

01	A	B	C	D	E
02	A	B	C	D	E
03	A	B	C	D	E
04	A	B	C	D	E
05	A	B	C	D	E
06	A	B	C	D	E
07	A	B	C	D	E
08	A	B	C	D	E
09	A	B	C	D	E
10	A	B	C	D	E
11	A	B	C	D	E
12	A	B	C	D	E
13	A	B	C	D	E

14	A	B	C	D	E
15	A	B	C	D	E
16	A	B	C	D	E
17	A	B	C	D	E
18	A	B	C	D	E
19	A	B	C	D	E
20	A	B	C	D	E
21	A	B	C	D	E
22	A	B	C	D	E
23	A	B	C	D	E
24	A	B	C	D	E
25	A	B	C	D	E
26	A	B	C	D	E

27	A	B	C	D	E
28	A	B	C	D	E
29	A	B	C	D	E
30	A	B	C	D	E
31	A	B	C	D	E
32	A	B	C	D	E
33	A	B	C	D	E
34	A	B	C	D	E
35	A	B	C	D	E
36	A	B	C	D	E
37	A	B	C	D	E
38	A	B	C	D	E
39	A	B	C	D	E

PRACTICE QUESTIONS

Product Development and Management Association (PDMA)

NPDPC

New Product Development Professional Certification
(Chinese)

EDITION

Demo

QUESTIONS

9

ISSUED

September 3, 2026

Before you begin

What this is

9 practice questions for Product Development and Management Association (PDMA) NPDPC , each with its answer key and an explanation. Answer a question before you read its key — the explanation is worth more once you have committed.

If something looks wrong

Send us three things and we will check it:

- the exam code, NPDPC
- the question number
- the email address on your order

Write to **support@mometrix.net**. We reply within one business day.

Licence

This file is licensed to one person. Sharing or republishing it, in whole or in part, ends that licence.

QUESTION 1 SINGLE CHOICE

在Stage-Gate模型中，每个关口（Gate）的主要功能是什么？

- ☐ A 完成具体的产品设计任务
- ☒ B 对项目进行阶段性评审，决定继续、终止或调整
- ☐ C 进行产品的市场推广活动
- ☐ D 收集客户的售后与售后反馈

ANSWER B

WHY Stage-Gate模型中的Gate（关口）是阶段性的评审点，其核心功能是对前一阶段的工作进行评估，并基于评估结果决定项目是继续推进、进行调整（重新立项）还是终止。它本身并不执行具体的设计、推广或售后任务，因此A、C、D都不正确。

QUESTION 2 SINGLE CHOICE

在新产品组合管理中，波士顿咨询集团（BCG）矩阵使用哪两个维度来对业务或产品进行分类？

- ☒ A 市场份额与市场增长率
- ☐ B 竞争对手数量与价格水平
- ☐ C 研发投入与销售利润率
- ☐ D 客户满意度与品牌知名度

ANSWER A

WHY BCG矩阵的两个核心维度是相对市场份额和市场增长率，据此将业务划分为明星、问题、现金牛和瘦狗四类。B、C、D中提到的指标并非BCG矩阵的标准维度。

QUESTION 3 SINGLE CHOICE

在制定新产品的市场上市计划 (Launch Plan) 时, 营销组合 (Marketing Mix, 4P) 通常指以下哪四项?

- ☒ **A 产品 (Product)、价格 (Price)、渠道 (Place)、促销 (Promotion)**
- ☐ B 计划 (Plan)、人员 (People)、流程 (Process)、物理证据 (Physical Evidence)
- ☐ C 定位 (Positioning)、品牌 (Brand)、客户 (Customer)、利润 (Profit)
- ☐ D 调研 (Research)、开发 (Development)、测试 (Test)、发布 (Release)

ANSWER A

WHY 经典的营销组合4P由产品、价格、渠道和促销构成, 这是制定上市营销策略的基本框架。B项是服务营销的扩展7P中的部分要素; C、D均不是标准的4P组成。

QUESTION 4 SINGLE CHOICE

在新产品开发项目中, 采用跨职能团队 (Cross-functional Team) 模式的主要优势是什么?

- ☐ A 减少团队成员之间的沟通时间
- ☐ B 避免不同部门之间的责任划分
- ☒ **C 整合多领域知识与视角, 加速决策与问题解决**
- ☐ D 让每位成员只需专注自己专业领域的工作

ANSWER C

WHY 跨职能团队的核心价值在于汇集市场、研发、生产、财务等多领域的专业知识和视角, 从而提高决策质量并加速问题解决。A、B、D的表述与跨职能团队的初衷相悖: 跨职能团队反而需要更多的沟通协调, 需要明确共同责任, 并且要求成员理解其他领域的知识。

QUESTION 5 SINGLE CHOICE

下列哪一项指标用于衡量一个新产品项目在整个生命周期内所能产生的净现金流现值的总和？

- ☐ A 投资回报率 (ROI)
- ☒ B 净现值 (NPV)
- ☐ C 内部收益率 (IRR)
- ☐ D 投资回收期 (Payback Period)

ANSWER B

WHY 净现值 (NPV) 是项目生命周期内各期净现金流折现到投资起点的现值之和，是衡量项目整体盈利能力的核心指标。ROI反映的是投资回报的比例；IRR是使NPV为零的折现率；投资回收期反映的是收回初始投资所需的时间，均不符合题意。

QUESTION 6 SINGLE CHOICE

在新产品上市后，跟踪其市场表现时常用的指标是下列哪一项？

- ☐ A 现金流量表的负债总额
- ☐ B 损益表中的营业成本率
- ☒ C 上市后销售额、利润份额与客户采用率
- ☐ D 资产负债表中固定资产的折旧年限

ANSWER C

WHY 新产品上市后的市场表现通常通过销售额、利润份额、客户采用率 (penetration) 等市场指标来衡量。A、B、D属于企业一般财务会计科目，不能直接反映新产品的市场表现。

QUESTION 7 SINGLE CHOICE

在Stage-Gate流程中，第二个关口（Gate 2）通常被称为什么关口？

- ☐ A 创意筛选关口（Idea Screening）
- ☒ B 概念开发关口（Concept Development）
- ☐ C 业务分析关口（Business Analysis）
- ☐ D 测试与验证关口（Testing & Validation）

ANSWER B

WHY 在典型的Stage-Gate模型中，Gate 1是创意筛选，Gate 2是概念开发（决定是否进入下一阶段进行更深入的商业分析），Gate 3是业务分析关口。A、C、D分别对应不同的关口编号，不符合Gate 2的通常定位。

QUESTION 8 SINGLE CHOICE

根据产品生命周期理论，当产品进入成熟期（Maturity Stage）时，企业通常应采取的关键策略是什么？

- ☐ A 大量投入研发以创造全新产品类别
- ☒ B 聚焦差异化、市场细分与流程优化以维持市场份额和利润
- ☐ C 立即将产品从市场上撤出
- ☐ D 停止所有营销和广告活动

ANSWER B

WHY 成熟期产品的销售增长放缓、竞争激烈，企业应通过差异化、市场细分、产品改良和流程效率优化来延长生命周期并保持盈利能力。A是导入期/成长期的策略；C和D是衰退期才考虑的做法，均不适用于成熟期。

QUESTION 9

SINGLE CHOICE

在GE/McKinsey多因素业务组合矩阵中，对业务单元或产品进行评估时使用的两个维度分别是：

- ☐ A 市场增长率和相对市场份额
- ☒ B 行业吸引力和竞争地位（业务实力）
- ☐ C 产品创新度和技术成熟度
- ☐ D 销售收入和利润率

ANSWER B

WHY GE/McKinsey矩阵使用“行业吸引力（industry attractiveness）”和“业务实力/竞争地位（business strength/competitive position）”两个维度，每个维度由多个子因素综合评分得出，因此用更全面的多变量分析取代了BCG矩阵单一的市场份额指标。选项A是BCG矩阵的维度，选项C和D不属于该矩阵的标准评估框架。