

2010年初级经济师工商管理预习辅导技术改造与新产品开发(8)经济师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_647321.htm 新产品开发 新产品开发战略的含义与特征

1. 新产品开发战略的含义 新产品开发战略是企业 在社会主义市场经济体制条件下，根据企业外部环境和内部条件的情况，为求得企业生存和长期稳定地发展，而对企业新产品开发的竞争域、新产品开发的目标、达成目标的途径和方法的总体谋划。新产品开发战略是企业新产品开发思想的集中体现，也是企业制定新产品开发规划的基础。

2. 新产品开发战略的特征 新产品开发战略具有五个方面的特征：(1) 全局性 (2) 未来性 (3) 系统性 (4) 竞争性 (5) 相对稳定性

新产品开发战略的基本类型 新产品开发战略的核心内容是确定企业新产品开发的领域、新产品开发的目标、达成目标的途径和方法。比较典型的新产品开发战略有：(1) 进取战略---- “较强的进取精神和雄厚研发实力，将产品尽快投入市场” 特点：竞争与在最终用途和技术方面，目标为迅速扩大规模和提高占有率，创意构思来源于市场营销或研发结果(或二者结合)产品为首创或部分首创，率先投入市场，多为自行研发或合作研发。投入较大，会承担一定风险。实力雄厚的企业选择此战略 (2) 紧随战略----仿制新产品或寻找新产品缺点而加以改进，生产出更好的产品 特点：竞争域为最终用途，目标位扩大规模，创意构思来自市场营销或生产过程，产品为仿制改进品，投放时机选择反应敏捷，一般为自行开发或委托开发，成本低，风险小 有信息敏捷的情报专家，有研究仿制

能力，规模小，开发力不强的企业 (3) 保持地位战略----选择风险小且不改变企业产品结构的新产品。特点：竞争域为推广的新产品，目标是维持或适度扩大市场占有率和利润，创意构思来自市场营销，产品多为仿制品，采用自行开发或引进开发。最常用的战略，为实力一般，资源少，且处于成熟期或夕阳产业的中小企业。(4) 冒险战略----倾全部力量投入新产品开发(企业面临严峻的形势) 特点：竞争域为最终用途和技术结合，目标是快速发展和大幅提升占有率，创意来自研究与开发结果或许可证贸易，产品创新期望为首创，时机为率先投入，采用自行研发、引进开发、合作开发。实力雄厚企业使用 相关辅导：2010年经济师考试备考资料、学习方法汇总 2010年初级经济师工商管理预习辅导技术改造与新产品开发汇总 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