

《产品设计》思创融合课后习题集（完整版）

班级：_____ 姓名：_____ 学号：_____

一、单项选择题（每题 5 分，共 20 分）

1. 在产品设计画布中，“产品特征”与“产品利益”的核心区别在于（ ）。
 - A. 特征描述技术参数，利益描述用户感受
 - B. 特征是企业拥有的，利益是用户得到的
 - C. 特征用动词描述，利益用名词描述
 - D. 特征关乎成本，利益关乎价格
2. 创业公司在推出新产品时，常会先推出一个功能简洁、能满足核心需求的初级版本，这个版本被称为（ ）。
 - A. 最终产品
 - B. 最小可行产品 (MVP)
 - C. 测试产品
 - D. 概念产品
3. 某高科技公司推出一款革命性智能穿戴设备，初期产量有限，它决定制定一个很高的价格来最大化初期利润。这种定价策略是（ ）。
 - A. 渗透定价策略
 - B. 满意定价策略
 - C. 撇脂定价策略
 - D. 竞争定价策略
4. 在进行 STP 分析时，一家初创企业选择专注于一个规模较小、但需求独特且未被大企业重视的细分市场。这体现了（ ）。
 - A. 无差异化市场策略
 - B. 差异化市场策略
 - C. 集中化市场策略
 - D. 大规模市场策略

二、案例分析题（30 分）

案例背景：

“南山陶瓷”是一家位于传统陶瓷产区的大学生创业公司。他们发现，年轻人觉得传统陶瓷工艺品虽美，但与现代家居风格不搭，且价格高昂。

团队行动如下：

1. **愿景与痛点**：他们确立产品愿景为“让传统手工艺点亮年轻人的日常生活”。瞄准“年轻人渴望有文化品位且价格适中的家居装饰品”这一痛点。
2. **STP分析**：
 - **市场细分(S)**：将市场按消费者年龄和兴趣分为“老年收藏家”、“中年商务礼品采购者”和“年轻都市白领”。
 - **目标市场(T)**：选择“年轻都市白领”作为目标市场。
 - **市场定位(P)**：定位为“新中式美学家居用品”，强调“设计源自传统，造型契合现代”。
3. **产品设计**：
 - **特征**：采用非遗釉彩工艺、极简几何造型、定制文创IP图案。
 - **利益**：为用户提供“提升家居格调”、“表达个人文化品味”、“支持非遗传承”的情感价值。
4. **推出策略**：首先推出了一款最小可行产品(MVP)——“四季杯”套装，包含春、夏、秋、冬四只杯子，在电商平台进行预售，根据预订量决定首批产量。

请回答：

1. 案例中，“南山陶瓷”的产品愿景体现了怎样的企业价值观？这种价值观对塑造品牌形象有何作用？（6分）
2. 请评价该公司STP战略的合理性。为什么选择“年轻都市白领”作为目标市场是一个明智的决定？（12分）
3. 请分析“四季杯”作为最小可行产品(MVP)的妙处。这种推出策略如何帮助团队规避创业风险？（12分）

三、情境实践题（30分）

情境设定：

假设你的创业团队发现，大学校园内的二手教材流通效率低下，很多教材在学期结束后被闲置或丢弃，而学弟学妹又需要高价购买新书。

任务：

请为这个“校园二手教材循环平台”设计一个初步的产品方案。

要求：

1. **痛点与愿景**：清晰描述该项目所要解决的核心痛点，并用一句话写下你的产品愿景。（6分）

2. **产品特征与利益**：列出至少 3 个核心的**产品特征**，并对应阐述每个特征能为学生用户带来的**产品利益**。（格式参考：特征：…… → 利益：……）（12 分）
3. **STP 与 MVP**：
 - **目标用户**：你的平台主要服务于哪一类最具体的校园用户？（2 分）
 - **最小可行产品(MVP)**：描述你打算推出的第一个最简单版本的产品形态，它将包含哪些最核心的功能？（10 分）

四、论述题（20 分）

题目：

课程中介绍了杯子的 8 种卖法，从“使用价值”到“纪念价值”，体现了产品价值层次的不断深化。请结合本课程所学，论述：

1. 一个成功的产品设计，应如何超越其基本功能，为用户和社会创造更广泛的价值？
2. 在产品的设计过程中，应如何平衡**商业利润**与**社会责任**（如环保、文化传承、诚信经营等）？

参考答案及评分标准

一、单项选择题（每题 5 分，共 20 分）

1. **答案：B**
 - **评分标准**：选 B 得 5 分。
 - **解析**：PPT 中明确指出：“特征”是产品有什么，“利益”是用户有什么。这体现了从“企业视角”到“用户视角”的转变，是产品设计的核心思维。
2. **答案：B**
 - **评分标准**：选 B 得 5 分。
 - **解析**：“最小可行产品(MVP)”是 PPT 中重点介绍的概念，旨在用最低成本快速验证市场。
3. **答案：C**
 - **评分标准**：选 C 得 5 分。

- **解析：**PPT 中详细说明了“撇脂定价”的定义和适用条件（高价、需求缺乏弹性），与此情景吻合。
4. **答案：C**
- **评分标准：**选 C 得 5 分。
 - **解析：**PPT 在 STP 部分明确指出，对于小企业/初创企业，**集中化策略**（专注于一个细分市场）往往是上策。

二、案例分析题（30 分）

1. 【6 分】产品愿景与价值观

- **参考答案：**该愿景体现了**传承传统文化、提升大众生活美学**的社会责任感与价值观。（3 分）这种价值观能将品牌与纯粹的商业产品区分开来，赋予品牌文化内涵和精神高度，增强用户的情感认同和品牌忠诚度。（3 分）
- **评分标准：**答出“**文化传承**”、“**社会责任**”、“**生活美学**”等关键词得 3 分；能分析出对品牌形象的积极作用得 3 分。

2. 【12 分】STP 战略评价

- **参考答案：**该战略是合理的。（2 分）
 - **合理性在于：**该市场（年轻都市白领）规模足够大，且**需求未被满足**（市场上缺乏兼具文化、设计与性价比的产品）。（4 分）
 - **明智的决定：**避免了与实力强大的竞争对手在“收藏家”或“商务礼品”市场正面竞争。（3 分）同时，开拓这一市场有助于**活化传统文化，培养年轻一代对传统工艺的兴趣**，兼具商业价值与社会价值。（3 分）
- **评分标准：**判断合理得 2 分；从“市场吸引力”和“竞争规避”角度分析得 7 分；能提升到“社会价值”层面得 3 分。

3. 【12 分】MVP 与风险规避

- **参考答案：**妙处在于：① **低成本验证** 市场对“新中式陶瓷”的真实接受度；（4 分）② **聚焦核心价值**，用最直接的方式测试“设计”和“理念”是否打动人；（4 分）③**通过预售锁定需求，按需生产**，极大降低了库存积压和资金链断裂的风险。（4 分）
- **评分标准：**从“市场验证”、“测试核心价值”、“降低库存/资金风险”三个角度回答，每点 4 分。

三、情境实践题（30 分）

1. 【6 分】痛点与愿景

- **评分标准：**痛点描述清晰（如：教材浪费、学生购书成本高）得 3 分。产品愿景一句话概括，体现循环经济、服务同学等积极导向得 3 分。

- **示例：痛点：**教材资源浪费，学生购书经济压力大。**愿景：**让知识在校园内无负担流动。
- 2. **【12分】特征与利益**
 - **评分标准：**每列出一个合理的“特征”得1分，对应阐述清晰的“利益”得3分。共需列出3组。
 - **示例：**
 - 特征：扫码即查教材信息与卖家联系方式 → 利益：为学生节省寻找和甄别教材的时间与精力。
 - 特征：平台担保交易 → 利益：保障买卖双方资金安全，建立信任感。
 - 特征：教材品相标准化描述（如“九九新”、“有笔记”） → 利益：让买家清晰了解商品状态，减少交易纠纷，获得确定性。
- 3. **【12分】STP与MVP**
 - **目标用户【2分】：**评分标准：目标用户具体化，如“大三准备考研的学生”或“大一下学期需要购买公共必修课教材的学生”，得2分。
 - **MVP描述【10分】：**
 - **评分标准：**产品形态描述清晰（如：一个微信公众号+小程序）（3分）。核心功能至少包含2个：①买家发布/浏览信息功能；②联系/简易交易功能。（每点3分，共6分）。逻辑清晰得1分。
 - **示例：**我们的MVP是一个基于微信的**二手教材交易小程序**。核心功能只有两个：①学生可以拍照发布闲置教材，并标注价格和联系方式；②其他学生可以按课程名称搜索教材，并直接与卖家联系。我们暂不开发在线支付和物流，仅提供信息对接。

四、论述题（20分）

- **参考答案要点及评分标准：**
 1. **超越功能价值（10分）：**
 - 能阐述产品价值包括功能价值、情感价值、社会价值等不同层次。（4分）
 - 能结合案例（如杯子、南山陶瓷）说明如何通过**文化注入、品牌塑造、细分场景、社会议题关联**等方式提升价值。（4分）
 - 结论指出，优秀的产品设计应关注用户的深层需求，创造综合性的美好体验。（2分）
 2. **平衡利润与社会责任（10分）：**
 - 能提出平衡的观点，而非片面追求一方。（2分）

- 能举例说明如何实现平衡，例如：采用环保材料虽增加成本但赢得品牌美誉度；诚信定价带来长期客户忠诚；传承文化既创造社会效益也可成为独特的营销点。（4分）
- 能论述**商业可持续发展与社会价值、环境可持续是相辅相成的**，有社会责任感的产品设计更能获得市场的长期认可，从而实现商业利润的持久化。（4分）