

敢求新 精品質 好口碑 高盈利 運轉快
 品 藍 小 效 敢求新 團 藍 小 報
 制 中 品 精 品 質 制 中 品 精 品 質
 機 藍 小 效 好 口 碑 機 藍 小 效 好 口 碑
 力 藍 小 效 高 盈 利 力 藍 小 效 高 盈 利
 潛 運 轉 快 低 成 本 牌 運 轉 快

创新是富国强企之本

小公司 创新升级16法

XIAOGONGSI

杨雯靖◎著

chuangxinshengji16fa

过去的失败是因为没有人告诉你该怎么去做
未来的成功是因为这本书给了你方法与方向

注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質 好口碑 高盈利 運轉快
 注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質 好口碑 高盈利 運轉快
 注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質 好口碑 高盈利 運轉快
 注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質 好口碑 高盈利 運轉快

注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質
 導 領 維 思 級 升 代
 來 未 好 信 得 實 上 天 贏 新 發 展 多 兼 藍 小 報
 利 潤 效 率 品 報 代 換 牌 品 報 維 中 品 效
 注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質
 代 來 未 好 信 得 實 上 天 贏 新 發 展 多 兼 藍 小 報
 利 潤 效 換 牌 品 報 維 中 品 效
 注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質
 代 來 未 好 信 得 實 上 天 贏 新 發 展 多 兼 藍 小 報
 利 潤 效 換 牌 品 報 維 中 品 效
 注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質
 代 來 未 好 信 得 實 上 天 贏 新 發 展 多 兼 藍 小 報
 利 潤 效 換 牌 品 報 維 中 品 效
 注精神 挖潜能 新机制 抱成团 新观念 敢求新 精品質
 代 來 未 好 信 得 實 上 天 贏 新 發 展 多 兼 藍 小 報
 利 潤 效 換 牌 品 報 維 中 品 效

中国言实出版社

小公司

杨雯婧◎著

创新升级16法

创业者一定要静下心来，真正在创新上面下功夫，并做得扎实一点，而不是~~一味~~去追逐所谓的热点跟风。千万不要~~妄言~~一来就做大而全的生意。试问，你没有品牌、没有~~很强的团队~~、没有很高的科技门槛，怎么可能成功？创业开始，一定要~~找到~~一个价值点，这个价值点越小越好，越~~清晰~~越好，而不是越大越全越好。

中国言实出版社

图书在版编目(CIP)数据

小公司创新升级 16 法 / 杨雯静 著. — 北京: 中国言实出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5171-0049-2

I. ①小… II. ①杨… III. ①公司-企业管理-创新管理-研究-中国 IV. ①F279.246

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 310349 号

责任编辑 郭江妮

出版发行 中国言实出版社

地 址: 北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮 编: 100101

电 话: 64924716 (发行部) 64924735 (邮 购)

64928661 (总编室) 64914138 (一编部)

网 址: www.zgyscbs.cn

E-mail: zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 北京晨旭印刷厂

版 次 2013 年 2 月第 1 版 2013 年 2 月第 1 次印刷

规 格 880 毫米×1230 毫米 1/32 15 印张

字 数 260 千字

定 价 32.00 元 ISBN 978-7-5171-0049-2

前 言

领袖和跟风者的区别就在于创新。

活着就是为了改变世界，难道还有其他原因吗？

你的时间有限，所以不要为别人而活。不要被教条所限，不要活在别人的观念里。

——苹果公司创始人史蒂夫·乔布斯（Steve Jobs 1955-2011）

“覆巢之下焉有完卵”，在全球经济依旧处在动荡期之时，中国本土经济早在金融危机爆发之后就传来阵阵寒意。“出口乏力、内需不振、高通胀率”就成为了压在中国企业头顶的三座大山。就在当前严峻的本土市场经济形势面前，

近几年来发展速度的较快的民营企业更是遇到严重的发展危机。

真正让中小企业遭遇发展危机的并不是本土市场经济的影响，而是公司缺乏创新优化精神：我们缺乏的不是精辟的管理理论，而是创新致胜的新式思维；我们缺乏的不是资金与政策力度，而是创新型人才，尤其是符合中国本土市场特性的创新型人才；我们缺乏的不是市场购买力，而是科技含量高、领先世界水平的高端产品，模仿和跟风只会让民营企业加速“死亡”。

全国工商联发布的《2011—2012年中国民营经济分析报告》显示，截止2011年第三季度，全国登记注册的私营企业已超过900万家，注册资金总额接近25万亿元。可以说，民营企业已经成为中国市场上的一只新生力军，而肩头承担着社会职责的民营企业老板们就必须明白：“不创新就会落后，落后就会走向毁灭”。因为这是一个被乔布斯、比尔·盖茨、马云这样的超级公司老板所主导的时代，是一个创新为王的时代，公司需要为时代的发展去创新新技术，反过来新技术又为公司做大做强带来巨大的推动力。所以，当前的中国的民营企业应该把大部分的精力用在创新上，把大部分的资金投入到新技术、新产品的研发上，坚决摒弃旧理念、旧技术、旧产品。

创新，本身就是一件很艰难的重任，尤其是在中国市场上创新。所以公司老板们在创新之时，一定要清楚做人做事

的方法，根据中国式公司的特征以及人员的工作文化精神，结合中国传统的为人处世之法，针对每一个具体问题对症下药，才能让公司在创新之路上越走越稳、越走越快。

本书在写作的过程中紧贴中国本土市场的发展情况，以中国人的阅读方式巧妙地阐释公司创新管理之道，十六个创新法则，近三百条创新智慧，雅俗共赏，既是一本创新智慧宝典，也是一本公司老板们急需的创新优化管理手册，使得为每一个正在迷茫与困惑的公司老板们，都能通过阅读本书找到自己公司的创优发展之道。

小公司 创新升级

XIAOGONGSI
CHUANGXIN SHENGJI



法

小公司创新升级法

目 录

第一法则 简化思维，创新为王

——先进的创新思维让小公司在微利时代顺利突围

NO.1 先进的创新思维让小公司快速崛起	2
NO.2 创新就是不走“跟风路”	3
NO.3 创新优化成就公司的“蓝海梦”	5
NO.4 创新从抛弃旧思维开始	6
NO.5 向“创新之王”乔布斯学习	8
NO.6 模仿是公司创新之路上的“拦路虎”	9
NO.7 创新不能有投机思维	11
NO.8 自主创新，方能领先	13
NO.9 比别人更谨慎，比别人更大胆	15
NO.10 对市场的理解更重要	16
NO.11 创新就是要不拘常规	17

NO.12 发散思维是创新成功的开始	19
NO.13 打出和别人不一样的牌	20
NO.14 创新必须要有“速度”	22
NO.15 创新不是一个部门的事情	23
NO.16 创新是拯救公司的一道“免死金牌”	25
NO.17 问题是创新的源头	26
NO.18 理性思维不能完全主宰世界	27
NO.19 观念也需经常换换血	29
NO.20 创新就是创造未来	30

第二法则 研发精品，品质制胜

——积极研发优质新型产品才会让小公司做大做强

NO.1 优质新型产品让中小公司成功战胜大公司	34
NO.2 创新必须讲求品质	35
NO.3 不断质疑现有的产品方案	37
NO.4 研发新产品切忌“闭门造车”	38
NO.5 创造独一无二的产品	39
NO.6 产品战略决定产品推广版图	41
NO.7 越简单易用的产品越好卖	42
NO.8 正确选择公司的拳头产品	43
NO.9 时刻密切关注竞争对手	45
NO.10 尽最大努力增强公司研发实力	46

NO.11 不切实际的做法就是自杀行为	48
NO.12 创新产品需要激动人心的概念	49
NO.13 推出前瞻性的产品	50
NO.14 质量就是产品的生命	51
NO.15 不要轻易放弃老产品	53
NO.16 没实力研发就合作创新	54

第三法则 汇聚科技，创新技术

——引领潮流的生产技术使小公司成为行业未来之星

NO.1 引领潮流的生产技术就是第一竞争力	58
NO.2 绝不追求一般水平	59
NO.3 变革产品的生产技术流程	60
NO.4 科技是提高生产技术的捷径	62
NO.5 发展高新技术，生产更多优秀产品	63
NO.6 优秀的技术都是由优秀的人才创造出来的	64
NO.7 不搞花架子，根据用户需求去创新	65
NO.8 手有金刚钻，揽得瓷器活	67
NO.9 创新技术必须把握市场发展趋势	68
NO.10 主动创新才能稳坐钓鱼台	70
NO.11 创新技术，环保节能要先行	71
NO.12 寻找“贵人”：借助对方的长处弥补自己的短处	72
NO.13 必须对当前技术发展趋势了如指掌	74

NO.14 在技术创新上一定不能“吝啬”	76
NO.15 技术创新，追求无极限	77
NO.16 技术创新需要胆量	79
NO.17 拥有比竞争对手更强的学习力	80
NO.18 制造技术需求	81
NO.19 物流水平与产品技术水平同等重要	83
NO.20 技术进步绝不等同于技术创新	84

第四法则 优化服务，积极创新

——一流的服务让小公司在激烈的竞争中脱颖而出

NO.1 服务创新，提升品质	88
NO.2 特色是服务创新的关键	89
NO.3 一定要把份内的服务做精	91
NO.4 向优秀的同行学习	93
NO.5 提升服务质量更要讲信誉	94
NO.6 创新服务、做好服务要不惜一切代价	96
NO.7 做好创新很重要，发自内心的去尊重客户更重要	98
NO.8 挖掘客户潜意识里的服务需求	99
NO.9 服务环境优良，服务措施便利	101
NO.10 谁更有责任心，谁就更胜一筹	102
NO.11 第一次就把服务做到位	104
NO.12 追求尽善尽美，把服务做到完美	105

NO.13 服务客户需要务实精神	107
NO.14 步子慢一点，才能少栽跟头	109
NO.15 创新服务必须心无旁骛	111
NO.16 服务创新，精益求精	112
NO.17 永远都管用的“微笑服务”	114
NO.18 不同的客户，同样的服务态度	115

第五法则 增强专业，开发市场

——超强的专业性让小公司迅速成长为行业中的标杆企业

NO.1 超强的专业性让公司做大做强	118
NO.2 拖沓的坏习惯让专业化道路越走越窄	119
NO.3 盲目多元化创新发展肢解公司优势	121
NO.4 强烈的“精品”意识	122
NO.5 良好的创新专业化保障机制是关键	124
NO.6 一招鲜吃遍天	125
NO.7 要“稳”还要更“快”	127
NO.8 创新专业化要懂得取舍	128
NO.9 创新专业化必须要追求高度	129
NO.10 专业专注才有竞争力	131
NO.11 专业化不是复杂化	132
NO.12 创新专业化的基础是管理专业化	134
NO.13 生产最完美的产品	135

NO.14 创新专业化必须放弃自卑心理	136
NO.15 应该谨慎行事	138
NO.16 用专业的心做专业的事	139
NO.17 以服务精神走创新专业化之路	140
NO.18 创新专业化必须细致入微	142

第六法则 创新品牌，扩大价值

——高价值的品牌影响力是小公司做大做强的最大推动力

NO.1 小公司必须要做好品牌	146
NO.2 “谭木匠”的品牌创新之道	147
NO.3 做品牌不等于做广告	149
NO.4 保障品牌的核心价值	150
NO.5 从商标注册看品牌的潜在价值	152
NO.6 要有好的商标更要加大宣传力度	153
NO.7 必须要注意保护品牌商标	154
NO.8 创新品牌就要对品牌有明确的认识	156
NO.9 品牌创新一定要有清晰的目标	157
NO.10 做好品牌定位，才能让品牌更闪亮	158
NO.11 名字响品牌才会更响	159
NO.12 在品牌接触点上赢得消费者的青睐	161
NO.13 品牌创新需要适时进行品牌战略延伸	162
NO.14 懂得维护自己的品牌权益	164

NO.15 小公司最容易忽视的品牌保护行为	165
NO.16 小公司的品牌创新要更有特色	167
NO.17 品牌创新要注重品牌文化建设	168
NO.18 小公司应该坚决斩断多品牌发展的“奢望”	170
NO.19 具备品牌创新的“四好”条件	171
NO.20 品牌创新建立在持久信任的基础上	173

第七法则 减控成本，赢得利润

——低成本策略是小公司创新发展的最锋利武器

NO.1 低成本战略让公司掌握创新主动权	176
NO.2 成本分析必须“追根究底”	177
NO.3 掌控成本必须减少公司的内部浪费	179
NO.4 低成本都是“抠”出来的	180
NO.5 专门的督导组让公司经营成本更低	182
NO.6 减控成本就要做好细节	183
NO.7 减控成本从办公室开始	185
NO.8 差旅费应该能少就少	186
NO.9 做一个懂得节约之道的老板	188
NO.10 不是多卖，就是降低管理费用	189
NO.11 低成本领先策略为公司“挤”出更多的利润	190
NO.12 用创新的方式去消除库存和收回账款	192
NO.13 减控成本千万不能选择逃税	193

NO.14 精细化发展之路	195
NO.15 用人不当会导致成本增加	196
NO.16 有钱不用就是一种浪费	198
NO.17 减少浪费是每一个人的分内之事	199
NO.18 控制成本费用率，有效降低经营成本	201

第八法则 追求创新，效率为先

——高效率能够让小公司在短时期内走出创业困境

NO.1 提升效率才会快速走出创业艰难期	204
NO.2 戒除拖沓的坏习惯	205
NO.3 找出“隐藏的时间”	206
NO.4 别为公司贴上“穷忙”的标签	208
NO.5 “集体焦虑症”让创新效率低下	209
NO.6 良好的工作环境带来高效率	211
NO.7 一定要把精力集中在重要问题上	212
NO.8 工作效率低下的员工更需要激励与肯定	214
NO.9 把“心动”变为“行动”	215
NO.10 向高效能人士学习	217
NO.11 做一个会掌控时间的老板	218
NO.12 用真诚提炼出凝聚力，在凝聚中催生出效率	220
NO.13 高效率建立在公平公正的基础上	222
NO.14 别把效率都浪费在会议上	223

NO.15 要有效率，就要马上进行改变	225
NO.16 积极的心态催生出高效率	226
NO.17 日事日清的好习惯	228
NO.18 高效复命，一分钟也不要拖延	229

第九法则 提炼文化，追求创新

——独特的企业文化让小公司在创新的道路上越走越远

NO.1 先进的企业文化是公司创新的最大推动力	232
NO.2 正确的价值观塑造公司文化之“魂”	233
NO.3 “以人为本”的创新发展理念	234
NO.4 仅仅“做完”还不够，而是要竭尽全力	236
NO.5 一流的创新文化，培养出一流的创新人才	237
NO.6 特色文化是公司创新的原动力	238
NO.7 重视快乐文化的营建	240
NO.8 家族文化烙印并不是没有优势	242
NO.9 传递温暖，点燃创新激情	243
NO.10 方太的文化品位	245
NO.11 企业文化应该具有普世的价值观	247
NO.12 联想创建新型企业文化	248
NO.13 拒绝灰色文化和文化分裂	250
NO.14 华为的创新文化建设	252
NO.15 海尔的服务型企业文化	253

NO.16 发挥企业文化的激励作用	255
NO.17 格力的创新文化：创新，永不止步	256
NO.18 中兴通讯：技术创新是文化创新的核心	258

第十法则 改变心态，创新超越

——良好的心态是小公司坚持创新的原动力

NO.1 良好的心态是公司创新的“基石”	262
NO.2 争取做一名快乐的创新领袖	263
NO.3 自卑是创新失败者的名片	265
NO.4 走进不抱怨的世界，成为“阳光员工”	267
NO.5 驾驭不了自己的消极情绪	268
NO.6 不要犯杞人忧天的错误	270
NO.7 骄傲自大害死人	271
NO.8 相互猜疑是内耗的祸根，更是创新的绊脚石	273
NO.9 恐惧心态要不得	274
NO.10 平庸就是一种失败	276
NO.11 嫉妒心理是大敌	278
NO.12 培养主人翁心态，把创新当作事业	279
NO.13 要有干好每一件事情的耐心	280
NO.14 乐观源于自我肯定	282
NO.15 绝不自我设限	283
NO.16 空想终是“海市蜃楼”	285