么样的产品满足用户或者市场，针对什么目标群体，做什么事情都是依托产品定位决定的。

## 产品核心目标

明确项目/产品的核心目标，最好有量化的目标值。

## 产品结构

产品结构可配合流程图和简要的线框图使用。是产品功能实现的具体方法和规划。

## 产品路线图

由任务节点组合而成，以任务为导向的时间节点图，即每个时间阶段完成什么任务。

## 产品需求

### 产品功能性需求

#### 功能点类型和优先级

功能类型有新增、旧有功能升级、Bugfix三种类型；优先级分高、中、低。

#### 流程图

如果功能点流程较复杂情况下，可以结合流程图进行说明。

#### 页面布局

#### 功能点描述

针对该功能点做详细的描述，确保描述的一致性、无二性，并尽可能量化功能需求。

#### 其他功能点

包括注册登录、留言回复、图片上传、文字发布、增加、删除、修改等。

### 产品非功能性需求

包括性能需求、可维护性需求、可靠性需求、安全性需求等

#### 性能需求

包括时间特性要求、系统需求、容错率、反应速度等

#### 可维护性

包括易分析性、易变更性等要求

#### 可靠性

产品在规定条件下使用时保持规定性能水平的能力

#### 安全性

产品在规定的使用环境中实现可接受风险的能力

#### 安装性

产品在规定环境中安装卸载的能力