

科学理性与方法

信息产业新产品预告战略实施研究

段文奇

浙江师范大学 工商管理学院, 浙江 金华 321004

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 信息产业新产品的网络效应特征使得新产品预告不是简单的信息发布, 而是企业可以运用的战略工具, 从确定预告目标、选择预告对象和内容、优化预告时间、加强预告过程管理4个维度, 实施新产品预告战略。信息产业新产品预告战略的主要目标是向互补产品供应商和潜在采用者发出信号, 影响他们的预期。预告对象主要是互补供应商和潜在采用者; 产品复杂性、竞争者反应、互补产品的生产周期和客户的采购周期是决定预告时间的主要因素, 并提出了提高和改进新产品预告效果的过程管理措施。

关键词 [新产品](#) [网络效应](#) [预告战略](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2009-03-026](#)

通讯作者:

段文奇

作者个人主页: [段文奇](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(486KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“新产品”的 相关文章](#)
- ▶ [本文作者相关文章](#)
- ▶ [段文奇](#)

