**摘要：**

企业要保持在市场长期延续的竞争力，需要推陈出新不断面向客户提供最新的产品和服务。尤其在当今以用户为中心的“买方”市场决定需求的时代，移动互联网打破了传统的营销模式和传统渠道，消费者不再是被动的产品接收者，市场不再是“卖方“时代主宰的市场。当前市场的典型特征是产品过剩，消费升级，需求呈现多样化和个性化，产品渠道呈现更多的碎片化。企业的生产经营活动核心是为消费者提供产品和服务，从而获取剩余价值。获取剩余价值是目的，营销是一种获取价值的手段，而产品便是整个经营活动的载体。这个载体一方面需要满足客户的需求，另外一方面需要满足企业盈利的需求，所以企业的新产品开发在企业经营活动中占据至关重要的地位。

新产品需要不断推层出新，尤其处在消费升级的新时代，产品生命周期再不断缩短，企业要保持竞争力，就更加需要应用大数据来进行新产品设计、开发辅助决策，传统的新产品开发决策模式会产生变化。

以A公司为例，进行案例分析，介绍A公司在新产品开发过程中，以大数据分析结果为依据所做的决策，从决策制定、到决策创新到决策执行落地分别进行详细阐述。通过案例介绍探明大数据决策对新产品开发决策制定产生的影响。大数据时代，大数据为新产品开发决策制定提供了一种全新的理论方法和实施路径。

**关键词：**大数据 新产品开发 SMART原则 BAFF理论 HOQ需求管理

**第一章 绪论**

**选题来源：**

1、企业竞争不断激励，产品生命周期不断缩短，对企业经营决策的实效性和质量性要求不断提升。企业需要不断的在新产品开发上进行突破，才能保证企业经营的活力和动力。

2、传统的新产品开发数据收集难、决策周期长，在过去那个“蛮荒时代”还能适应市场，且当时的市场是B2C的市场，是卖房市场，是PUSH的形势。而如今在消费升级的驱使下，消费者有很多的产品选择，有很多的信息渠道获取信息，信息不对称情况一去不复返。档期的市场是C2B的市场，是以客户为中心的市场，产品的开发需要基于用户的需求进行开发，用户的需求是什么，需求来源在哪里等等，当前的环境需要企业新产品开发时候做精细化的分析，只有通过大数据的手段进行精细化、数字化的运营，新产品开发的时间效率、经济效益才能得到最大化的体现，才能对企业经营发展起到重要的作用。

3、“大数据时代”，大数据的趋势。国内外把大数据当成国家战略，国家如此，企业经营亦是如此。企业应该审时度势，数据是资源，大数据其实是手段和工具，各个国家或者企业应用大数据取得的一些成果或者个行业专家学者对于大数据方面有关技术和商业的预测。大数据相关的市场规模反过来可以看出企业对于大数据的重视。

4、再次点题，新产品开发需要经历的几个阶段，在传统技术环境下，数据的采集、分析、共享都有很大的障碍，企业需要花费大量的精力、时间、财力来做决策。而一旦内容的不精确或者决策内容的问题都会影响新产品开发。企业的新产品开发决策也需要不断试错，以达到新产品开发决策的最优化。移动互联网、智能终端、物联网、大数据、云计算的新型数字化环境下，信息爆炸的时代。在新产品开发的决策者周围有海量的数据，来自于各个渠道和维度。另外再大数据时代，环境也在不断发生变化。因此依靠传统的决策方法和手段进行新产品开发显然是不合时宜的，不能适应新形势下企业经营、企业新产品开发的需要。另外传统的新产品开发决策不具有延续性和历史可追溯性，相关的决策没有进行数字化和结构化。导致决策前无依据，决策中无数据，决策后无评估对比。什么样的决策应用了什么要素和因子，决策成果或者失败，是因为其中的某一个或多个，又或者是其他外部因素导致的，无从分析，没有任何基础。因此在大数据时代，企业要如何快速、准确地作出最有决策，对于任何一个企业新产品开发都至关重要。

5、本论文中A公司是一家传统家电制造厂商，A公司成立时间较早，有着辉煌的历史。在早年曾经是中国的彩电大王，在中国的彩色电视市场独占鳌头。但是随着互联网时代的到来，一些新兴公司如小米，在这个领域对A公司的市场进行一定程度的掠夺，A公司的市场地位也在逐年下降。最近A公司也在进行一轮新的数字化转型的改革，其中数字化产品开发与运营是其中一个重点。本论文以A公司为例，进行详细的案例阐述，讲述A公司在大数据时代，如何利用大数据手段快速、准确的进行新产品开发决策，大数据分析决策过程中决策者如何从现有的管理流程中进行管理创新…………

“随着我国社会主义市场经济的发展和市场需求的日益增加,各种新产品的研制开发显得愈来愈重要。来自国外的资料表明:未来五年中,企业利润的31％将来自新产品。新产品开发既有利于企业改进技术和竞争能力的提高,也有利于满足消费者日益增长的物质需求。因此,积极开发新产品不仅对企业、对地区以至整个国民经济的发展都有着极其重要的意义。在当今激烈竞争的市场环境下,不开发新产品的企业要冒被淘汰的风险。同时,新产品开发也具有较大的风险,国外一项研究报告指出:新产品的失败率中消费品占40％,工业品为20％,服务业为18％。新产品失败的原因固然很多,但其中最重要和最主要的一个原因就是新产品开发决策失误。为了更好地预测新产品开发的实际效果,减少新产品开发的盲目性和低效性,降低开发风险,考虑到新产品开发的多因素制约和以往新产品开发决策随机性较大,准确度较低的客观现实,在新产品开发决策中,变经验主导型为科学主导型。”

**研究意义**

“数据化”为特征的信息技术将人们引入互联网 大数据的时代，在大数据时代企业的决策将越来越依赖海量数据的采集、挖掘和分析，大数据已经作为企业竞争的重要生产要素。与传统的新产品开发决策手段相比，大数据具有

**理论意义**

基于SMART原则的新产品开发决策，SMART理论

**现实意义**

移动互联网、大数据对我们日常生活的改变，渗透到方方面面。不仅仅改变了我们原有的工作生活模式，也改变了我们的思维模式。越来越多的企业希望通过大数据来解决企业发展的一些问题。大数据通过大量的碎片化信息数据筛选，分析、总结归纳企业需要的资源，帮助企业做处最正确的新产品开发决策。大数据给企业制定新产品开发决策带来了什么……同时还可以帮助企业获取更多的海量信息，掌握用户需求和偏好，为客户提供个性化和差异化的产品服务。

企业的资源是有限的，企业不可能去尝试开发无限多的产品和型号去满足消费者需求，当下企业更需要的找准用户需求和细分市场，在区域性市场或者细分的小市场打造精品爆款，实现“垄断式”营销。

未来企业要在激烈的竞争环境中取胜，必然需要及时准确的制定出新产品开发决策。那么大数据时代，大数据为企业制定新产品开发决策提供了一种全新的理论方法。

**研究思路、方法与研究内容**

**研究思路**

本论文研究思路是以A 公司作为研究的主体对象，通过对于公司内部的基本资料和采访调研的方式获得第一手研究资料，在这些资料的基础上，运用新产品开发、决策管理和大数据分析的相关理论知识进行综合分析，通过介绍A公司的新产品开发决策制定过程，分析大数据对企业新产品开发决策的影响，最后得出结论。本文采用理论与实际结合，以案例分析为主的方式，探讨A公司新产品开发过程中大数据对其决策制定的影响。

**研究方法**

本文主要采用文献查阅法、案例定性分析和归纳法来完成整个研究过程。

1、文献查阅法，大量的查阅大数据、新产品开发、Smart相关的著作和学术期刊等论文进行理论协助

2、案例定性分析，为了使论文充分的理论结合实际，通过调查、分析和访谈方式进行一首资料的研究，采用A公司基于大数据分析所做的新产品开发决策的实际案例，进行案例分析，探明大数据对于新产品开发决策的影响过程。

3、归纳法，在论文理论知识和公司实际实际分析过程中进行必不可少的归纳法则。

**研究内容**

1、第一章 绪论

2、第二章 文献综述

3、第三章 A公司概况和传统新产品开发决策

4、第四章 A公司基于大数据分析的新产品开发决策

5、第五章 大数据对于新产品开发决策的影响

6、第六章 结束语

**第二章 文献综述**

大数据定义及特征

大数据概念

大数据特征

新产品开发相关文献

新产品定义

新产品开发战略

新产品开发流程

SMART原则理论

具体的SMART理论

**第三章 A公司介绍和传统新产品开发决策**

A公司概况

传统新产品开发决策介绍

传统家电产品新产品开发分析

传统家电行业新产品开发分析

新型消费品行业新产品开发趋势（决策狗的几个案例-哈尔斯）

**第四章 A公司基于大数据分析的新产品开发决策（A公司的实际案例来说，从传统到新的大数据决策的改变）**

基于大数据环境的决策创新的数据基础（数据多了，采集容易了，……）

基于大数据分析对原有决策的改进（决策点和决策因素的改进）

基于大数据分析的决策过程和执行（对企业的决策过程的改进是什么，传统决策流程到新的决策流程）

**第五章 大数据分析对新产品开发决策的影响**

大数据分析对新产品开发决策流程的影响

大数据分析对新产品开发决策要素的影响（生产力与生产关系的说明，大数据是新的生产力，数据是新的生产关系……）

大数据分析对新产品开发决策主体的影响

**第六章 结束语**

新产品开发再企业经营管理的重要性

对本论文的总结，写作过程

本论文对企业经营中的新产品开发的理论和实际的指导意义

尽管付出了很多努力，但是由于体系还不够系统 知识面不够宽 还有很多不足之处。所以我们还要继续研究大数据、继续研究物联网 云计算 以及 新兴技术对新产品开发额影响，对企业经营的影响。

**参考文献（25-30处左右的引用-书籍、文献、论文引用，正文需要做标注）**

新产品开发管理

商战

冲突

……

论文1

论文2……

国外论文

**致谢**

简单回忆在学校的生活，边工作边学习的感慨，对自己很骄傲

光阴荏苒，感觉就像昨天才拿了通知书，转眼已在科大学习了3年之久。

回顾论文写作过程

感谢论文的指导老师

感谢其他老师

感谢同学

感谢我的家人

最后由衷感谢百忙之中抽出时间参与论文评审的各位老师……

我的研究生生活有了你们而变得精彩，未来我将在实际工作中应用研究生阶段所学，将理论用于实际，提升自己专业能力，为企业 社会 国家作出应有贡献。

今天我为科大自傲，明天科大为我骄傲

**附录**

**一、某商场月度营销总结**

**二、新产品开发试销报告**

**三、调研走访报告**