

# 新产品开发任务书模板

## 新产品开发任务书

<b>概要描述</b> <ul style="list-style-type: none"><li>· 什么产品</li><li>· 产品功能</li><li>· 销往何处（市场）</li><li>· 销售渠道</li><li>· 如何促销</li><li>· 如何执行</li></ul>		<b>产品族路线</b> <p>此图的目的是明确目标产品在产品族中与先前产品、后续产品、比其价格高的产品和比其价格低的产品相互关系，在市场中产品的交叠和冲突也要表示出来。该图应该表示出产品技术的过渡，如在同一细分市场中，从24过渡到34。</p> <p>2022/04-2023/03 2022/07-2023/05 2023/03-2023/12</p>	
<b>产品包的竞争性优势</b>	描述提议的产品包与竞争对手在GA时间将发布的产品相比的优势	<b>目标细分市场</b>	将销售到下列细分市场的销售目标的百分比
<b>战略目标</b>	产品包、条款、分销、支持、订单履行和形象的目标描述。（从最佳业务策略和市场营销的角度：即本产品是否是第一个发布的，用来抢占市场先机，或者是否是用本产品来取代一个将被淘汰的产品族，是否是用本产品来进入新的市场？）	细分市场1	XX%
		细分市场2	XX%
		细分市场3	XX%
		其他	XX%
		列出该产品要上市的所有地区： 可以是：中国，亚太，北美，欧洲，中东，北非，拉美	

## 新产品开发任务书(续)

里程碑	计划日期	价值描述	目标描述
任务书		价值描述	(客户的主要需求: 作为一个客户, 我为什么要买最佳的产品?)
CCDP			
PDCP			
TRAA			
TRIS			
SMS		目标描述	(份额, 利润, ..... ) 本产品的目标是扩大份额, 增加收入和/或利润。有时这些目的并不是协调一致的
EDCP			
ADCP			
发布日期			
GA			
客户承诺?		需求总结	关注于前一个产品中不存在的新增需求
停止销售			
停止制造			
停止服务与支持			

■ 这些数字应基于IPMT为产品线或产品族早已制定的业务模式目标基础上; 并不一定是要基于理由充分或保守的估计上。这些是实实在在的IPMT给PDT定的目标。

财务分析	所有数据以人民币计算	假设/指导
销售收入		
GA点 制造毛利率%		
GA点 目标成本		
GA点 目标价格		
研发费用		
产品/型号/模型		
质量等级 (A、B或C)		注: 对于高可靠性的产品, 高可靠性等级, 大规模制造时, 目标<1%缺陷率, 对于中等可靠性的产品, 目标<5%缺陷率, 对于低可靠性的产品, 目标<10%缺陷率。对于高可靠性的产品, 目标<1%缺陷率, 对于中等可靠性的产品, 目标<5%缺陷率, 对于低可靠性的产品, 目标<10%缺陷率。
产品生命周期 (月)		按本产品的GA点替代产品的目标GA点计算

## 新产品开发任务书(续)

角色	姓名	竞争分析	竞争产品	市场份额%
PDT经理		竞争对手#1		
PDT营销代表				
PDT研发代表				
PDT财务代表		竞争对手#2		
PQA				
PDT制造代表				
PDT采购代表		竞争对手#3		
PDT技术支持代表				

该项目的特殊要求

本部分提供IPMT对PDT提出特殊要求, 或让PDT验证一些项目假设的机会。例如:

- 产品只在美国销售
- 产品只针对农村
- 产品主要目的是第一个上市, 利润和收益相比是次要的
- 产品必须利用某个供应商的特殊新芯片技术
- 产品将基于外包的组装供应商和全球市场的制造商。
- 基于产品在公司战略中的地位, 提出产品的信息安全要求。

市场历史	市场容量	份额 基于收入而不是销量	占收入的百分比
N-2年			
N-1年			
N年			

IPMT签字: \_\_\_\_\_

概述一财务和差距

在CDC PDCP和EDCP

项目所属产品族	FY01计划	FY02计划	FY03计划	总计
销售量				
销售收入				
税前利润				
税前利润率				

说明：该表格数据是指本项目所属产品。

项目预算	成本数据	计划数据	开发数据数据	发布数据
研发费用				
销售价格				
目标成本				
目标制造毛利率				
实际成本				
实际制造毛利率				

ADCP财务情况

说明：该表格数据是指本项目。

项目所属产品	EDS计划	EDS实际	ADCP FY01计划	与PDCP的差距	差距比率	ADCP FY02计划	与PDCP的差距	差距比率	ADCP FY03计划	与PDCP的差距	差距比率	ADCP总计	与PDCP的差距	差距比率
销售量														
销售收入														
税前利润														
税前利润率														

说明：该表格数据是指本项目所属产品。

项目预算	PDCP数据	ADCP数据	偏差	偏差率
研发费用				
销售价格				
目标成本				
目标制造毛利率				
实际成本				

说明：该表格数据是指本项目。

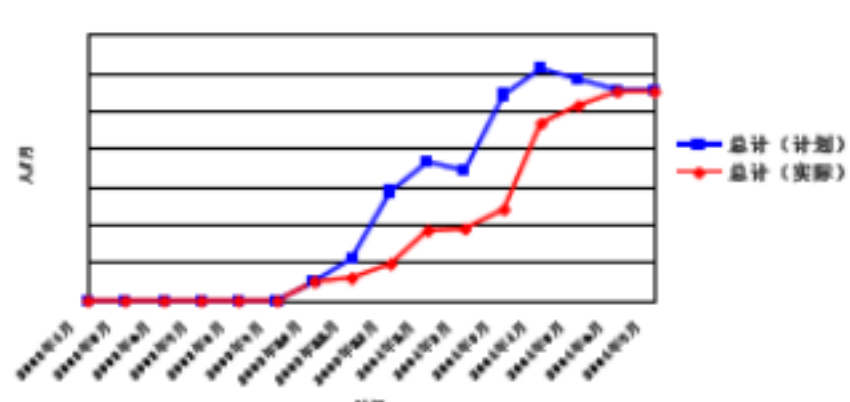
ADCP和PDCP的差距

	PDCP计划	实际	偏差	偏差率
TR4A开发量				
TR6开发量				
EDCP开发量				
EDCP日期				
ADCP日期				
QA日期				

概述

资源：

产品计划与实际执行情况



自上一个DCP或任务书评审或路标规划以来的变更  
(包括上一个DCP或任务书评审决议、评审遗留问题解决情况、评审以来的变更，与路标的差异及TR评审的结果)

预审沟通情况  
-描述与IPMT FA或PMT成员沟通中发现的问题，及PDT的意见。

风险：

风险	优先级	影响	规避措施

建议  
建议进入下一个阶段（如果项目不能再继续下去，明确原因及相关活动，供选择）

可能的选择  
其他的可能选择

目前面临的困难  
困难或者需要IPMT帮助的方面

# 议程

- 。 概述
- 市场分析
- 。 组合概述
- 。 产品包描述
- 。 发布策略和计划
- 。 功能领域策略和计划
- 。 财务分析

# 市场环境

(列举出产品包的机会点和/或受到的威胁。可以参考产品线业务计划和/或后续DCP所确定的市场机会点和威胁，并根据市场变化进行相应的更新)

- 竞争环境
  - 竞争对手们在做些什么？
    - 他们在进行合并、联盟还是兼并？
    - 他们气势逼人还是在采取价格措施？
  - 主要的竞争产品
- 业务和政治环境
  - 发执照了吗？
  - 战争、制裁
- 价值陈述

# 客户对产品包的欲望和需要

业务计划要素	欲望 (wants)	需要 (needs)	关键成功要素 (CSFs)
产品包/解决方案			
定价/条款			
分销			
整合营销宣传			
支持			
订单履行			

# 竞争地位

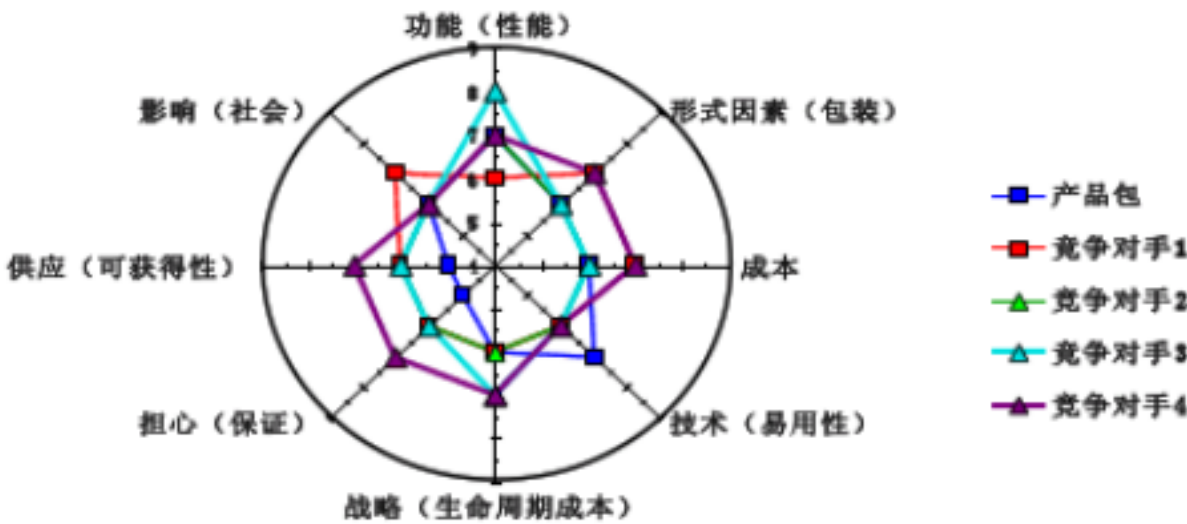
(按优先级排序左栏中的内容，然后对比易佳产品包与主要对手和易佳其他版本在主要市场衡量指标方面的表现，和满足目标细分市场中客户欲望和需要方面的表现。如果细分市场是产品线的一个新细分市场，评价竞争对手在各市场衡量指标方面的表现。  
“+”表示易佳的表现好过对手。“=”表示势均力敌。“-”表示易佳需要改进、提高。可使用IAPPEALS帮助评价对手的表现。)

V/I版本名称 (根据下列客户欲望和需要，列出主要的市场表现数据)	版本	版本	对手1	对手2	对手3	对手4
市场份额	-	-	-	-	-	+
毛利率	-	-	-	-	-	+
销售增长率	-	-	-	-	-	+
上市时间						
主要客户欲望和需要1	-	-	-	-	-	+
主要客户欲望和需要2	-	-	-	-	-	-
主要客户欲望和需要3	-	-	-	-	-	-
特性1	-	-	-	-	-	+
特性2	-	-	-	-	-	-
等等	-	-	-	-	-	-
可靠性						
质量						
价格						
可服务性						
主要技术						



# \$APPEALS

(可选)



\$APPEALS范畴	权重	对手#1	对手#2	对手#3	对手#4	“产品”优势
价格						
供应（可获得性）						
形式因素（包装）						
功能（性能）						
技术（易用性）						
担心（保证）						
战略（生命周期成本）						
影响（社会）						

## SWOT分析

优势	劣势
机会	威胁

- 对建议产品包的SWOT 分析：简要描述建议产品包的优势、劣势、机会点和威胁（例如，满足市场需求，缩减成本、改进设计规格）。重点关注于解决问题的战略。
- 推出所建议产品包的必要性：根据SWOT分析的输出，简要描述建立版本的必要性。例如，所建议产品包在旧版本的基础上渐增开发，以尽快提供市场急需的一些特性，同时还考虑了成本缩减计划以提高产品竞争能力等。

## 细分市场总结

(列出劣势和/或对易佳的威胁，及产品线或产品族或PDT会如何通过产品包解决这些问题。)

细分市场	生命周期阶段（新兴、增长、成熟、衰退）	列出弱势或威胁点	对企业的影响	反应
细分市场1				
细分市场2				
其他细分市场.....				

(列出企业的优势和/或机会点，及产品线会如何在产品包中利用这些优势和/或机会点)

细分市场	生命周期阶段（新兴、增长、成熟、衰退）	列出优势或机会点	易佳在细分市场上的差异化优势	采取的战略
细分市场1				
细分市场2				
其他细分市场.....				

## 目标细分市场策略

(概括描述要在目标细分市场采取的细分市场策略。注意：一个产品包可瞄准不只一个细分市场。)

目标细分市场	目标客户	市场战略	在市场上的差异化优势
·目标细分市场1	■		■
·目标细分市场2	■		■

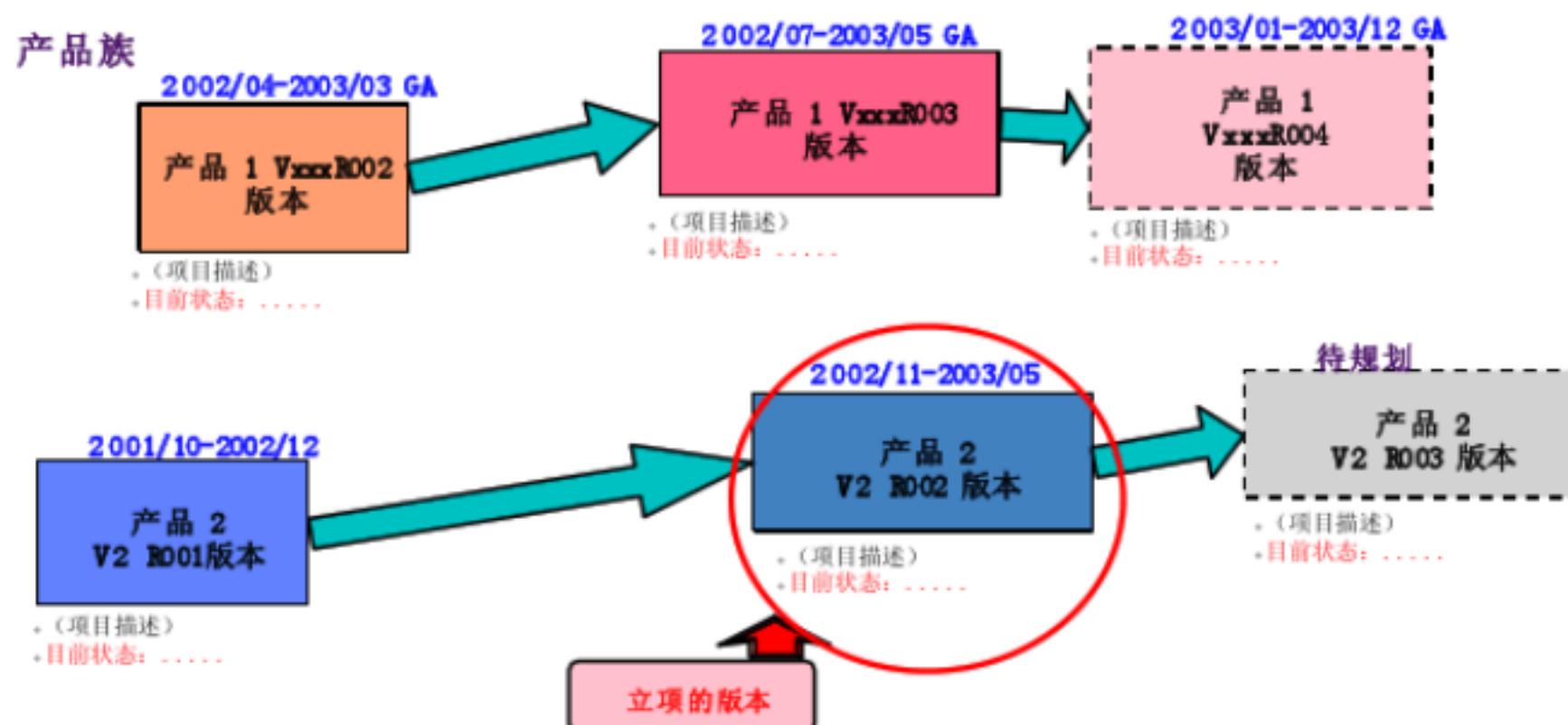
## 目标客户简介

（参考产品线业务计划（PLBP）中确定的目标客户简介，并根据市场变化进行相应更新）

细分市场	客户关系	客户对企业的态度	主要的用户需求/购买标准	用户特点
■ 细分市场1	■	■	■	■
■ 细分市场2	■	■	■	■

## V/R版本计划

（重点介绍当前正在进行任命的版本。确保描述同产品族/产品线的其他版本状态。有关路标的描述应与在PLBP中汇报并通过审批的路标相一致。日期的定义必须包括ESS或GA日期，必须有2到3年的规划。）



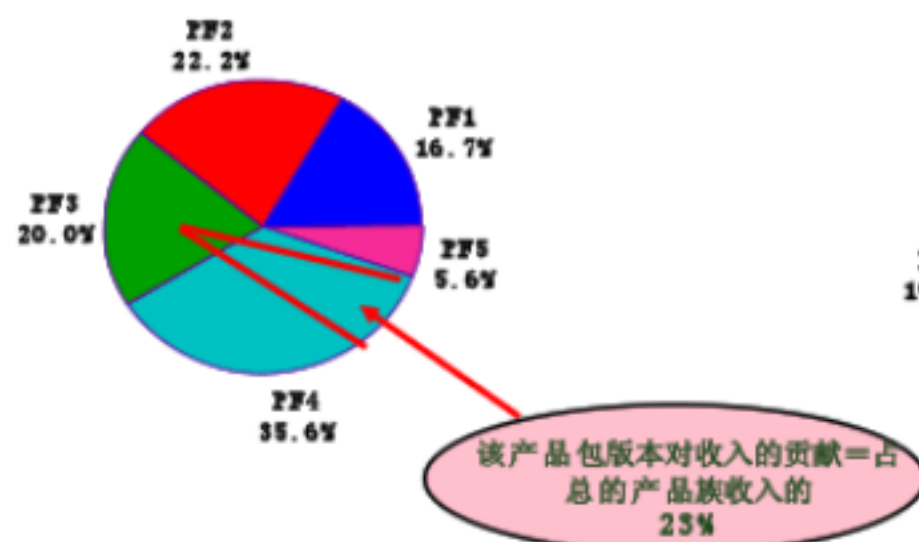
说明：如果PMT路标规划中有各个版本的目标成本和研发费用预算，则补充到上面各个版本中。



## 产品线组合分析 - 收入和投资分布

(重点介绍版本收入占产品族收入的百分比和版本投资占产品族投资(资源数量)的百分比。可从PLBP中了解产品族收入和资源分布情况。)

产品族收入分配(%)



产品族资源分配(%)  
(根据资源数目)



## 产品组合分析

产品族	全球	国内	海外	国内机会比率	海外机会比率
-----	----	----	----	--------	--------

维持机会

-2002 ¥0.0 ¥0.0 ¥0.0 ¥0.0 ¥0.0

市场增长率

企业市场份额

企业市场份额增加/减少率

企业可能收入



综述	2007		2008		成本共计	两年的利润
	收入	销售量	收入	销售量		
产品包1	¥0.0	0	¥0.0	0	¥0.0	¥0.0
产品包2	¥0.0	0	¥0.0	0	¥0.0	¥0.0
产品包3	¥0.0	0	¥0.0	0	¥0.0	¥0.0
总计	¥0.0	0	¥0.0	0	¥0.0	¥0.0

## PDC结果和人力资源

(描述建议产品包的PDC结果和人员配备。可从FLBP获取整个产品线或产品族的PDC结果。)

PDC 得分	V/R 版本	现有人力	年度平均人力	年末人力	当年开发费用	目标成本	外包 (人月)	人员任命情况
99	产品包 1							
78	产品包 2							
60	产品包 3							
55	产品包 4							
	产品包 5							
	产品包 6							
	产品包 7							
	产品包 8							
	产品包 9							

## 产品包交付件

(填写:

任务书: 第一 (需求层次) 和二列..... CDCP: 第一、二、三、五和四列 (只有版本号) .....

PDCP: 所有列

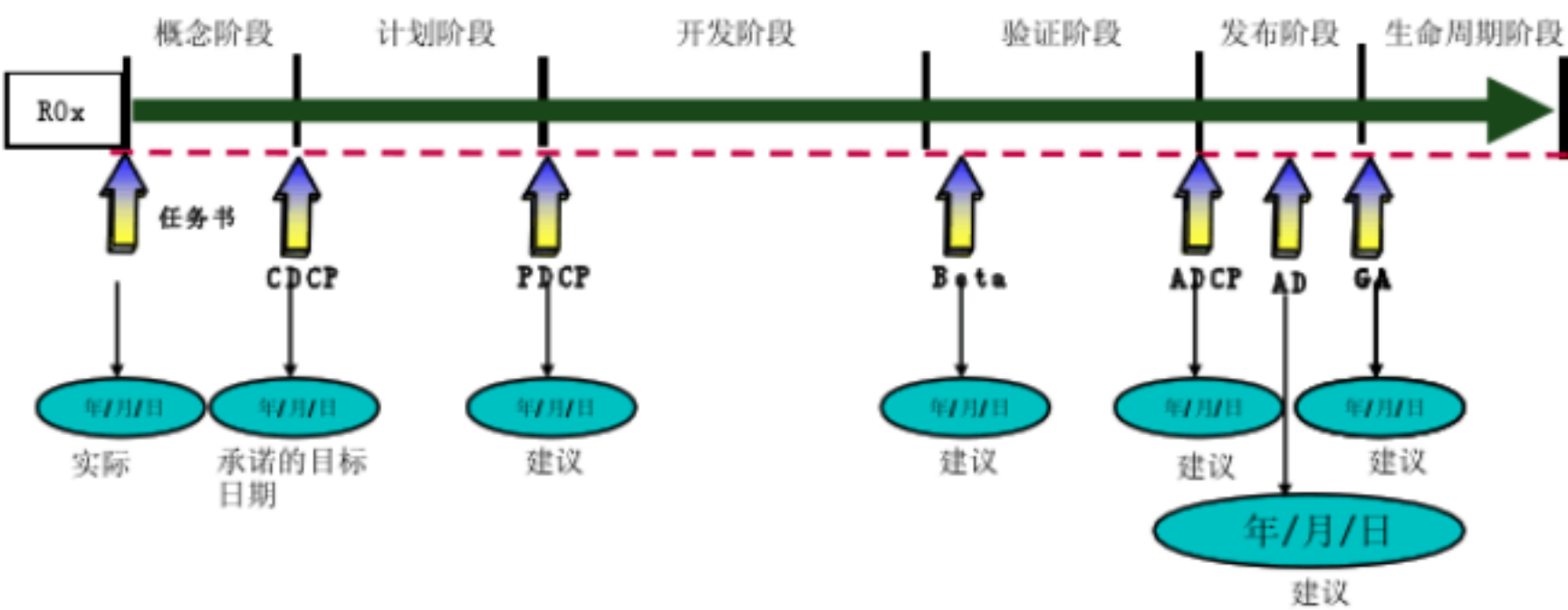
PDCP后对该图表的任何变更都需要提交PCR)

(交付件可以是服务产品包, 具体的功能/能力, 或对性能的提升。如果是V版本层次立项和通过概念评审的V版本的后续R版本, 请参考指导材料)

交付件	描述	市场和研发同意该需求吗?	构建或版本的需要时间	是客户紧急需求吗? 已做出承诺了吗? 如果是, 那么承诺人是谁?

# 任务书 - 产品关键里程碑进度

(下图是任务书中确定的进度，CDCP日期是承诺的目标日期，所有其他日期都是建议日期)



21

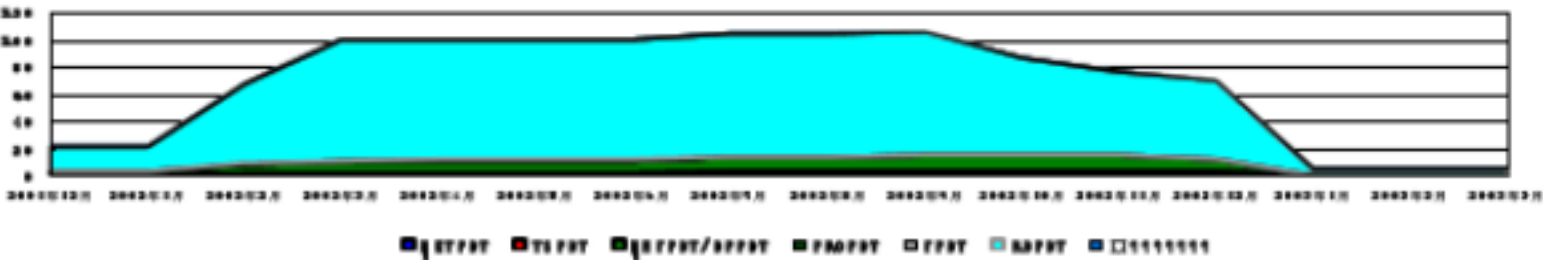
# 依赖关系分析 - V版本

(这是版本在PDCP的描述内容。PDCP审批后，对版本有关本页内容的任何改变都需要填写PCR)  
(描述因为版本的原因而给其他版本带来的下列有关项目的任何变化。如果需要提交IPMT，应显示出各个时间)

V/R版本	V100 R001	V100 R006	V100 R002	V100 R003	V100 R004	V100 R005
任务书评审日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
CDCP日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
PDCP日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
TR4A日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
TR5日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
Beta日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
EDCP日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
TR6日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
ADCP日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
GA日期	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日	年/月/日
收入和销售量	0	0	0	0	0	0
人力	0	0	0	0	0	0
目标成本	0	0	0	0	0	0
添加的功能	全部	全部	全部	全部	全部	全部
删除的功能	全部	全部	全部	全部	全部	全部
依赖关系	全部	全部	全部	全部	全部	全部

资源需求

(任务书评审时，给出执行概念和计划阶段活动的建议PDT团队的资源需求，PDCP时，需要给出此项目要求的全部承诺的人力资源数，超出同意的偏差范围的任何变更都需要填写CR)



PDT核心组	部门	概念	PDC P	开发计划	开发实际	验证计划	验证实际	发布计划	发布实际	生命周期 计划	生命周期 实际
PDT组长											
PDT副组长											
PDT成员代表											
PDT成员代表											
PDT成员代表											
PDT成员代表											
PDT成员代表											
PQA											
外围组	部门	概念	PDC P	开发计划	开发实际	验证计划	验证实际	发布计划	发布实际	生命周期 计划	生命周期 实际
开发											
验证											
发布											
生命周期											
其他											
统计											

技术评审和Beta测试结果

(如果结论是“冒险继续”或“改向”，要描述出风险评估中未解决的问题。给出实际日期和剩余TR的计划日期)

TR	日期	建议 (继续，冒险继续，改向)	与质量目标对比得分	质量管理部意见
TR1				
TR2				
TR3				
TR4				
TR4A (每个一行)				
TR5 (每个一行)				
TR6				

Beta范围：  
成功标准：  
条款：

Beta测试	时间	购买标准	表现与标准	反馈
客户#1				
客户#2				
客户#3				
客户#4				
客户#5				

# 风险评估

(用1至2页的篇幅分析建议产品包潜在的风险及规避措施：市场、技术、资源、跨产品线协调和支撑、供应商能力)

#	风险类型	描述	可能性	影响程度	风险级别	影响描述	响应计划	责任人	未解决/已关闭
	市场/客户								
	技术								
	财务								
	制造								
	采购								
	技术支援								
	项目管理								

L (低) < 30% <= M (中) <= 60% < H (高)

# 渠道策略

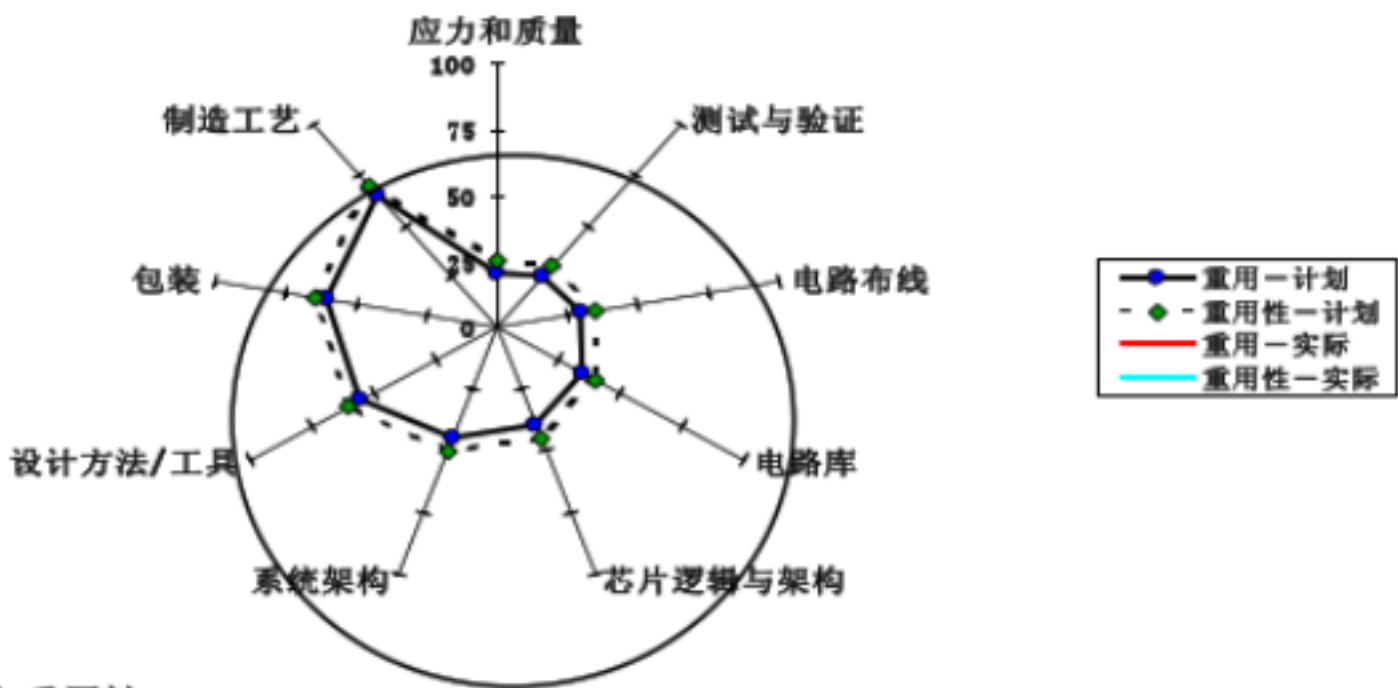
渠道	目标细分市场	利润驱动器	需要的资源	购买标准	收入比例目标
直接销售					
业务伙伴					
联盟					
其他					



# 发布准备情况

	预期	实际	状态
最终确定的发布日期			
分发的发布信			
营销宣传信息			
规格书			
客户汇报/文字说明			
销售资料			
新闻发布，问答，要点宣传			
网站			
产品选择指南			
产品/产品线小册子			
客户汇报/文字说明			
关于……的分析白皮书			
客户网站录像			
活动			
经翻译的文档			
网站信息			
最终定价			
初始新闻发布			
完成ISP（如果适用）			
按进度执行营销计划			

# 重用性分析



## 重用和重用性

- 描述多少以前的产品开发可以在本次开发中应用，如何使用平台，如何对平台做出贡献
- 定义以后重用本产品单元的方法
- 包括在架构、仿真/测试、处理单元、封装、制造资本、测试设备、设计系统/工具等方面的信息

OEM和对外合作

项目名称	\$	责任人	状态
合计		—	—

知识产权与专利

产品开发中所需的关键技术、部件及其获取方式与策略

简述各知识产权要素计划的交付内容及关键里程碑进度  
(包括列出需要考虑的知识产权要素，如专利、技术秘密、商标、版权，以及各要素的产出结果)

简述各知识产权要素计划的成本  
(资源、资金投入，费用)

简述各知识产权要素计划中的依赖关系及问题  
(主要包括其他产品、技术对本产品开发的影响、对外合作中所涉及的知识产权关系、提交标准中所涉及的知识产权问题)

简述各知识产权要素计划的风险及应对策略

## 信息安全计划

### 产品信息安全要求

(分析产品的技术特点和市场竞争环境, 以及项目的密级, 确定信息安全的要求)

### 产品设计安全计划

(根据信息安全要求, 确定本产品在设计实现上应该采取的措施, 如: 模块封装、分层设计等)

### 文档管理安全计划

(根据信息安全要求, 确定本产品在文档管理上应该采取的措施)

### 组织管理安全计划

(基于公司通用的安全管理要求, 落实PDT内的各级安全责任人和文档共享的群组划分, 文档共享的范围和群组设置等)

### 变更管理

(根据信息安全需求, 确定在每个阶段结束和人员变动的情况下应该采取的措施和管理规程)

## 技术支持计划

### 服务计划:

对于企业、业务伙伴或OEM的服务要素, 在对应列标出“X”

服务要素:	企业服务	业务伙伴服务	OEM服务
维护			
维修			
安装			
培训			
OEM设备			

### 部件计划:

列出与各部件有效性集合相应的PTT和PAL级别

部件	PPT (小时/天)	PAL (百分比)
有效性1		
有效性2		
有效性3		
有效性4		
有效性5		

### 服务培训计划:

服务培训要素	所需人员数量	所需技能	所需培训	在ADCP的实际培训
提供安装规划服务				
提供保修服务				
提供预防性维护服务				
提供收费服务				
支持Beta测试和ESP				
制定文档—制定文档所需的人员				
其他需要				

# 采购策略

## 采购策略

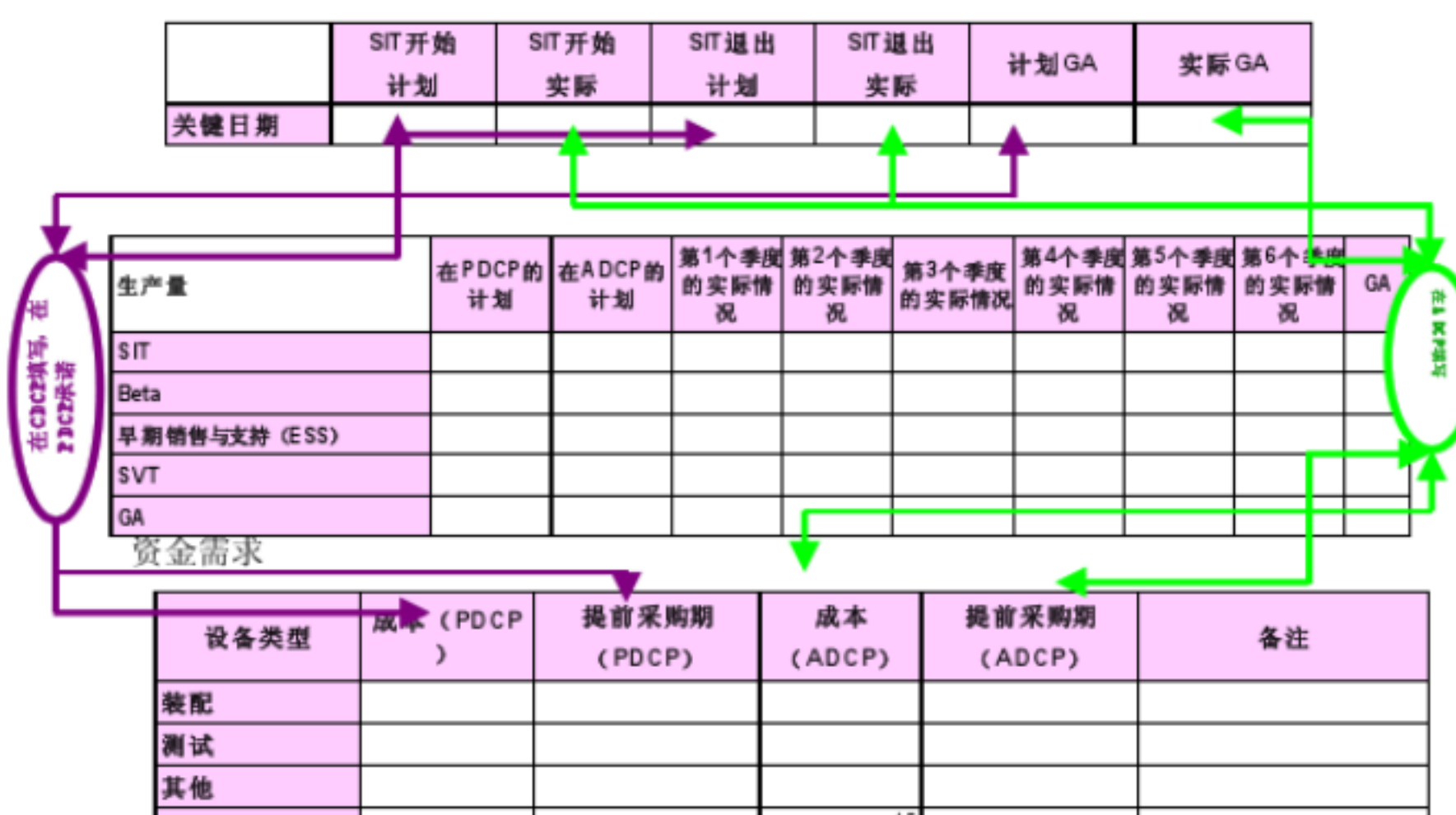
规避采购风险的措施

## 供应商/物料选择计划总结报告

项目描述	潜在供应商名称	编码/产品型号	产生最初日期	产品可交付/验证的日期	风险描述及发生的概率(%)	风险的影响程度/高中低	总体风险评估等级(高中低)	风险规避计划	采购商务接口人	采购技术接口人

45

# 制造计划



47

# 制造计划

## 质量

- 描述提高一次交验合格率的所有设计活动。
- 能使最终产品质量比以前的产品有所提高的设计方面的改进，或
- 能使最终产品质量比以前的产品有所提高的工艺改进。

产品包目标	计划	实际SIT	实际Beta	实际早期销售与支持	实际SVT	实际GA
›库存						
›订单履行周期						
›产品产量						
›单板产量						
›发货质量						

18

# 制造计划

<b>器件/供应商选择 (CDCP)</b> ➤描述选择产品的原因 ➤自制或由供应商提供	<b>器件/供应商选择 (PDCP, ADCP)</b>		
		初始	最终
	最终产品		
	单板 如     单板1 单板2 单板3		
	图标：自制 (I) 供应商提供 (S)		
<b>订单履行模式 (CDCP)</b> ➤描述所选的可缩短周期的订单履行模式和活动	<b>订单履行模式</b>		
		初始	最终
	最终产品		
	单板		



## 质量计划和质量目标

### 质量策略

→描述总体的质量策略

→描述流程裁减、过程控制中的质量原则；描述问题处理原则、版本控制原则

质量目标（结果目标）

度量	目标	上限	下限
产品故障率(次/年)			
网上遗留问题缺陷密度			
系统中断			
网上问题及时解决率			
网上逾期问题解决率			
返还率			
百万机会缺陷数			
内部问题累计解决率			

## 质量计划和质量目标

质量目标（阶段目标）

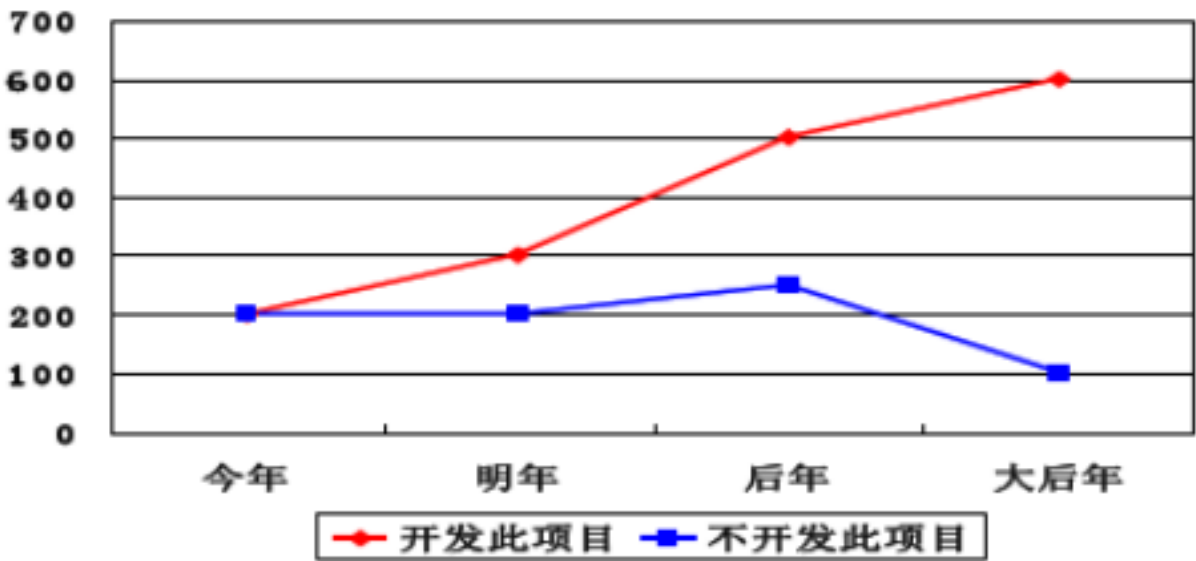
度量	目标	上限	下限
TR2设计规格书缺陷密度			
TR3软件需求规格书缺陷密度			
TR3单板总体设计缺陷密度			
项目发布前检出缺陷密度			
归档前检出缺陷密度			
测试缺陷密度			
Beta试验局测试缺陷密度			

财务分析

财年	FY-2	FY-1	FY01	FY02	FY03	FY04
销售量						
价格						
订货额						
发货额						
销售收入						
其中：产品销售收入						
对外服务收入						
销售成本						
其中：产品销售成本						
对外服务成本						
知识产权费用						
销售毛利						
制造毛利率						
销售毛利率						
销售税金及附加						
期间费用合计						
其中：研发费用						
营业费用						
管理费用						
财务费用						
准备金						
税前利润						
税前利润率						

假设：

本项目对所属产品的收入贡献



说明：  
如果开发本项目，则本项目所属产品销售收入曲线为：  
如果不开发本项目，则本项目所属产品销售收入曲线为：  
这两条收入曲线在同一个表格里。

## 本项目研发费用预算

	概念阶段	计划阶段	开发验证阶段	发布阶段	生命周期	合计
研发费用						

说明：

- 1、项目研发预算占当年IPMT/产品总预算百分比；
- 2、本产品线当年剩余预算额度（要扣除已经决策通过在未来时间的预算）。

## 本项目的研发费用与收入的归属

研发费用归属

产品名称	研发费用分摊比例	分摊金额	备注
产品1			
产品2			
产品3			
.....			
合计			

说明：该研发费用归属表格只在charter评审材料中使用。

销售收入归属

IPMT/产品线名称	销售收入分摊比例	分摊金额	备注
IPMT1/产品线1			
IPMT2/产品线2			
IPMT3/产品线3			
.....			
合计			

说明：

- 1、该销售收入归属表格只在PDCP评审材料中使用，属可选内容。
- 2、本项目是否导致新产品编码的申请？需要申请几级产品编码？属于哪个IPMT？
- 3、是否还有其他需要明确的财务、利益关系？

目标成本预测

	早期销售与支持	早期销售与支持	FY01		FY02		FY03	
	成本	占销售百分比	成本	占销售百分比	成本	占销售百分比	成本	占销售百分比
配置1								
配置2								
配置3								
配置4								
合计								
目标成本降低率								
卖出价格跌落率								

假设：  
(列出所有假设)

57

物料成本预测

	FY01		FY02		FY03	
产品主要器件	物料成本	降低百分比	物料成本	降低百分比	物料成本	降低百分比
合计						
物料成本降低率						

说明：该表格的填写责任人为采购代表。

58

### 技术支持收入及成本估计

**服务收入计划:** (需描述产品的类型, 如服务产品包, 及预计的收入)

(下列服务与支持要素在概念阶段建立, 在计划阶段更新, 如果批准的话并将成为PDCP的一部分。)

收费服务产品包	第1年 计划	第1年 实际	第2年 计划	第2年 实际	第3年 计划	第3年 实际	总计 计划	总计 实际
金牌维修								
银牌维修								
铜牌维修								
网络咨询								
等等								

**服务成本估计:** (列出在产品可获得性的头三年中的所有服务要素和相关成本)

服务和支成本要素	第 1 年 计划	第 1 年 实际	第 2 年 计划	第 2 年 实际	第 3 年 计划	第 3 年 实际
安装服务						
保修服务—人力和备件						
维护服务						
收费服务						
建立使用跟踪支持结构——呼叫中心及操作人员培训——备件中心——建立S00服务号码						
服务成本训练构想						
建立业务伙伴结构——培训业务伙伴						
开发或获取工具和设备——用来支持这些工具和设备的人员						
支持 Beta, 早期销售与支持, 早期客户支持 (ECP)						
制定文档						
营销差旅费/住宿费						
培训技术支持人员						
培训设备和环境						
维护备件库						
其他成本						

## 市场预测

[illegible]



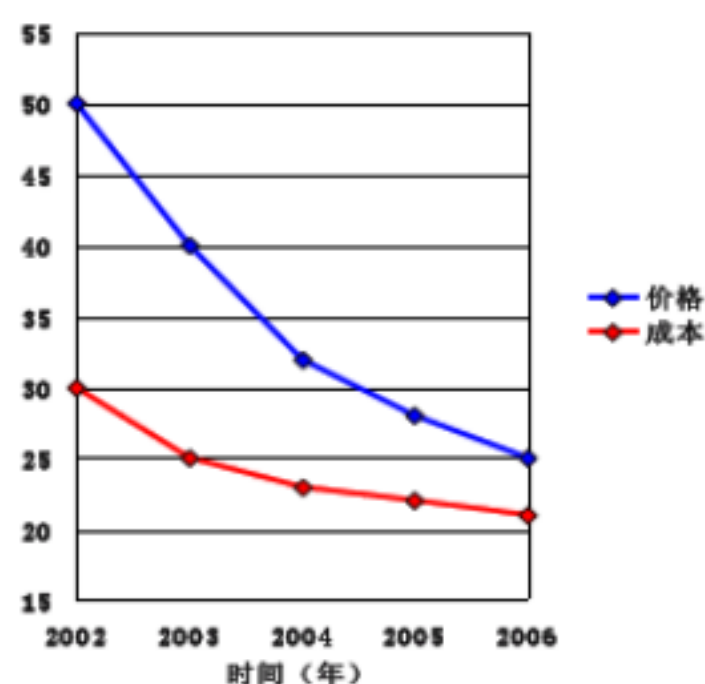
## 市场预测（销售量细节）

（从客户发货当月开始，包括早期销售与支持，预测未来12个月各月的销量。然后预测接下来几年的年销量）

	第1个月	第2个月	第3个月	第4个月	第5个月	第6个月	第7个月	第8个月	第9个月	第10个月	第11个月	第12个月	第1年合计	第2年合计	第3年合计
国内—合计															
国际—合计															
亚太															
独联体															
中东															
拉美															
欧洲															
北美															
东太平洋															

## 价格和成本趋势

国内	FY01	FY02	FY03	总计
销售价格降低率				
市场规模增长率				
销售增长率				
亚太及澳洲				
销售价格降低率				
市场规模增长率				
销售增长率				
中东				
销售价格降低率				
市场规模增长率				
销售增长率				
拉美				
销售价格降低率				
市场规模增长率				
销售增长率				
欧洲				
销售价格降低率				
市场规模增长率				
销售增长率				
北美				
销售价格降低率				
市场规模增长率				
销售增长率				
东太平洋				
销售价格降低率				
市场规模增长率				
销售增长率				



### 成本降低措施

1. 使用ASIC器件
2. 以较低的价钱购买器件是降低成本的主要措施。

说明：该表格的填写责任人为市场代表。

谢谢大家！

