

LOGO

产品与需求

4G工作室

组员：<http://ssndr.com>时尚女达人



目录



- ❖ 一、产品与需求的概念
- ❖ 二、产品与需求的关系
- ❖ 三、相关例证

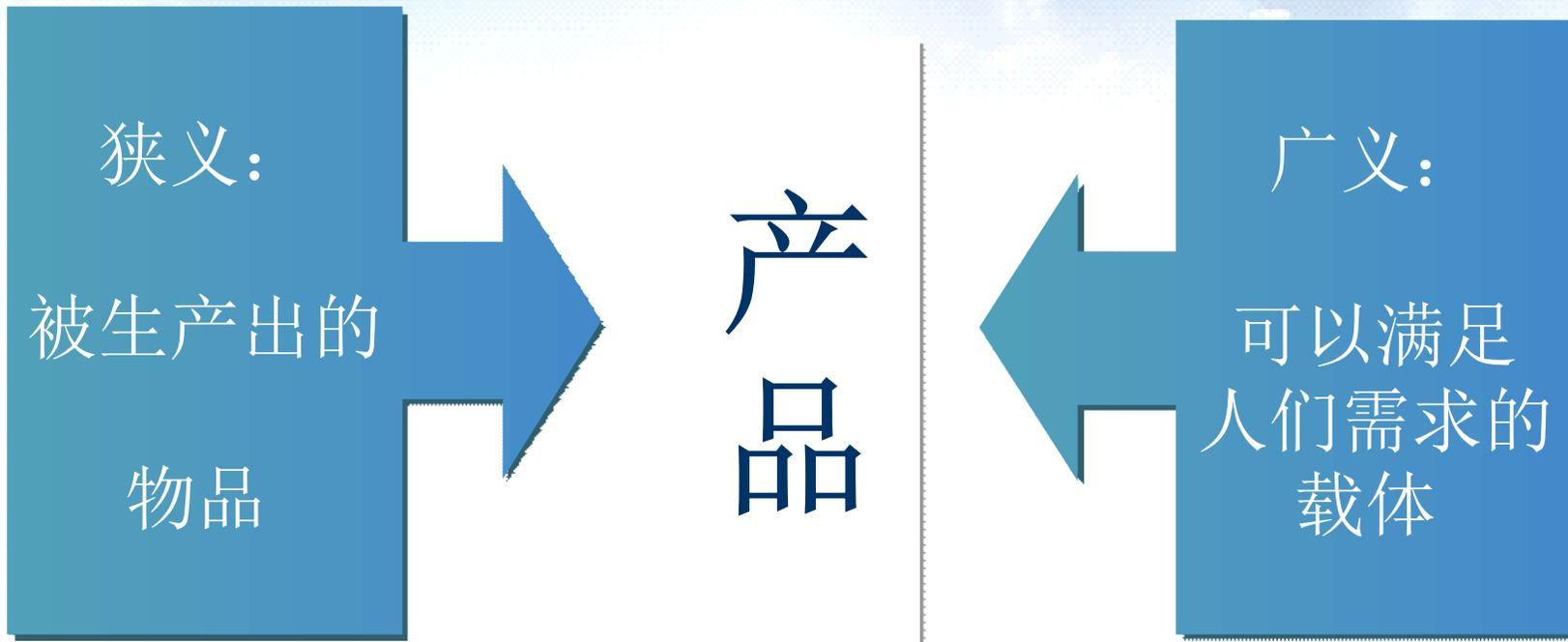


一、产品与需求的概念



产品的定义

产品是指能够提供给市场，被人们使用和消费，并能满足人们某种需求的任何东西，包括有形的物品、无形的服务、组织、观念或它们的组合。



产品的分类



延伸产品是指整体产品提供给顾客的一系列附加利益，包括运送、安装、维修、保证等在消费领域给予消费者的好处。

核心产品是指整体产品提供给购买者的直接利益和效用

核心产品

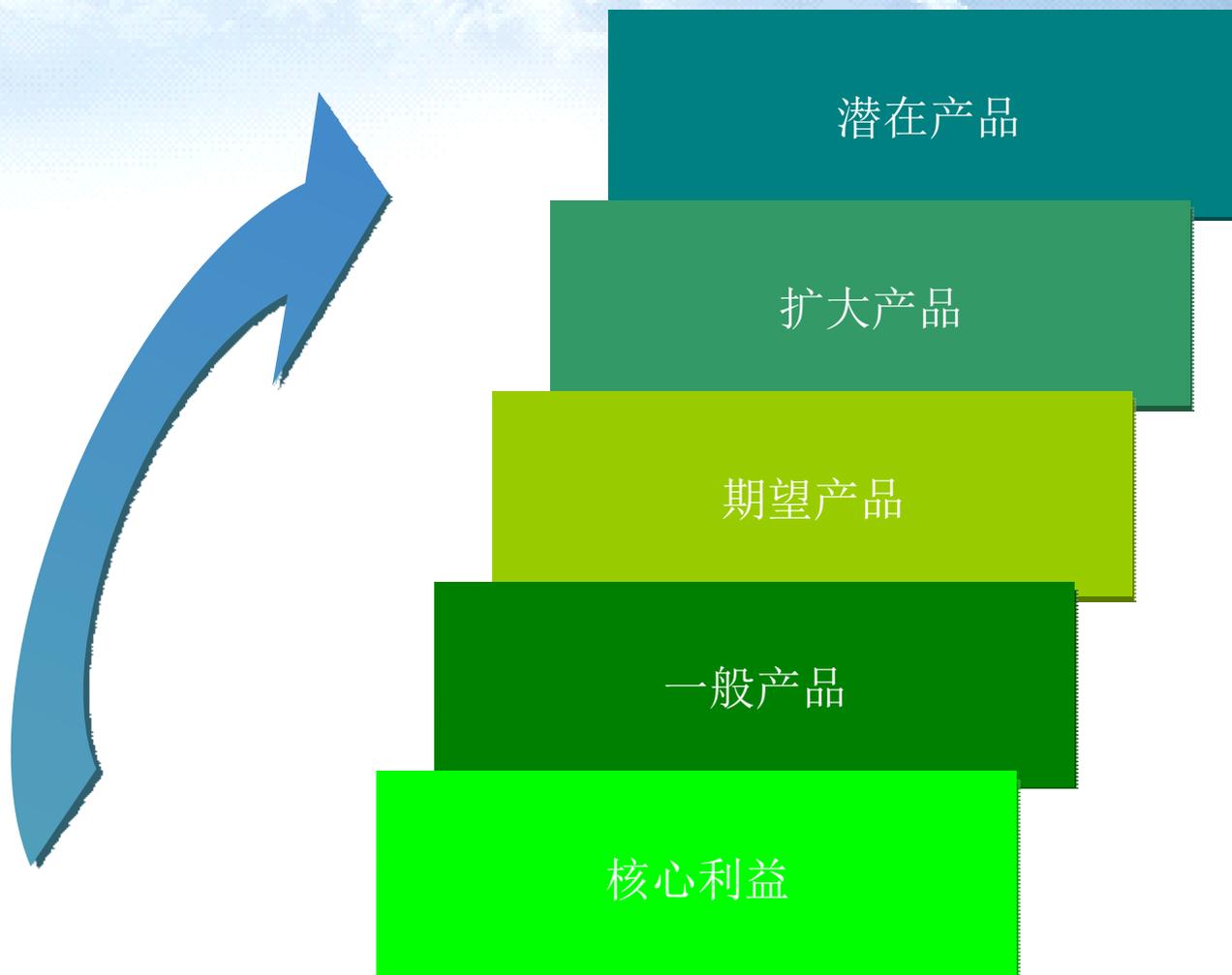
产品

延伸产品

形式产品

形式产品是指产品在市场上出现的物质实体外形，包括产品的品质、特征、造型、商标和包装等

科特勒的产品观



需求的概念



在营销学中：

需求 = 购买欲望 + 购买力

欲望是人类某种需要的具体体现，如你饿了，你的需要是填饱肚子，那你的具体体现就是你要吃饭，而需要是一种天生的属性，因为天生的属性不能创造，所以需求也不能被创造。



在心理学中：

需求是指人体内部一种不平衡的状态，对维持发展生命所必须的客观条件的反应。



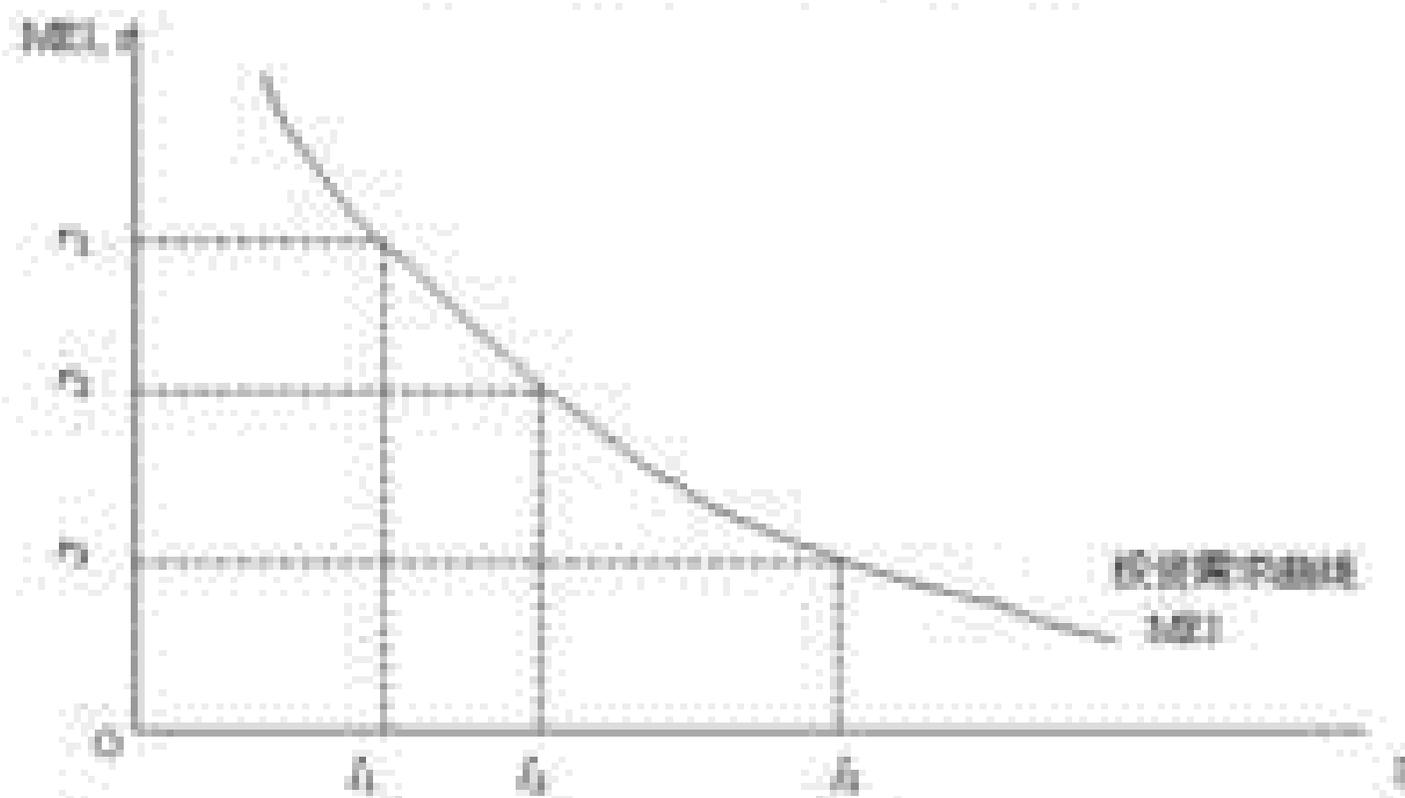
在经济学中：

需求是在一定的时期，在一既定的价格水平下，消费者愿意并且能够购买的商品数量。

需求显示了随着价钱升降而其它因素不变的情况下（**ceteris paribus**），某个体在每段时间内所愿意买的某货物的数量。在某一价格下，消费者愿意购买的某一货物的总数量称为**需求量**。在不同价格下，需求量会不同。需求也就是说**价格与需求量的关系**。若以图像表示，便称为**需求曲线**。



图 4-10 投资边际效率和投资量的决定



需求的表示

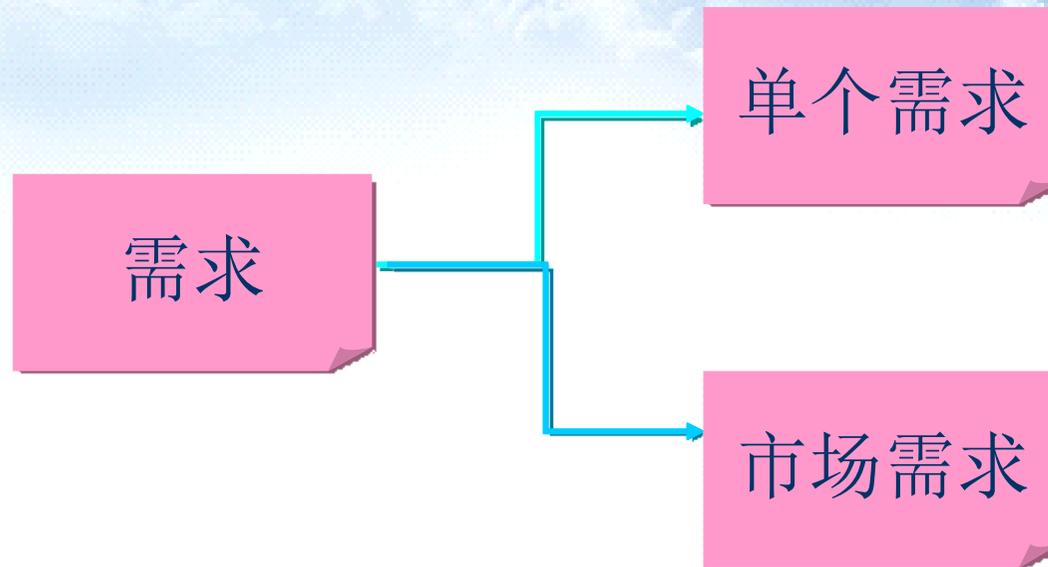


- 1、需求表：**它是一张某种商品的各种价格和与各种价格相对应的该商品的需求量之间关系的数字序列表。
- 2、需求曲线：**需求曲线是根据需求表中的商品的不同的价格与需求量的组合，在平面上拟合的一条曲线。
- 3、需求函数：**假定商品的价格与需求量的变化具有无限的分割性，把商品价格视为自变量，把需求量作为依变量，则： **$D=f(P)$** 。即为需求函数。

需求函数的扩展形式 **$Q_d=D(P, m, P_1)$**

在公式中，**P**代表商品的**价格**，**m**代表消费者的**收入**，**P1**代表其它商品的**价格**。

需求的分类



单个需求：指单个消费者对某种商品的需求。

市场需求：指消费者全体对某种商品需求的总和。

影响需求量的因素



- 1、商品本身价格**
- 2、替代品的价格**
- 3、互补品的价格**
- 4、消费者的收入水平**
- 5、消费者的偏好**
- 6、消费者的预期（对未来商品的价格以及对自己未来收入的预期）**
- 7、人口规模**



二、产品与需求的关系



辩证的来看，

产品与需求是：

既对立又统一的



对立，我们从产品与需求的极端来分析-----
产品导向与需求导向。

产品导向，是指企业业务范围限定为经营某种定型产品在不从事或很少从事产品更新的前提下设法寻找和扩大该产品的市场。

需求导向，是指企业业务范围确定为满足顾客的某一需求，并运用互不相关的多种技术生产出不同大类的产品去满足这一需求。

由此我们可以看出，**产品是立足于自身，需求是以顾客为中心，从本质上来说，两者是对立的。**



统一，我们从产品与需求的目的来分析——**市场导向与导向市场**

市场导向，是指企业的技术创新，必须始终从市场需求出发，把准消费者的脉搏，把立足点和归宿点放在产品“卖出去”上。

导向市场，是指要善于在“无中生有”地开发出新的产品后，通过科学营销，使消费者认识产品，进而接受和喜爱产品，由此引导市场。

由此我们可以看出，**产品与需求是统一于“为顾客带来便利，为企业创造价值”，这个最终目的的**

。



三、相关例证

例证一



索尼公司通过“创造需求”开发新产品

索尼公司的随身听的创意来源于一位普通的消费者。这位消费者希望运动与欣赏音乐两不误，这就对提供音乐欣赏的产品提出了要求——它能够方便地移动与携带。这就是消费者的需求，那么将原来的台式录音机缩小成可以随身携带的产品，就正好满足了这个需要，于是一个新产品的创意就此产生。

总结：消费者需求是创造产品的前提，有需求才有产品。

例证二



海尔，能洗大地瓜的洗衣机

1996年，一位四川农民投诉海尔洗衣机排水管老是被堵，服务人员上门维修时发现，这位农民用洗衣机洗地瓜（南方又称红薯），泥土大，当然容易堵塞。在维修人员将排水管扩大后，该农民说了一句“**要是能有洗红薯的洗衣机就不用麻烦你们了。**”农民一句话，海尔人记在了心上。经过调查，他们发现原来这位农民生活在一个“红薯之乡”，当年红薯喜获丰收，卖不出去的红薯需要加工成薯条。在加工前要先将红薯洗净，但红薯上沾带的泥土洗起来费时费力，于是农民就动用了洗衣机。更深一步的调查发现，在四川农村有不少洗衣机用过一段时间后，电机转速减弱、电机壳体发烫。向农民一打听，才知道他们冬天用洗衣机洗红薯，夏天用它来洗衣服。于是，经过对农民需求的一系列调查后，海尔专门成立了小组，开始研发“大地瓜”洗衣机，洗衣机型号为**XPB40-DS**，不仅具有一般双桶洗衣机的全部功能，还可以洗地瓜、水果甚至蛤蜊，价格仅为**848**元。首次生产了**1**万台投放农村，立刻被一抢而空。



总结： 由海尔“大地瓜”洗衣机的案例我们可以更加有力地证明：根据消费者的需求创造出的产品，能创造出一个全新的市场！





谢谢欣赏
谢谢欣赏