



第四节

新产品开发



第四节 新产品开发

【本节考点】

【考点1】新产品开发战略的含义与特征

【考点2】新产品开发战略的基本类型

【考点3】新产品开发的方式

【考点4】新产品开发的过程



第四节 新产品开发

【考点1】新产品开发战略的含义与特征

（一）新产品开发战略的含义

新产品开发战略是企业根据所处的外部环境和内部条件, 为求得生存和长期稳定的发展, 而对企业新产品开发的竞争域、新产品开发的目标、达到目标的途径和方法的总体谋划。它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。



第四节 新产品开发

（二）新产品开发战略的特征

（1）全局性：指导整个企业新产品开发全部活动的总谋划。

（2）未来性：新产品开发战略的制定要着眼于企业未来的生存和发展，要高瞻远瞩、未雨绸缪。

（3）系统性：纵向来看，新产品开发战略包括公司级战略、事业部级战略和职能级战略；横向来看，新产品开发战略包括研究与开发战略、生产战略、营销战略、财务战略和人力资源战略等。



第四节 新产品开发

(4) 竞争性：新产品开发战略就是针对来自企业外部的压力、冲击和威胁为迎接这些挑战而制定的对策，尽可能使企业在竞争中处于不败的地位，使企业得以生存，取得长足发展。

(5) 相对稳定性



第四节 新产品开发

【考点2】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竞争域、新产品开发的目标、达到目标的途径和方法。

一般来说，根据对资源的要求和承担风险程度的不同，比较典型的新产品开发战略有四种。

四种典型战略：进取战略、紧随战略、保持地位战略、冒险战略



第四节 新产品开发

（一）进取战略

企业以较强的**进取精神和雄厚的研究开发实力**，推动新产品开发，使新产品尽快投放市场的策略。

采取这种战略，必须以雄厚的财力和很强的科研力量为支撑，不仅要不断地在研究与开发方面有巨大的投入，而且还要承担一定的市场风险。

适用范围：实力雄厚的大企业。



第四节 新产品开发

进取战略的**基本特征**：

- (1) 竞争域确定在产品的最终用途和技术方面。
- (2) 目标确定为迅速扩大企业规模和提高市场占有率。
- (3) 新产品创意构思多来源于市场营销或研究与开发的成果，或二者的结合。
- (4) 新产品开发创新的程度能达到**首创水平**，至少部分**首创**。
- (5) 投放市场的时机多数确定为率先投入。
- (6) 新产品开发的方式一般为**自行研制开发**或**合作开发**。



第四节 新产品开发

（二）紧随战略

企业不抢先研制开发新产品，而在市场上出现新产品时，就立即进行仿制或寻找新产品的缺点而加以改进创新，以生产出功能、款式、包装等更好的产品。

适用范围：一般适用于规模较小、开发能力不强的中小企
业



第四节 新产品开发

紧随战略的基本特征：

- （1）新产品开发的竞争域仅确定在产品的最终用途一个方面；
- （2）目标确定为企业规模有所扩大；
- （3）新产品创意构思来源于市场营销和生产过程；
- （4）开发出的新产品一般为仿制的改进品；
- （5）新产品投放市场的时机多为择机投入；
- （6）开发方式一般为自行研制或委托开发。



第四节 新产品开发

（三）保持地位战略

保持地位战略是指企业通过有选择地开发一些风险较小，且不改变企业基本产品结构的新产品，以保持企业现有的市场地位和竞争能力的新产品开发战略。

保持地位战略是企业在新产品开发中最常采用的一种战略，一般适宜于实力一般、资源较少，且处于成熟产业或夕阳产业中的中小企业采用。



第四节 新产品开发

保持地位战略的基本特征：

- (1) 竞争域多是在市场上推广新的产品，以弥补由于现有产品的衰退而对企业带来的不利影响；
- (2) 目标是维持或适当扩大市场占有率和利润额；
- (3) 创意构思一般是市场营销
- (4) 开发出的新产品多为模仿品；
- (5) 开发的方式多采用自行研制开发方式或引进开发方式。



第四节 新产品开发

（四）冒险战略

冒险战略是企业面临巨大的市场压力时常常会孤注一掷地调动其大量资源投入新产品的开发，以期摆脱眼前困境或获取超额利益的战略。

一般适宜于实力雄厚的企业集团采用。

这种新产品开发战略的基本特征是：

（1）竞争域产品的最终用途和技术的结合，企业将力求在技术上有较大的改进，甚至出现技术突破；



第四节 新产品开发

(2) 目标是企业快速发展和大幅度提高市场占有率；

(3) 创意构思的来源一般是企业研究与开发的成果或许可证贸易；

(4) 新产品的创新度期望是首创，甚至是首创中的工艺性突破；

(5) 投放市场的时机多为率先投入；

(6) 开发的方式一般是自行研制、引进开发或合作开发



第四节 新产品开发

【单选题】在新产品开发中，选择进取战略的企业通常将新产品开发的目标确定为（ ）。

- A. 维持企业现有利润额
- B. 维持现有企业规模
- C. 迅速扩大企业规模和提高市场占有率
- D. 保持现有市场占有率



第四节 新产品开发

答案：C

解析：本题考查进取战略。进取战略中，新产品开发的目标一般确定为迅速扩大企业规模和提高市场占有率。



第四节 新产品开发

【单选题】在新产品开发中，选择紧随战略的企业通常将新产品开发的目标确定为（ ）。

- A. 提高市场占有率
- B. 维持市场占有率
- C. 企业规模有所扩大
- D. 企业规模迅速扩大



第四节 新产品开发

答案：C

解析：本题考查紧随战略。紧随战略的企业新产品开发的目标一般确定为企业规模有所扩大。



第四节 新产品开发

【多选题】在企业的新产品开发战略中，冒险战略的基本思路是（ ）。

- A. 新产品开发的竞争域是产品的最终用途和技术的结合
- B. 新产品开发的目标是企业快速发展和大幅度提高市场占有率
- C. 开发出的产品多为模仿品
- D. 新产品创意构思来源于市场营销和生产过程
- E. 新产品开发的方式是自行研制开发、引进开发或合作开发



第四节 新产品开发

答案：ABE

解析：本题考查冒险战略的基本思路。



第四节 新产品开发

【考点3】新产品开发的方式

企业可选择的新产品开发方式主要有自行研制开发、引进开发、结合开发和合作开发。

1. 自行研制开发

(1) 概念：企业根据国内外市场需求的状况和自身的条件，进行基础理论及应用技术研究，从根本上探讨新产品的原理、技术、结构，并进行自行设计、自行研制的开发活动。



第四节 新产品开发

(2) 分类:

①从基础理论研究到应用技术研究，直至产品开发研究全过程，全部由企业自身完成；

②利用社会的基础理论研究成果，企业只进行应用技术与产品开发研究；

③利用社会上应用技术研究成果，企业只进行产品开发研究。



第四节 新产品开发

(3) 特点：开发的新产品不仅有利于产品更新换代、增强企业竞争能力，而且有利于企业保留技术信息，形成企业的技术优势。

(4) 适用对象：科技开发能力、筹资能力较强且人力资源雄厚的企业。



第四节 新产品开发

2. 引进开发

(1) 概念：企业通过技术合作、技术转移、购买技术专利等引进国内外先进成熟的应用技术和制造技术，以此来实现新产品开发的技术开发方式。

(2) 特点：可较快掌握新产品的制造技术，缩短开发周期；可缩短与同类产品的技术差距，减少技术风险。

(3) 适用对象：产品有广阔市场的企业。



第四节 新产品开发

3. 结合开发

(1) 概念：自行研制开发与技术引进相结合的开发方式，在对引进技术消化吸收的基础上进行创新，开发出技术上更先进的产品。

(2) 特点：花钱少，见效快，有利于引进技术的消化吸收，有利于企业创新能力的提高。

(3) 适用对象：具备一定技术开发能力的企业。



第四节 新产品开发

4. 合作开发

(1) 概念：企业内部科技开发力量与外部科技开发力量联合起来共同开发新产品。

(2) 合作方式：企业与其他企业、科研机构、大专院校、国外某些组织组成联合开发小组。

(3) 特点：充分发挥各自优势，取长补短，加速新产品的开发进程，提高新产品的科技含量，是目前进行新产品开发和攻克技术难关的有效方式。



第四节 新产品开发

【单选题】下列新产品开发方式中，既有利于企业产品更新换代，增强企业竞争能力，又有利于企业保留技术秘密、形成企业技术优势的方式是（ ）。

- A. 自行研制开发
- B. 引进开发
- C. 委托开发
- D. 合作开发



第四节 新产品开发

答案：A

解析：采用自行研制开发新产品不仅有利于产品更新换代、增强企业竞争能力，而且也有利于企业保留技术秘密，形成企业技术优势。



第四节 新产品开发

【考点4】新产品开发的过程

（一）市场调研研究与提出新产品开发整体设想

市场调研研究与提出新产品开发整体设想是企业市场营销过程中,通过调查研究,了解和分析市场上出现的新需求和新情况,并在此基础上,提出本企业当前开发新产品的整体设想;即明确企业要开发的新产品所在的行业与领域,企业开发该产品所要达到的目的,企业在该行业或领域将发展到何种程度,企业将以哪种形式为主开发新产品等。



第四节 新产品开发

（二）新产品创意构思

新产品创意构思是一种创造性的劳动,它是人们根据一种潜在的需求与欲望,运用已掌握的知识 and 经验,对产品及其构成进行重新联想、推理、抽象思维、组合、叠加、复合及综合,形成新产品整体概念的过程。这一阶段的设想和所提出的新产品的性能、结构、质量、技术特征、外观、品牌等,决定了所开发的新产品的层次和特点。



第四节 新产品开发

（三）新产品创意构思的筛选

新产品创意构思的筛选是用一系列评价标准对各种新产品创意构思进行比较, 从中把最符合评价标准的创意构思挑选出来的一种过滤过程。创意构思的筛选分经验筛选和评价筛选两步进行。



第四节 新产品开发

（三）新产品创意构思的筛选

（1）经验筛选。

经验筛选就是挑选有经验、有见识的人员或新产品开发的主管人员凭自己的工作经验,对每个设想进行甄别。甄别的标准通常应包括三个方面:

①新产品与企业的经营目标、产品发展规划是否相符合。

②新产品与企业的生产、技术、财务、人员、设备、销售能力是否相匹配。

③新产品与市场允许的开发时间是否相适应。



第四节 新产品开发

（三）新产品创意构思的筛选

（2）评价筛选。

评价筛选就是借助于专门的评价方法,对留下来的新产品创意构思进行筛选。常用的评价方法有优缺点列举法、价值工程法、综合评分法和经济比较分析法等。这些专门的方法一般都是围绕着新产品的市场需求、技术性能、质量标准、成功概率和预期收益等标准对新产品进行评价和比较,并据此进行选择。对经过评价筛选被认为是可利用的新产品创意构思,应由企业的技术开发部门填写新产品开发建议书,形成新产品开发方案。



第四节 新产品开发

（四）新产品开发决策

新产品开发决策就是企业最高管理层根据企业当前面临的外部环境和内部条件,对不同的新产品开发方案进行技术经济论证和比较,决定取舍。

一般来说,决策结果包括以下情况:

- ①所有方案都不付诸开发。
- ②因某些情况尚不清楚,方案推迟开发。
- ③选择两个各有利弊的方案制造出样品,然后依试验结果再决定取舍。
- ④选择某个真正较优者开发。



第四节 新产品开发

（五）新产品的设计与试制

（1）设计：初步设计、技术设计和工作图设计三个阶段

（2）试制：样品试制、小批试制两个阶段。

（六）新产品鉴定与评价

（1）新产品鉴定：样品鉴定、小批试制鉴定。

（2）新产品评价：使用性能、安全性能、可靠性、环保型、工艺性、技术先进性、生产制造和使用经济性等。



第四节 新产品开发

（七）市场试销：掌握试用率、再购率和购买频率三个数据。

（八）投放市场：

新产品经过市场试销,如果企业认为是成功的并已掌握丰富的信息资料,就可以决定将新产品正式投放市场。这时,企业要准备好大量投产所需要的设备和原材料,选择恰当的广告内容和媒介,必要时进行商标注册和销售人员培训等。同时,还要确定新产品投放市场的时间、投放市场的地点、投放市场的对象及投放策略。



第四节 新产品开发

【单选题】借鉴市场经济体制较完善的国家和地区的企业开发新产品的成功经验，新产品开发科学程序中的第一环节应该是（ ）。

- A. 新产品创意构思
- B. 调查研究并提出新产品开发整体设想
- C. 新产品的设计与试制
- D. 构建新产品开发组织



第四节 新产品开发

答案：B

解析：本题考查新产品开发过程



第四节 新产品开发

【单选题】企业研发人员根据某种潜在的需求与欲望，运用已经掌握的知识和经验，对产品及其构成部分进行重新联想、推理、抽象、组合等，以形成新产品整体概念，这些活动是新产品的（ ）。

- A. 创意构思
- B. 开发决策
- C. 设计
- D. 试制



第四节 新产品开发

答案：A

解析：本题考查新产品创意构思。



第四节 新产品开发

【多选题】在新产品的市场试销环节中要特别掌握的数据有（ ）。

- A. 试用率
- B. 再购率
- C. 购买频率
- D. 市场占有率
- E. 分销率



第四节 新产品开发

答案：ABC

解析：本题考查市场试销。在市场试销过程中要掌握试用率、再购率和购买频率三个数据。

谢谢 观看

THANK YOU