

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_ti2020/644/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_8D_95_c28_644927.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