

产品定价分析表

版权所有：北京未名潮管理顾问有限公司
全套手册由未名潮、创业邦共同策划出品

说明：本表格主要用于营销分析中的产品定价分析，主要从成本、市场、产品、竞争对手、顾客等几个角度进行分析，从而帮助我们对产品科学进行定价，尤其是结合竞争对手、顾客进行分析，使其定价显得更加具有针对性和准确性。

_____年____月____日 编号：_____

地区：_____（单位：元）														
产品名称规格：_____														
顾客类型说明：_____														
目前产品销量：_____														
产品成本分析	成本项目	生产数量												
		A		B		C		D		E				
	成本细分	绝对成本	相对成本 (%)	绝对成本	相对成本 (%)	绝对成本	相对成本 (%)	绝对成本	相对成本 (%)	绝对成本	相对成本 (%)			
	原料成本													
	物料成本													
	人工成本													
	制造费用													
	制造成本													
	毛利													
	合计		100%		100%		100%		100%		100%			
产品竞争分析	生产公司		产品名称		品质等级		售价		预计年销售量		市场占有率		备注	
	1													
	2													
	3													
	4													
比较图（示意）	70 60 50 40 占30 有20 率10							定价分析	定价	预计年销量	预计市场占有率	利润	利润率	
	单价	50	100	150	200	250	300	(厂价、零售价)						

分析员：_____ 主管/经理：_____ 总经理：_____