**国泰安自研产品定价工作指引V2.1**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 文件名称 | 国泰安自研产品定价工作指引Ｖ2.1 | | 共8页 |
| 文件编号 |  | 编制人 | 陈友成 |
| 审阅人 | 陈玫竹 | 编制部门 | 产品管理与定价部 |
| 签发人 | 陈工孟 | 签发日期 | 2016年11月15日 |

**文档修改记录**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **版号** | **修改日期** | **修改内容** | **修改人** |
| V2.0 | 2016年11月10日 | 新建该文档 | 陈友成 |
| V2.1 | 2016年12月30日 | 更新组织架构、定价流程 | 陈友成 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**目 录**

[1 制订目的 1](#_Toc466980112)

[2 适用范围 1](#_Toc466980113)

[3 组织机构 1](#_Toc466980114)

[3.1 组织架构 1](#_Toc466980115)

[3.2 职责说明 2](#_Toc466980116)

[4 定价原则 2](#_Toc466980117)

[5 定价时间 3](#_Toc466980118)

[6 定价流程 3](#_Toc466980119)

[7 相关附件 4](#_Toc466980120)

# 1 制订目的

为规范集团自研产品定价和定价评审流程，保证定价过程的合理、有序，定价决策的科学、规范，同时提高自研产品定价工作的质量和决策效率，产品管理与定价部特制定本工作指引，以指导集团自研产品定价工作的开展。

**2 适用范围**

本指引适用于集团所有自研产品，包括：

* 新申请立项的自研产品；
* 拟上市发布尚未定价的自研产品；
* 因产品升级、销售对象或销售策略变化需重新调整定价的现有自研产品。

**3 组织机构**

集团成立专门的“产品定价评审委员会”负责对所有自研产品进行定价评审工作，评审通过后报董事长批准后生效。

## 3.1 组织架构

* 产品定价评审委员会**顾问**

陈工孟、高宁、陈振田、王春雷

* 产品定价评审委员会**常委**

丁艳、李红洲、王永贵、黄文、杨阳、黎敏、冯诚

* 产品定价评审委员会**委员**

产品管理委员会：黄惠青、余君友、房巧红、魏辰、宋洁、张超、周科龙

营销管理委员会：邱进毅、郭左平、李显意、庞伟、张振龙、许宝玉

产品管理与定价部：陈玫竹

* 产品定价**责任部门**

产品管理与定价部

## 3.2 职责说明

|  |  |
| --- | --- |
| **角 色** | **职责描述** |
| **董事长** | 对公司所有自研产品定价进行终审，审核通过后签字对外发布。 |
| **顾 问** | 对公司自研产品定价进行战略指导，提出合理化建议。 |
| **常 委** | 对自研产品定价结果进行复审，从公司整体风险及后续发展等角度判定产品定价结果是否通过。 |
| **委 员** | 根据公司整体战略/自身服务的市场，所在的研发团队，从公司产品成本，竞争对手的产品价格，公司的销售策略，科学的定价模式等方面，对公司自研产品的定价提出建议，并对参与评审的自研产品定价结果做初审。 |
| **责任部门** | 1. 受理产品定价申请，对拟调整定价的老产品进行调整原因审核； 2. 根据拟定价的产品类型，召集合适的定价委员组织定价评审会议，并将经评审常委复核后的定价信息提交给董事长批复； 3. 将董事长批复后的产品定价信息录入CRM系统，并正式对营销体系发布； 4. 定价发布三个月后进行回溯其市场销量和成交价情况，判断是否调整定价； 5. 定期（每年1月和7月）根据市场反馈集中组织定价调整工作。 |

**4 定价原则**

自研产品定价应综合考虑以下三种因素，在保证卖得出去的前提下，追求利润最大化：

* 成本因素：可综合考虑开发成本、预计推广成本、预计实施成本等
* 市场因素：可综合考虑市场容量、3年内GTA预计市场比重、竞品价格（市场价，成交价）、成本回收周期（非硬件）、预期利润率、市场需要迫切度等
* 项目因素：可综合考虑客户可接受的价格区间、已签约项目数量、意向项目数量等

|  |  |
| --- | --- |
| **产品类型** | **定价评审因素** |
| **自研软件** | * 1. 产品总成本（研发、安装部署、人力、插件、实施运维等成本）   2. 软件本身的价值（是否抓住客户痛点？全部/部分解决客户痛点？解决后给客户带来的价值收获是什么？）   3. 同类产品市场价格（竞品公司价格）   4. 产品的稀缺性和市场容量 |
| **自研硬件** | 利润最大化，产品定价=产品总成本/（1-预期毛利率）。成本包括材料费、管理费、折旧费、实施人工成本、税费等 |
| **自研资源** | 对于自研的资源类产品，可分为两大类：   1. 教学资源类（课件、ppt、教案等常规教学资源，整合为主，稍微加工即可售卖） 2. 创新型资源类（资源情景化、互动性强、非常符合职业教育特点的资源）   建议：根据资源的难易程度、专业性强度、市场稀缺性等综合考虑定价 |

**5 定价时间**

* 新申请立项的自研产品

与产品立项论证会同时召开，具体时间根据研发管理中心组织产品立项论证的时间而定

* 拟上市发布尚未定价的自研产品；因产品升级、销售对象或销售策略变化需重新调整定价的现有自研产品

每月5日前收集需定价的自研产品信息，每月10日（节假日顺延）组织召开定价评审会议，特殊情况另行处理。

**6 定价流程**



**7 相关附件**

附件一：自研产品定价评审汇报ppt

附件二：自研产品定价审批表

附件三：自研产品定价信息表