

学校编码:10384

学 号:X2008155079



分类号 _____ 密级 _____

UDC _____

廈門大學

硕士学位论文

NICE 公司新产品开发管理研究
The Research on New Product
Development Management of NICE Company

许德银

指导教师姓名: 许志端 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2012 年 6 月

论文答辩时间: 2012 年 6 月

学位授予日期: 2012 年 6 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2012 年 6 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

论文主要研究一家现代跨国企业-NICE 公司的新产品开发管理。NICE 公司在健身器材行业处于全球第一的位置，因此其新产品开发管理具有一定的典型性和借鉴性。论文运用了实证法、比较分析法、SWOT 分析法等方法，详尽而真实地阐述了 NICE 公司如何定位和管理新产品开发，重点分析了其新产品开发管理的现状与存在的问题，提出了其新产品开发管理模式的改善措施，并对改善措施的效果进行了评价。

论文首先对研究的背景、意义、内容、方法和理论基础进行了阐述。随后，对健身器材行业的现状和 NICE 公司的现状进行了总结和分析。在此基础上，进入核心部分-NICE 公司新产品开发管理研究。在对 NICE 公司现状分析部分重点阐述了其企业文化和经营战略。在论文核心部分重点阐述了 NICE 公司新产品开发战略、过程、管理方法及工具，并对 NICE 公司新产品开发管理进行了 SWOT 分析。最后，辅以一个 NICE 公司新产品开发的真实案例，让其新产品开发管理模式更加直观和形象，增强读者的理解和感受。

论文主要结论有四个：新产品开发管理是企业文化和经营战略的一部分，必须得到公司高层管理者的重视、支持和全体员工的共识、执行。一个好的新产品开发管理模式能够让公司利用最少的资源在最短的时间内开发出具备竞争力的新产品。新产品开发管理是一个标准流程和工具，需要一个较完善的企业系统操作平台的支持，才能更好地实现企业内部、外部的无缝衔接。新产品开发管理势必将成为企业的核心竞争力之一，其对企业的的核心竞争力不容忽视。NICE 公司的新产品开发管理模式是值得学习和借鉴的。

关键词: 健身器材行业； 新产品开发； 资源利用率； 开发生产率

Abstract

The thesis mainly research and analyze the New Product Development Management (NPDM) model of a modern global company-NICE Company. It is at the first place in the fitness equipment globally. So the NPDM of this company is typical and worthy to study. The analysis methods used in this thesis mainly are positive law, comparative analysis and SWOT analysis and so on. The thesis narrates how NICE company positions and manages the New Product Development (NPD) in details. The thesis focuses on the current situation and problems about the NPD of NICE company. And offers corrective measures to the NPDM of NICE company. What's more, estimates the effectiveness of the corrective measures.

The thesis explains the background, significance, content, method and basic theories of research at first. Following that, the current situations of the fitness equipment and NICE company were summarized and analyzed. Basing on these two portions, the the thesis hardcore portion-the research on NPDM of NICE company was narrated and analyzed. The enterprise culture and operating strategy are narrated mainly in chapter 3. And the NPD strategy, process, management methods&tools are narrated mainly in hard-core of the thesis. After that the SWOT analysis method is used to analyze the NPDM of NICE company. There is a real NPD case of NICE company at the end of the thesis. The case makes the NPDM of NICE company dramatically and iconically. It will help to understand and experience the NPD of this company better.

There are mainly four conclusions on the thesis. NPDM is a portion of a company's business strategy and culture. The NPDM must be paid more attention and supported by top managements of a company. And also all employees of the company must get to a common view and execute strictly. NPD is a standard process and tool, which requires the support of a better enterprise operating system. Thus the enterprise can cooperate perfectly inside and outside. NPD must become one of core-competiveness of a enterprise. It is very important to run a enterprise. The NPDM of NICE company narrated in this thesis is worthy to study.

Key Words: Fitness Equipment Field; New Product Development;
Resource Utilization; Development Productivity

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究的背景与意义	1
第二节 研究的内容和方法	3
第三节 研究的理论基础.....	5
第二章 健身器材行业现状概述	11
第一节 健身器材行业现状	11
第二节 健身器材行业的特点及存在的问题	15
第三节 健身器材行业的发展前景及投资风险分析	17
第三章 NICE 公司的现状概述	20
第一节 NICE 公司简介	20
第二节 NICE 公司的品牌、产品 and 市场特点及分析.....	22
第三节 NICE 公司的发展战略	27
第四章 NICE 公司新产品开发管理模式分析	30
第一节 NICE 公司的新产品开发战略及分析	30
第二节 NICE 公司新产品开发过程及分析	35
第三节 NICE 公司新产品开发管理的方法及工具	46
第四节 NICE 公司新产品开发管理模式的 SWOT 分析.....	57
第五章 NICE 公司新产品开发管理模式的改善措施及效果评价	63
第一节 NICE 公司新产品开发管理模式的改善目标及原则	63
第二节 NICE 公司新产品开发管理模式的改善措施	64
第三节 NICE 公司新产品开发管理模式的改善效果评价	69
第四节 NICE 公司新产品 AB CIRCLE 开发案例分析	71

第六章 结论与启示·····	76
第一节 结论·····	76
第二节 启示·····	77
参考文献·····	80
附录·····	81
致 谢·····	85

厦门大学博硕士论文摘要库

CONTENTS

Chapter 1 Introduction	1
Section 1 Background and Significance of Research.....	1
Section 2 Content and method of Research.....	3
Section 3 Basic Theories of Research.....	5
Chapter 2 Current Situation Summary of Fitness Equipment	11
Section 1 Current Situation of Fitness Equipment.....	11
Section 2 Features and Problems of Fitness Equipment.....	15
Section 3 Development Prospect and Investment Risk Analysis of Fitness Equipment.....	17
Chapter 3 Current Situation Summary of NICE Company	20
Section 1 Brief Introduction of NICE Company.....	20
Section 2 Brand, Product and Market Features and Analysis of NICE Company.....	22
Section 3 Development Strategy of NICE Company.....	27
Chapter 4 NPDM Model Analysis of NICE Company	30
Section 1 NPD Strategy and Analysis of NICE Company.....	30
Section 2 NPD Process and Analysis of NICE Company.....	35
Section 3 NPDM Methods and Tools of NICE Company.....	46
Section 4 NPDM Model SWOT Analysis of NICE Company.....	57
Chapter 5 NPDM Model Improvement Actions and Effect Estimate of NICE Company	63
Section 1 NPDM Model Improvement Objective and Principle of NICE Company.....	63
Section 2 NPDM Model Improvement Actions of NICE Company.....	64
Section 3 NPDM Model Improvement Effect Estimate of NICE Company	69
Section 4 Case Analysis: New Product "AB CIRCLE" Development of NICE Company.....	71
Chapter 6 Conclusion and Enlightenment	76

Section 1 Conclusion	76
Section 2 Enlightenment	77
REFERENCES	80
APPENDIX	81
ACKOWLEDEMENT	85

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第一章 绪 论

在市场经济中正常运行的企业，其存在的价值是不断为社会提供能满足人们需要的商品，能不断创造出企业得以生存和发展的经济效益，为此企业必须不断开发出符合顾客不断变化的需求的新产品。企业新产品的技术含量越来越高，制造过程和装配工艺越来越复杂。为达到此目的，企业必须加强新产品开发管理。

第一节 研究的背景与意义

一、研究的背景

1、消费市场低迷，产品价格面临前所未有的压力和挑战。2007年4月2日，美国新世纪金融公司（New Century Finance）宣布申请破产保护，裁减54%的员工，正式揭开了金融海啸的序幕。从2008年开始，中国也受到了明显的影响。经过3年多的救市行动，美国经济有所好转。但是，欧洲经济却仍然低迷，甚至爆发欧债危机，且日益严重。金融危机当头，人们不得不削减日常开支和费用，消费能力明显下降。商家为了销售产品，各种促销手段，层出不穷，但是消费市场仍然低迷，产品价格面临前所未有的压力和挑战，企业的利润空间被进一步压缩。

2、原材料、零部件采购价格上涨，人力成本日趋增长，企业面临极大的成本增长压力。经过几十年的发展，很多欧美企业在它们本国内的市场已经日趋成熟和饱和，它们迅速向国际市场发展和扩张。跨国经营、全球采购成为这些欧美企业新的经济增长点。它们充分的利用了发展中国家劳动力低廉，原材料便宜的特点。然而，2008年的金融海啸改变了全球的经济格局。西方发达国家经济受到了重创。发展中国家的经济日渐繁荣。金融危机后期，全球经济由单极向多极转变的趋势更加明显。发展中国家的劳动力成本迅速上升，原材料、零部件价格越来越高。

3、客户对产品需求的多样性。目前、几乎所有的企业都在高度关注和研究客户的需求并强调“以客户的需求为向导”。然而，没有多少企业真正地识

别、把握和跟踪到了不断变化的客户需求。客户需求的多样性、多变性、隐蔽性、复杂性使得人们难以驾驭。因此，从纷繁多样的客户需求中找出其中的共性和规律就显得十分重要了。马斯洛把人的需求分为五个层次。其实，客户对新产品的需求也存在着五个层次：产品需求、服务需求、体验需求、关系需求和成功需求。近年来，企业对技术成就和技术进步十分关注，在某种程度上无暇顾及客户正在在为使用产品而苦恼。零件不易装卸，操作过于复杂，零件的安装与控制没有逻辑性，金属的边缘太锋利，产品上有太多不需要的功能。

4、市场竞争越来越激烈，产品更新换代日益加剧，产品的生命周期越来越短。21 世纪以来，信息技术发展非常迅速。所有的企业都在密切关注自己所在行业的最新动态。监视竞争对手、潜在进入者的一举一动。为了赢得市场和客户的心，这些企业真是八仙过海，各显神通。市场竞争空前白日化，产品的生命周期越来越短。

5、收益在产业链上的分配严重不均匀。企业的产业链分为研发、改进、设计、制造、装配、总成、营销、物流、品牌九大环节。其中，前三个环节和后三个环节属于高收益环节，中间三个环节属于低收益环节。如果一个产品的整个产业链的收益为 9 元钱，那么前三个环节和后三个环节分别可以得到 4 元钱的收益，而中间的三个环节只能分配到 1 元钱的收益。很多跨国企业的商业模式是控制具有高收益的前三个环节和后三个环节，而将中间的三个环节外包给制造商。目前，国内也有少部分企业开始复制这种商业模式。

总之，21 世纪的今天全球经济正经历着动荡和萧条，新产品开发管理也面临着严峻的考验和挑战。

二、研究的意义

1、传承知识、分享经验、抛砖引玉。一流的欧美跨国企业大多经营年限较长。经过多年的摸索和成长，这些企业在新产品开发管理方面有其比较独到之处。然而，那些成立不久的跨国、国内企业在新产品开发管理方面还需要更多的摸索、学习和借鉴。市面上也有一些有关介绍新产品开发管理方面的书籍，但是这些书籍往往更侧重理论方面的介绍。企业在实际应用和具体操作时，往往感觉在硬件方面或软件方面有一定的差距而难以执行。本论文从实际操作的

角度，以跨国企业新产品开发管理者的亲身经历，真实而详细地介绍、研究和分析一个一流跨国企业在新产品开发管理方面所取得的成就以及存在的不足之处。希望那些正被新产品开发管理所困扰的企业通过阅读本论文能够得到一定的知识传承、经验借鉴和启发，找到它们在新产品开发管理方面的解决方案，提高自身的新产品开发管理水平。

2、引起企业对新产品开发管理的重视。收益是一个企业存活的基本保证。企业收益最大化是一个企业愿意加强管理的直接驱动力。很多企业往往非常重视那些能够产生直接经济效益的经营活动。而对那些非产生直接经济效益的经营活动不予重视，甚至有偏见。尤其是有些国内的民营企业。中国改革开放三十年来，很多国内民营企业经历了一夜暴富的神话。收益第一的观念在企业里根深蒂固。新产品开发及管理作为非产生直接经济效益的经济活动而被抛之脑后，束之高阁，更谈不上知识产权保护。2008年的金融海啸淘沙，相当一部分企业已经被无情地淘掉。在继续存活下来的企业中，有些已经开始意识到新产品开发及管理的重要性。它们也有了一定的知识产权概念。但是观念的改变并非一朝一日之事。本论文通过对新产品开发管理给企业带来收益的阐述，希望加速改变有些企业对新产品开发管理的偏见，进一步引起企业对新产品开发管理的重视。

3、给有关做企业新产品开发管理理论研究方面的学者们提供一些实证反馈。近些年来，无论是在国际上，还是在国内，有不少学者们正在从事企业新产品开发管理理论方面的研究。他们的有些研究成果也正在企业内慢慢地推广和应用。有的也给企业带来了一定的经济收益。本文笔者是一个跨国企业的新产品开发管理者，以亲身的经历来阐述、分析、研究新产品开发管理是如何进行的，以及所取得的成就和不足之处。也算是对新产品开发管理理论研究的一些实证反馈。希望它们能够从这些实证反馈中得到一些启发和灵感。

第二节 研究的内容和方法

一、研究的内容

1、对相关基础理论进行了整理、汇总和介绍。理论指导实践，实践验证理论，理论联系实践方能双赢。本论文一开始就对有关新产品开发管理方面的基

基础理论进行了整理、汇总和介绍。这样做的目的，一方面是为了便于本论文在此基础上展开论述，另一方面是让读者对有关新产品开发管理方面的基础理论有个总的认识和理解。

2、对 NICE 公司新产品开发管理现状进行研究和分析。这部分内容是本论文的重点之一。本部分通过笔者的现身说法，真实而详尽地向读者展现一个一流跨国企业是怎么定位新产品开发管理的作用以及如何通过管理新产品开发给企业带来更大的收益。最后，用 SWOT 分析法分析 NICE 公司现行的新产品开发管理的成功之处及有待加强和改进的地方。为下一部分的研究和分析埋下伏笔，做好铺垫。

3、对 NICE 公司新产品开发管理存在的问题进行研究和分析及提出相应地改善措施。这部分内容也是本论文的重点之一。是在对上一部分内容延续的基础上进行深入的探索和分析。上一部分主要阐述和分析了一个优秀的跨国企业如何具体执行新产品开发管理。这些管理方法是可以学习和复制的。一个企业可以根据实际情况来运用这些管理方法，并从中受益。而这部分重在阐述和分析 NICE 公司新产品开发管理在哪些方面需要改善以及如何改善，这样可以使其它企业避免 NICE 公司在新产品开发管理过程中曾经犯过的错误，少走弯路。

4、对 NICE 公司新产品开发管理的一个经典案例进行分析。目的在于让读者知道，NICE 公司新产品开发管理是如何在血和泪的教训中摸索出来的。NICE 公司新产品开发管理模式对其它企业具有借鉴性和针对性。让读者更深地感受到企业新产品开发管理的重要性以及如何在企业内部具体操作新产品开发管理。

本论文强调理论，重在实践，理论和实践相结合。理论是基础，实践是理论的运用。通过对相关理论基础及其现状的研究来引导出其在实践中的应用。最后，通过一个实际案例来说明新产品开发管理的重要性。

二、研究的方法

1、本论文通篇采用实证法，通过定量分析和定性分析，将一个现代一流的跨国企业的新产品开发管理模式呈现在读者眼前。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库