

# 中文摘要

隨著知識經濟時代來臨，知識成為經濟成功與否的關鍵。科技快速演變、生產力大幅提升，創造出前所未有的市場機會，包括創新產品的出現及舊有產品應用嶄新技術提升原有功能或降低成本。一個成功企業必須能掌握市場的發展趨勢，適時開發推出新產品拓展市場，才能確保企業的營運績效，以維持企業永續經營之目標。

根據 VDC 公司的估計，工業電腦去年全球的市場值至 2005 年時，市場值會到達 33 億 2 千 3 百萬美元，平均年復合成長率約為 11.1%。工業電腦產業產品的功能必須視市場顧客需求而作量身定作的服務，在此產業的特性下，新產品的開發活動亦受到來自市場面資訊及知識的影響甚鉅，而企業將市場資訊轉換成組織化、結構化知識的能力越純熟，在新產品的開發績效上表現亦較為優秀。

本研究由市場知識涉入新產品開發的角度探究市場知識對新產品開發的具體影響，研究問題如下：

1. 不同市場知識在新產品開發中涉入對於產品之影響。
2. 市場知識運作對新產品開發績效之影響。
3. 新產品發展的驅動過程不同，對市場知識需求及市場知識介入的階段所造成之影響。
4. 產品特性、應用市場不同，對市場知識引入的影響。

本研究採個案研究法，以工業電腦產業中領先廠商研華公司所開發出六項績優產品的開發過程市場知識運作方式及對新產品影響。而本研究主要結論如下：

(一) 在產品開發流程中，不同種類之市場知識導入階段不同，對於新產品開發之影響亦不同。

(二) 新產品應用市場越廣泛，越較一般標準性產品需要較廣泛之市場資訊導入。

(三) 產品技術複雜度越高，整合性越高，在產品發展階段所需時程越長，對顧客知識需求越強烈。

(四) 市場知識引入程度越高，新產品開發的績效越佳。

(五) 後續衍生性產品整合回饋之顧客意見程度越高，衍生性產品開發所需時間越短且績效較佳。