

知识科学与知识工程

新产品开发的知识主体分析

徐学军,黄碧琳,黄德毅

华南理工大学工商管理学院,华南理工大学工商管理学院,华南理工大学工商管理学院 广州510640,广州510640,广州510640

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 从知识管理角度来看,新产品开发的过程就是一个知识创造的过程。这个过程包括多个知识主体:研发企业、供应商、竞争者、用户、科研/咨询机构等。首先基于知识创造理论分析了新产品开发中的知识流,并在此基础上探讨了各个知识主体在新产品开发过程中的知识作用,进而运用改进的基于企业学习能力的企业研发合作契约稳定性模型,对企业—供应商和企业—科研/咨询机构进行了初步探讨。

关键词 [新产品开发](#) [知识创造](#) [知识主体](#) [研发合作](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2007-05-040](#)

通讯作者:

徐学军

作者个人主页: 徐学军;黄碧琳;黄德毅

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [\[PDF全文\]\(70KB\)](#)

▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)

▶ [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“新产品开发”的相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [徐学军](#)

· [黄碧琳](#)

· [黄德毅](#)

