

企业创新管理

研发阶段新产品信息首次发布时机选择

李湛,伍青生

上海交通大学 安泰经济与管理学院, 上海 200052

收稿日期 2012-9-3 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 新产品开发过程中, 何时首次向外发布信息, 是企业经营者需要决策的重要问题。基于信号理论和有效市场理论, 以2000-2010年我国上市公司发布的602个新产品项目为样本, 采用事件研究法和回归分析, 研究了研发阶段企业首次对外发布新产品信息的时间策略及其市场效果, 以及新产品创新性、开发中商业合作策略对首次信息发布时机的影响。结果表明, 新产品信息首次发布时间对新产品市场价值存在倒U形影响; 新产品创新性对上述影响存在正向调节作用; 开发过程中企业与外部商业伙伴的合作对上述影响产生负向调节作用。

关键词 [信息发布](#) [时机选择](#) [新产品开发](#) [新产品营销](#) [产品创新性](#)

分类号 [F274](#)

DOI: [10.6049/kjjbydc.2012060026](#)

引用本文: 李湛, 伍青生. 研发阶段新产品信息首次发布时机选择[J]. 科技进步与对策, 2013, 30(14): 75-80.

对应的英文版文章: [2013-14-018](#)

通讯作者:

李湛

作者个人主页: [李湛;伍青生](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(1061KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [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](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“信息发布”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

- [李湛](#)
- [伍青生](#)