

科技管理创新

高新产品营销协助中心:一种新型的科技中介服务模式研究

陈建青,

南京大学商学院;南京华略管理顾问有限公司;

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 企业转化科技成果的目的是为了获得利润,而一项成果从转移对接,到小试、中试、产业化,其过程并不是企业实现利润的来源,产品的批量销售才是企业实现价值的根本。目前针对高新产品市场销售阶段的科技中介服务还是空白,结合南京的区域特点,从市场的价值实现阶段切入,试图探寻一种新的科技中介服务模式——高新产品营销协助中心,以促进企业,特别是科技型中小企业的发展。

关键词 [高新产品](#) [营销协助中心](#) [科技中介服务模式](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2010-21-006](#)

通讯作者:

陈建青

作者个人主页: [陈建青](#);

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(145KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [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](#)

相关信息

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

