

2009年单证员考试辅导：国际产品决策（2）外销员考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/643/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_8D_95_c28_643857.htm 把外销员站点加入收藏夹 欢迎

进入：2009年外销员课程免费试听 点击进入免费体验：百考
试题外销员在线考试中心 更多信息请访问：百考试题外销员

、百考试题论坛外销员 一、新产品的概念 具体地说,只要是

产品整体概念中的任何一部分的变革或创新,并且给消费者带来新的利益、新的满足的产品,都可以认为是一种新产品。新产品包括以下四种类型:(一)新发明的产品 指采用新原理、新结构、新技术、新材料、新工艺制成的前所未有的产品。(

二)革新产品 指在原有产品的基础上,部分采用新技术新材料制成的性能有显著提高的新产品。(三)改良产品 指对原有产品在性能、结构、包装或款式等方面作出改进的新产品。(

四)新牌号产品 也称企业新产品。指对市场已有产品仿制后加上企业自己的品牌后第一次生产的产品。从市场竞争和企业经营上看,在新产品的发展中,部分仿制和全面仿制是不可避免的。

二、开发国际新产品策略 (一) 获取策略：指企业直接从外部购买 1. 直接兼并。 2. 专利获取。 3. 许可策略。(二) 创新策略：指主要通过自己的力量来开发新产品 1. 内部创新。企业通过自己的研究开发部门来发明或改良产品。 2. 委托创新。企业把开发新产品的的工作通过合同形式交由企业外部的人员或公司去完成。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com