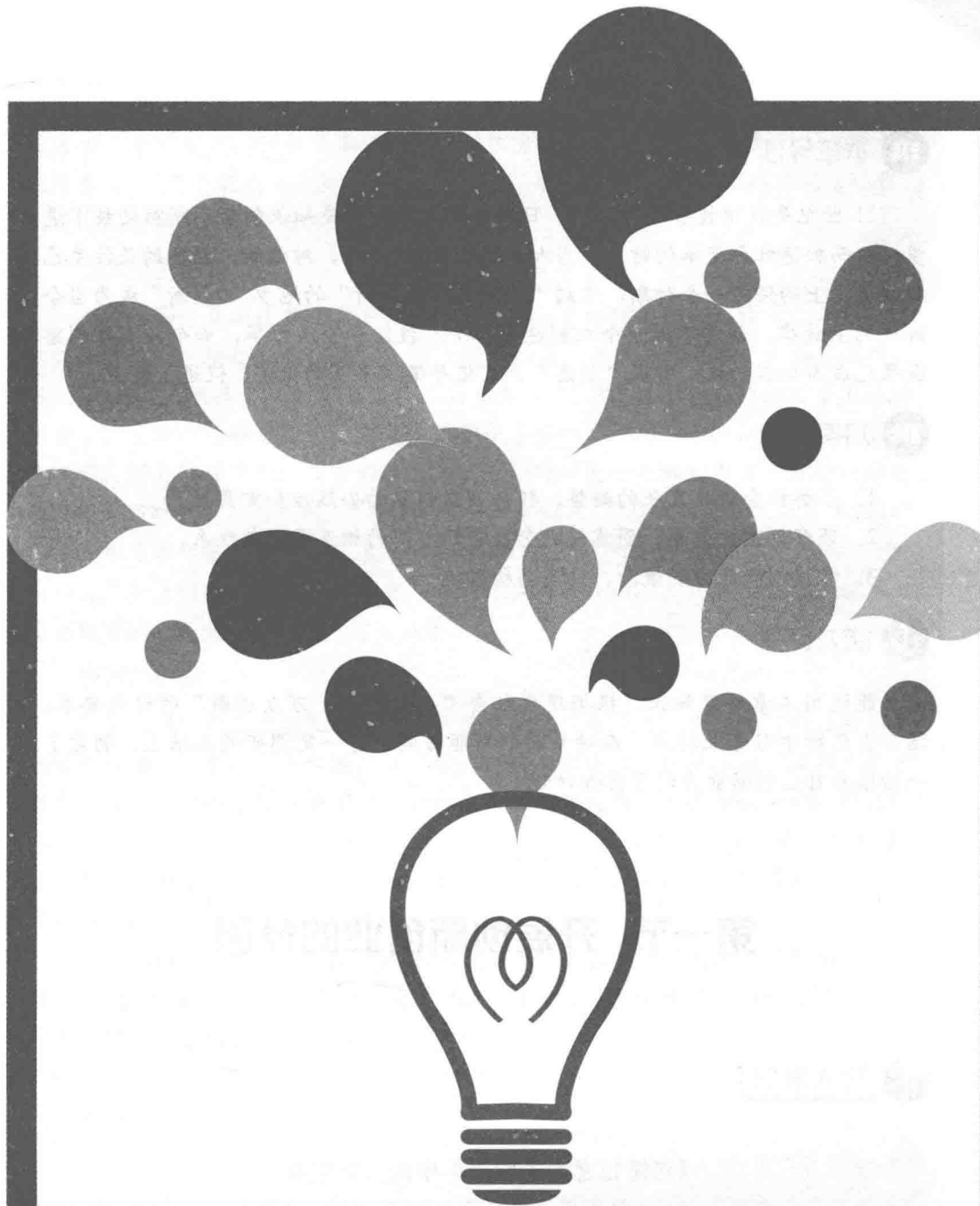




第一章 绪论



本章导读

21 世纪是科学技术突飞猛进、日新月异的时代,是知识创新不断推动技术进步,从而加速社会变革的时代。当人类进入 21 世纪后,对创新、创意的关注度已超过历史上的任何一个时期,达到“天下无人不创新”的地步。“创新”成为当今时代的主旋律。创意本源于个人创造力、个人技能和个人才华,如今,有些创意成果已成为知识产权,形成“创意”产业化并带来丰富的价值,促进了就业。



知识目标

1. 了解社会时代发展的趋势,领会创新创业的必然性和重要性。
2. 理解创造、创新、创意的概念及它们之间的相互区别与联系。
3. 掌握创新能力的概念、分类与构成。



能力目标

能运用本章所学知识,根据现代社会“大众创业、万众创新”的时代要求,结合自己所学习专业特点,在对目前创新能力成果有一定调研的基础上,制定了一份培养自己创新能力的可行性计划。

第一节 开展创新创业的原因



导入案例

《西游记之大圣归来》中的大胆创新

2015 年,《西游记之大圣归来》拿下了超过 10 亿元的票房,成为本类电影中无可争议的第一名,且在 2015 年国产电影票房排行榜中位列第 6 位,这也是数十年来绝无仅有的。这只猴子到底有什么神通,超越七十二变,给我们如此大的惊喜呢?

剧情的创新

《西游记》的故事家喻户晓,齐天大圣孙悟空的冒险故事无人不知。名著中的孙大圣,着墨最多的是他崇尚自由和叛逆的性格。从鏖战群神到大闹天宫,无不彰显着他的个性。初期他和唐僧的关系也并不好,正因为其根深蒂固的本性,才

被安上了个紧箍咒。他虽然本领非凡，但像个长不大的孩子，需要别人的指引。在这方面，《西游记之大圣归来》给了观众另一种解读。孙大圣不再是顽劣的猴，而是有人性的人，是中国的超级英雄。

孙大圣的创新

这次人物形象的改变是多方面的，孙大圣彻底摆脱了以往的脸谱化。要知道仅仅在动漫上，孙大圣就已经有了19个荧幕形象，但是仔细观察，大都具有相似性。《西游记之大圣归来》有了一张“刘翔脸”，同样意味着我们的孙大圣要脱胎换骨了。导演田晓鹏曾在专访中说，他尝试了各种风格的孙大圣，最终敲定了这个造型，因为这就是他心目中的孙大圣。还记得《大话西游》里周星驰扮演的孙悟空吗？当时就有人诟病说，“只看到了一只大猩猩。”打破约定俗成而谋求创新，不是一件简单的事。《西游记之大圣归来》不仅做到了，而且还大受欢迎。除此以外，在孙大圣和唐僧的关系处理上，将原来的师徒间的戏剧冲突，来了一个一百八十度大转弯，变成大叔与正太的冒险故事。

唐僧的创新

江流儿确实是唐僧的乳名，在吴承恩的小说《西游记》中，唐僧的父亲在船上被坏人推入江中，母亲被逼无奈下嫁，并将刚出生的小唐僧和血书放到木盆中漂走，在漂过金山寺时被法明和尚所救。因为他是顺江流漂到金山寺，因此取名“江流儿”。然后唐僧长大成人，为父洗冤。这个内容主要是介绍唐僧的由来，原作有部分血腥暴力，不适合面向广大的青少年儿童，因此大多数动画在这个情节处理上，或多或少都有所保留。

《大圣归来》的处理有些微妙，因为故事早已跳出了“西游取真经”的主体脉络，而是重点描述一个平行世界。这个江流儿其实除了《西游记》的一个名字之外，更像是观看这部电影的大人和孩子。也就是说，大圣护送的不再是那个骑着白龙马的唐三藏，而是有着“西游情怀”的我们。

反派 BOSS 的创新

《西游记之大圣归来》的反派妖王原型为《山海经》中的混沌，这点让人惊讶。作为四大名著之一的《西游记》，本身就不缺少妖魔鬼怪，为什么要去“移花接木”呢？毕竟是改编，这么做很是有风险，很容易让人联想到“关公战秦琼”。而说起《山海经》，它最重要的价值在于保存了大量神话传说，除了我们大家都熟悉的，如夸父逐日、精卫填海、羿射九日、鲧禹治水等之外，还有许多是不为人知的。作为一部文学瑰宝，《山海经》给当代人无数的创作灵感，小说、游戏乃至影视作品，都能看到它的身影。这是一次大胆的创新，如果只是单纯地去还原《西游记》的故事，大家的反应或许就不会像现在这么强烈了。因为那只猴我们太熟悉，熟悉到认为不能去超越、本该如此的地步。此猴非彼猴，从《大闹天宫》到现在的《大圣归来》，从懵懂到成熟，同时也见证了国产动漫的思维转变。《西游记之大圣归来》这部作

品突破的是传统认知的桎梏，让人看到的是中国动漫人的勇气和超越。

总之，在业界人士看来，《西游记之大圣归来》是相当成功的。在传承中大胆创新，做出了自己的独特风格，这也预示着国产动画电影一个崭新时代的到来。

新经济是指随着经济全球化和信息技术革命而出现的一种经济现象，是以知识为主导，以高新技术及其产业为基础和支撑的一种新经济形态。新经济的出现，标志着整个社会开始进入一个与工业文明迥然不同的以知识的生产、传播为基础的社会。从这个角度来看，新经济与我们常说的“知识经济”并无本质区别。新经济是一种新事物，它的出现代表了人类社会发展的趋势，预示着人类社会将进入一个新的时代。事实上，它正在带来社会经济、政治、文化及人类生活方式的变化。

对于我们来说，21 世纪既是一个新经济的时代，也是一个“创新”的时代。

一、中华民族伟大复兴的中国梦需要创新创业来铸就

党的“十八大”以来，习总书记提出“要实现中华民族伟大复兴的中国梦”，这引起了亿万中国人民的强烈共鸣。中国梦，就是要实现国家富强、民族振兴、人民幸福；中国梦，归根结底是亿万普普通通中国人的梦。在中国梦的激励下，越来越多的人规划并追逐着自己的求学梦、创业梦、安居梦、致富梦，追逐着人生出彩的机会、梦想成真的机会。党的十八届三中全会提出了全面深化改革的总体方案，发出了“让一切劳动、知识、技术、管理、资本的活力竞相迸发，让一切创造社会财富的源泉充分涌流，让发展成果更多更公平惠及全体人民”的召唤，可以说，把个人梦想融入实现中国梦的壮阔奋斗之中，融入创新创业的生动实践之中，正当其时，适得其势。我们坚信，只要付出辛勤劳动和艰苦努力，任何梦想都能够实现。



案例 1-1-1

各国的科技创新

随着经济全球化的深入发展，各国对科技创新的依赖程度越来越高，科技创新对经济的贡献率也越来越大。数据显示，20 世纪 80 年代以来，美国企业间科技解梦的数量平均每年增长 10% 以上。在这期间，美国高技术贸易在制造业进出口中所占的比例翻了一倍，超过 20%，科技创新成了美国周期性经济衰退的缓冲剂。日本经济自 20 世纪 90 年代泡沫经济破灭之后一直不见起色。为了克服这一难题，日本政府寄希望于尖端科技，以尖端科技推动产业发展，从而带动日本经济摆脱困境。这突出体现在日本经济界中对纳米技术、生物技术和智能机器人技术的崇尚。

根据目前的发展测算,到2015年,这3项高科技将在日本国内市场的产值中分别达到35万亿日元、60万亿日元和10万亿日元左右。可以说,谁把握住了科技创新,谁就将在经济全球化竞争中占据有利的位置。一些世界知名大公司为了在全球化浪潮中具有强大的竞争力,甚至从管理上就注意营造创新的条件。如IBM公司、3M公司、杜邦公司等允许职工用5%~10%的工作时间进行创新活动。

二、个体的人生理想和价值需要通过创新创业来实现

空谈误国,实干兴邦。纵览古今中外,凡是取得个人成功,或作出突出社会贡献的时代精英,无一不是极具探索和实干精神的创新创业先锋。从百度、腾讯、阿里巴巴到微软、苹果、谷歌,无数创业创新者怀揣人生理想,投身创新创业,在实现个人财富、价值追求的同时,引领和推动了社会发展和时代进步。74年前,两位斯坦福大学的毕业生,在一间狭窄的车库里创建了惠普公司,开始了硅谷的创新之路,如今,惠普已成为世界上最大的科技企业之一,硅谷的实力不亚于一个中等国家,惠普创业的车库也已被美国政府命名为硅谷的诞生地。资兴是一座历经1800多年,孕育了传奇寿佛、红色曾氏兄弟,历史悠久、人文荟萃的文化之城。在这片土地上创业创新的案例更是不胜枚举,他们用自己的智慧和汗水,谱写了追逐梦想、奉献社会的壮美篇章。



创新创业可以实现
人生价值和理想



案例 1-1-2

免扣带的发明

免扣带的发明者和朋友去登山,山上的风光很好,但脚下的鬼针草却把两条裤管粘得到处都是,甚至坐下来歇口气,臀部也会被刺得隐隐作痛。花了好长时间才将那些讨厌的东西拔下来。结果,一天的兴致都被这些鬼针草给弄没了。这位发明者很纳闷,就想搞个明白,拿起放大镜仔细地观察起来。他发现这种草很特别,长了很多细细的带钩的针毛。它们之所以到处粘人就是这些细毛在作怪。这让发明者猛然想到,制造这种形状的针毛,不是正好可以取代纽扣、拉链吗?经过多次研究和试验,免扣带终于制造成功了。看起来这个发明创造很简单,其实在这之前,这位发明者为了研制取代纽扣、拉链的替代品,已经费了很大周折,思考得头昏脑胀了才去登山的,没想到功夫不负有心人。

三、现代经济的转型升级和发展需要创新创业来支撑

资兴是一个充满光荣与梦想的城市。从古至今,一直走在创业创新的前列,

今年又被确定为首批国家新型城镇化综合试点县市。当前，我们正按照习总书记视察山东时的重要讲话精神，加速新的转型升级。腾笼换鸟、凤凰涅槃、浴火重生，就是要着力拉长产业链，把我们庞大的存量优势转换为竞争优势；就是要淘汰落后产能，培植战略性新兴产业和现代服务业等重大增长极；就是要加快推动新型城镇化，打造“新资兴·大旅游”。从根本上讲，这一切都需要创业创新来推动，同时，这一切也为各行各业的人们创业创新开辟了广阔的空间。



案例 1-1-3

小小毛巾中的创新

某毛巾厂有心改造产品，想来想去除了质地、颜色、图案这些老话题之外，实在不知道往哪里想。有人提议，应该让呆板的毛巾生动活泼起来，使消费者觉得又实在又有趣。带着这一目标，他们找到一种特殊染料，生产出变色毛巾。这种毛巾图案奇特：毛巾干时的图案是猪八戒背媳妇，落水后的图案则为猪八戒背孙悟空……各式各样，应有尽有。这种毛巾上市后，果然一枝独秀，倾倒各路商家。

创新，是我国经济发展的迫切需要，因此，我们不能再让传统的守旧观念所束缚，更不能让陈规化的思考模式所包围，要打破一切旧的思维枷锁，冲出困扰人们的“围墙”，勇敢地站起来，敢于冒险、敢于失败。蒙牛的牛总说得好：“你做了可能要失败，但你不做一定会失败。”



思考练习

1. 请你设计出一个与众不同的童帽，将设计好的童帽画出来，并标明其功能。
2. 大量的日常经验会使每个人对外界的刺激形成一种固定的反应模式，就像听到电话铃声自然地去接，在马路上总是习惯靠右走。习惯已经成为自然，想都不用想。打破这种固定的反应模式，对于增强创新意识大有帮助。试着早上不刷牙就去吃早饭，看着家里一团乱糟而无动于衷，让电话铃响着不去接，下暴雨时不打伞出去，看看有什么样的收获？
3. 有个人站在 15 层高的一栋楼的窗台上往下跳，下面没有任何保护措施，他身上也没有穿任何可防护的东西，但是跳下去以后没有受任何伤，更没有摔死，为什么？
4. 篮子里有 4 个苹果，4 个小孩子平分。最后，篮子里还是有一个苹果，为什么？
5. 对自己的创造力现状做出实际评估，并找出妨碍自身创造力开发的主要心理障碍。

6. 如果你住的屋子房门被锁住了,除了使用破坏性手段,你还可用什么方法将门打开?

7. 一只球,使它向前滚了一段距离后停住,然后自动朝反方向行进。为什么?

8. 南来北往的两个人,相遇于一个只容一人穿过的过道里,谁也不退回去,有办法过去吗?

第二节 创造、创意与创新



导入案例

无线电熨斗的产生

日本松下电器公司生产的电熨斗,从20世纪50年代开始,几十年来畅销不衰。但到了80年代出现了滞销现象。为了改进电熨斗的生产,扩大销路,1984年4月的一天,29岁被称为“熨斗博士”的松下公司电熨斗事业部部长岩见宪一,请来数十名不同年龄的家庭主妇座谈,请她们对松下公司生产的电熨斗提意见,挑毛病。座谈会开始后好长一段时间都没人发言,后来一位中年妇女突然大声说了一句:“使用熨斗时电线拉来拉去太麻烦了,要是后面不拖一根电线就好了,那样熨起来会更方便。”这话立即引起了一阵哄笑。电熨斗嘛,就是要用电的熨斗。没了电线,这电从哪儿来?会上的家庭主妇们听了都觉得好笑。座谈会的主持人岩见宪一听了可没有笑,他的神经仿佛被重重地刺了一下,眼前豁然明亮。他情不自禁地将桌子一拍,大声叫了起来:“妙!好主意!不要电线的电熨斗。”不久,松下公司成立了研制无线电熨斗的攻关小组。他们很快便想到采用蓄电的办法来取消电线。攻关小组将主妇熨烫衣服的全过程拍成了录像片,反复地仔细观察和分析她们是怎样使用电熨斗的。结果发现,她们并非一直都是拿着电熨斗在熨衣服,而是熨几下就停一停,整理一下衣服再熨,电熨斗会多次被竖立在一边。据计算,熨烫一次,持续时间最长的为237秒,平均为15秒,停下来将电熨斗竖立起的时间约为8秒。取得这样的数据后,攻关小组改变了原来的蓄电方法。新设计了一种蓄电槽,只要将电熨斗放在蓄电槽上,8秒可以把电充足,蓄电槽带有自动断电系统。电熨斗的重量便大大减轻了。不仅使用起来更方便,同时也更安全。就这样,一种新型无线电熨斗产生了。它成为日本当年很长一段时间的畅销产品。

一、创造

（一）创造的含义

“创，始之造也。”在《辞海》中，“创造”一词被解释为：“首创的前所未有的事物。”在《现代汉语词典》里“创造”被解释为：“想出新方法、建立新理论、作出新的成绩或是东西。”《韦氏大词典》中对“创造”一词注解为：“赋予存在之意”“具有无中生有或首创的性质”。因此，“创造”就是“首创”“前所未有”。是指能先于他人，见人之所未见，思人之所未思，行人之所未行，从而获得新发现、新发明、新突破。基于以上对“创造”的理解，在学术界，大多数人认为“创造”是指将两个以上概念或事物按一定方式联系起来，以达到某种目的行为或想出新的方法，创建新的理论，创出新的成绩和东西。是建立在自己创新的基础上来制造新事物。一般而言，包括以下三方面的内容：

1. 发明制造前所未有的事物

如，“中华民族不仅早在八千年之前就创造了辉煌的水运历史，而且远在八千年频繁而漫长的航运中，把最早的人类文明、古代文化和科学技术带到美洲和世界各地。”

——李二和《海洋文化的序幕》

2. 制造或建造

如，“中国人在船舶设计上，创造了‘世界最多的船舶图样’。”

——（欧）邓耐利《中国帆船》

3. 有创作

多指撰写文章或创作文艺类作品。如，“在这座维纳斯像前，为什么无论我们如何去看，所得到的印象都是真实的生命？你知道是由于什么？这是由于创造的科学。”

——（法）罗丹《罗丹艺术论》

（二）创造的类型

创造的类型很广，我们可以按创造性的大小、创造的内容、创造的过程等方面对其进行分类。

1. 按创造性的大小分类

根据创造性的大小将人类的创造分为“首创”和“改进”。

（1）首创。“首创”是指人类历史中出现的重大发明和创造，如中国的“四大发明”、爱因斯坦的相对论、爱迪生发明的白炽灯等。首创通常是属于少数人的。



创造的类型

(2) 改进。“改进”是指人们在理解和把握某些理论与技术的基础上,根据自身的条件加以吸收和利用,再创造出大量的具有社会价值的新事物。如,工厂的技术革新、产品升级换代等。改进是较为常见的创造。

2. 按创造的内容不同分类

根据创造的内容不同将人类的创造分为物质财富的创造、精神财富的创造和社会组织的创造等。

(1) 物质财富的创造。物质财富的创造的成果是物质领域的事物。如,研究设计生产一种有形的物质产品,如,桥梁、卫星、新产品等。

(2) 精神财富的创造。精神财富的创造指创造的成果是精神领域的东西,如,小说家创作一本小说、编剧。

(3) 社会组织的创造。社会组织的创造指人类为了一定目的,从社会和微观等方面建立的新的组织机构,如,不同的社会制度、不同的公司制度等。

3. 按创造过程的表现形式分类

按照创造过程的表现形式将创造分为科学研究、技术发明和艺术创作等。

(1) 科学研究。科学研究是指人类科学领域的探索,利用科研手段和装备,为了认识客观事物的内在本质和运动规律而进行的调查研究、实验、试制等一系列的活动。科学研究为创造发明新产品和新技术提供理论依据,它的基本任务就是探索、认识未知,这一切都需要高度的创造性。科学的创造也称发现。如2012年诺贝尔物理学奖揭晓,法国科学家塞尔日·阿罗什与美国科学家大卫·维因兰德获奖,获奖理由是:“发现测量和操控单个量子系统的突破性实验方法。”

(2) 技术发明。技术发明是指人类技术领域的实践,发明的成果或是提供前所未有的人工自然物模型,或是提供加工制作的新工艺、新方法。机器设备、仪表装备及有关制造工艺、生产流程和检测控制方法的创新和改造,均属于技术发明。技术发明也同样需要高度的创造性。如2009年诺贝尔物理学奖获得者为英国华裔科学家高锟及美国科学家维拉德·博伊尔和乔治·史密斯。高锟的获奖理由是在“有关光在纤维中的传输以用于光学通信方面”取得了突破性成就,而另外两位科学家的主要成就是发明了半导体成像器件——电荷耦合器件(CCD)图像传感器。

(3) 艺术创作。艺术创作是指艺术家以一定的世界观为指导,运用一定的创作方法,通过对现实生活观察、体验、研究、分析,加工、提炼生活素材,塑造艺术形象,创作艺术作品的创造性劳动。如冼星海的《黄河大合唱》就是具有代表性的艺术创作之一。

艺术创作是人类为自身审美需要而进行的精神生产活动,是一种独立的、纯粹的、高级的审美创造活动。它是一个复杂的过程,通常分为生活积累、创作构思、艺术表达三个阶段。如画家列宾在涅瓦河畔路遇一群衣衫褴褛的纤夫,而产生创

作《伏尔加河上的纤夫》的灵感。

（三）创造的内因与过程

创造的主体，也称为创造者，一般是指进行创造的国家、团体或个人。人们会源于各种不同的原因而进行创造。如想要一种新的食物而创造一种新的烹饪方法，想要一种新的服装而进行服装设计，想写一本小说而进行创造性的写作，想要开发一种新产品而进行产品创造，想要改变目前不良组织结构而进行组织创新，想要克服一个困难而创造一种新的方法，如此等等。因此，归根结底人们的创造活动是为了满足需要的。正是人们有了创造性的需求，才会引起组织进行创造的动机，投入一定的资源进行创造性的活动。经过努力，如果达到创造性目标，人们就会感到满足。但是，人们对一种新事物不会总是感到满足，随着时间的推移、条件的变化，会导致新的创造性需求，进入下一个创造性活动。

二、创意

（一）创意的含义

在古文中，创意也作“刱意”，谓创立新意。汉王充《论衡·超奇》：“孔子得史记以作《春秋》及其立义创意，褒贬赏诛，不复因史记者，妙思自由于胸中也。”宋程大昌《演繁露·纳粟拜爵》：“秦始皇四年，令民纳粟千石，拜爵一级，按此即鼂错之所祖效，非错刱意也。”王国维《人间词话》：“美成深远之致不欧秦，唯言情体物，穷极工巧，故不失为第一流之作者。但恨创调之才多，创意之才少耳。”郭沫若《鼎》：“文学家在自己的作品的创意和风格上，应该充分地表现出自己的个性。”

在英文中，“创意”有不同的表达方式，如，“Creative”创造性的、有创造力的、创作的、产生的、引起的，引申为“创意”。而最有代表性、最普遍使用的词是“Idea”，指思想、概念、意见、主义、念头、打算、计划、想象、模糊的想法、理想、观念。

“创意”可以是名词，也可以是动词。作为名词的“创意”是指新巧的构思和创造性的意念，作为动词的“创意”是指从无到有产生新意念的思维过程。创意的本质是建立新关系，创意是一种搭桥。



案例 1-2-1

瓜果书

瓜果书的设计和制作源于无土栽培技术，通俗地讲，就是能让书本长出花草

和瓜果来的一本有机“书”。书是用来获取知识的，属于读物，和生物技术是两个领域。但是，将媒体书与农业栽培技术结合以后，就以其惊人、新奇的创意打开了一片新天地。

瓜果书结合了工业设计的先进理念和园艺栽培的成熟技术，创造出了极具创新意识的工业产品。现在销售的“黄瓜书”“西红柿书”“茄子书”等，在貌似书本的产品表面包装了防水纸，“书”内填充有石绒、人造肥和种子等。人们购回书后只要每天浇水，便能长出手指粗细的黄瓜、弹丸似的西红柿或拳头大的茄子。瓜果书这种时尚新颖的创意产品一上市，很快就在日本成为最畅销的工艺创意产品。瓜果书流传到欧美以后，这些国家不是照搬日本产品的经验，而是又一次进行创新。比如美国也有瓜果书，但美国的瓜果书更加注重无土栽培技术，同时将书本的外观设计加以多样化、美国化。这样，瓜果书在美国就有了体现美国文化特色技术优势和产品外观设计的多样化特征。现在，欧美的科学家还在致力于改造书的内在结构，使书本材料更加有机化。

（二）创意的特征

创意具有突发性、形象性、自由性和不成熟性的特征。

1. 创意的突发性

创意的突发性不仅指创意不能确定预期，常常会伴随突如其来产生的灵感，还指它的突变性，即创意是一种突变式的思维飞跃，是感性材料或灵感迅速升华为理性认识，也就是想法、意念。

2. 创意的形象性

创意并非来源于书面语言，而是构建于视觉型的符号或是表象之上。创意产生时思维方式主要是形象思维，思维元素是表象的记忆材料。

3. 创意的自由性

从创意思维的产生来看，它是灵活的、多路的、全方位的，具有充分的自由性。在创意的选择上，也是自由开放的，甚至是由着自己的性子去思考自己愿意做的事。

4. 创意的不成熟性

创意不能等同于创造性思维的最终产物，创意是灵感或经验与创新设计方案之间具有中介性质的思维存在。

（三）创意的功能

创意对创新具有始动功能，由创意起始进入更深层的创新过程。如果没有创意，创新也就不存在。创意有启示功能，一个创意可以对自己、他人证明每一个人都具有创新力。另外，创意具有延伸功能，创意向前延伸就是创新。

1. 创意具有始动功能

由创意起始进一步进入更深入的创新过程。假如没有创意,创新也就不存在了。创新是一项系统工程,企业不仅需要科技创新做支撑,也需要观念创新等做保障。而创意正是为创新提供这种新观念、新理念、新思维、新方法的要素之一。

2. 创意具有启示功能

一个创意可以向自己、他人证明每一个人都具有创造力,我们可以有更多的创新,破除创新的神秘感。现在市售的创新类书籍,大多是理论、技法、成功案例之类。为什么不能把创意汇集成书,让人从他人的创意中得到启示而产生自己的创意呢?要进行创意创新,需要有开放、包容的心态。创意本身就是文化思维碰撞的产物,没有开放包容的心态就做不好创意。

3. 创意具有延伸功能

创意的向前延伸便是创新。创意产生设想,创造把这种设想物化为有形的新产品,创业利用新产品创建一个新事业,创效是凭借事业创立新的更好绩效,这就是创新。



案例 1-2-2

王老吉饮料飘红的广告创意设计

王老吉饮料飘红的广告创意设计把创意和实效运用得十分完美。加多宝公司红色王老吉饮料一开始是想以“体育和健康”为主题来开发产品。当成美广告公司总经理耿一诚接到给王老吉拍摄一条赞助奥运会的广告片后,发现王老吉的关键问题是没有一个清晰明确的品牌定位。王老吉销售了7年,企业无法回答红色王老吉是什么,消费者更不清楚。经过沟通,加多宝公司委托成美公司先对红色王老吉进行品牌定位。经过两个月的市场调研,成美发现在消费者的观念中,具有上百年历史的品牌王老吉就是个凉茶的代称,是一种有药效的饮用品。由于凉茶降火功效显著,药性太凉,不宜经常饮用。这种“药”的观念直接决定了红色王老吉在广东虽有固定的消费量,却限制了它的增长。原因是广东消费者感觉其“降火”药力不足,人们无法接受它的脸孔。于是,成美公司将王老吉定位为“预防上火的饮料”。调整后的红色王老吉立足于全国市场,并用消费者容易理解和容易记住的一句广告词来表达——“怕上火,喝王老吉”。简洁明了的定位,彰显了红色王老吉的产品特性,有效地解决了王老吉原有的品牌错位。针对王老吉的品牌定位和市场目标,加多宝先是选择“非典”期间投放了央视一套的黄金招标段,“预防上火”的宣传口号在当时取得了很不错的宣传效果。然后又参加了央视2004年黄金广告段位招标,在红色王老吉销售红火的地域投放了电视广告。正是这种疾风暴雨般的广告攻势,保证了红色王老吉在短期内迅速给人们留下深刻印象,迅

速飙红大江南北。

三、创新

（一）创新的含义

创新，英文单词是“innovation”，在英语里的意思是更新、变革、制造新事物。其汉语词义是创造与革新，抛开旧的，产生新的。早在古代的《周易》中，我国的先哲就曾提出“革故鼎新”，“革”即除故，“鼎”即取新。

现代社会中，创新是指以现有的思维模式提出有别于常规或常人思路的见解为导向，并利用现有的知识和物质，在特定的环境中，本着理想化需要或为满足社会需求，而改进或创造新的事物、方法、元素、路径、环境，并能获得一定有益效果的行为。可以说，创新是以新思维、新发明和新描述为特征的一种概念化过程。包含三层含义：第一，更新；第二，创造新的东西；第三，改变。

从哲学的角度上说，创新是人的实践行为，是人类对于发现的再创造，是对于物质世界矛盾的利用再创造。人类通过对物质世界的再创造，制造新的矛盾关系，形成新的物质形态。创意是创新的特定形态，意识的新发展是人对于自我的创新。发现与创新构成人类相对物质世界的解放，是人类自我创造及发展的核心矛盾关系。其代表两个不同的创造性行为。只有对于发现的否定性再创造才是人类创新发展的基点。实践是创新的根本所在。创新的无限性在于物质世界的无限性。

从经济的角度上说，创新是指以现有的知识和物质，在特定的环境中，改进或创造新的事物，包括但不限于各种方法、元素、路径、环境等，并能获得一定有益效果的行为。著名美籍经济学家熊彼特在其1912年出版的《经济发展概论》中提出：创新是指把一种新的生产要素和生产条件的“新结合”引入生产体系。它包括五种情况：引入一种新产品，引入一种新的生产方法，开辟一个新的市场，获得原材料或半成品的一种新的供应来源，新的组织形式。熊彼特的创新概念包含的范围很广，如涉及技术性变化的创新及非技术性变化的组织创新。

从马克思主义经济学的角度上说，创新是劳动的基本形式，是劳动实践的阶段性发展，是对于同质劳动的超越。劳动的基本矛盾关系是生产工具与劳动力，劳动力与生产工具的发展推动生产力整体的革命性进步。创新是人类对于其实践范畴的扩展性发现、创造的结果，创新在人类历史上首先表现为个人行为，在近代实验科学发展起来后，创新在不同领域就不断成为一种集体性行为。但个人的独立实践对于前沿科学的发现及创新依然起到引领作用。创新的社会化形成整体的社会生产力进步！

从本质上说,创新是创新思维蓝图的外化、物化。创新是人类特有的认识能力和实践能力,是人类主观能动性的高级表现,是推动民族进步和社会发展的不竭动力。一个民族要想走在时代前列,就一刻也不能没有创新思维,一刻也不能停止各种创新。创新在经济、技术、社会学及建筑学等领域的研究中举足轻重。

创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力,也是一个政党永葆生机的源泉。近代以来人类文明进步所取得的丰硕成果,主要得益于科学发现、技术创新和工程技术的不断进步,得益于科学技术应用于生产实践中形成的先进生产力,得益于近代启蒙运动所带来的人们思想观念的巨大解放。可以这样说,人类社会从低级到高级、从简单到复杂、从原始到现代的进化历程,就是一个不断创新的过程。不同民族发展的速度有快有慢,发展的阶段有先有后,发展的水平有高有低,究其原因,民族创新能力的大小是一个主要因素。



案例 1-2-3

比尔·盖茨的创新

我们都知道新经济时代的代表人物比尔·盖茨,其起家的 BASIC 语言并非自己发明的,其当家产品 DOS 是从其他公司买来的,Windows 是借用了施乐公司和苹果公司的技术,IE 浏览器则来源于网景公司的创意,Office 办公系统的多数组件均出于微软收购的公司。微软公司的成功就在于他敏锐地发现了别人的创造,然后通过“集成”,把别人的创造重新组合成更为“精进”的产品。例如,Office 办公系统就是由 Word, Excel, Power Point 等软件重新组合而成的。

(二) 创新的意义

创新对于社会进步、企业发展和人生价值的实现都具有重要意义。

首先,创新是一个民族进步的灵魂,是国家兴旺发达的不竭动力。对于创新的意义,江泽民同志已作了精辟的论述。他指出:“创新是一个民族进步的灵魂,是国家兴旺发达的不竭动力。”“要迎接科学技术突飞猛进和知识经济迅速兴起的挑战,最重要的是坚持创新。”“一个没有创新能力的民族,难以屹立于先进民族之林。”这些精辟论述既是对历史经验的科学总结,也是对今后社会发展目标形势的高度概括。

其次,创新是知识经济的基础。按照“经济合作与发展组织”的定义,知识经济是指直接依靠知识和信息的生产、分配和使用的经济。它以新的发现、发明、研究、创新的知识为基础,是一种知识密集型的、充分体现人类智慧的经济。“经济合作与发展组织”在 1996 年度报告中指出:知识已经成为提高生产率和实现经济增长的驱动力。创造、创新和应用知识的能力与效率将成为影响一个国家综合国力的重要因素,因此知识经济实质上就是创新经济。

再次，创新是企业持续发展的原动力。企业发展的历史就是创新的历史，企业的核心竞争优势是创新能力。美国福特公司前总裁亨利·福特深有体会地说：“不创新，就灭亡。”企业生存和发展的基础在于创新，只有持续不断地创新，企业才能在市场竞争中获胜。“创新则兴，不创新则亡。”创新是企业快速、持续发展的根本动力。

最后，创新是实现人生价值的必由之路。人类运用积极思维的力量，创造出无数人间奇迹。一个有所作为的人，只有通过创新，才能充分展示自己独特的个性。同时，在这个过程中也为人类做出了自己的贡献，实现了人生的价值。

总之，创新就是利用你的思想来改变这个世界，让新的思想在这个世界扎根。创新包含着创造，但创造不见得是创新。创新包含着一种实用性的思想，组合到了我们生活中有用的理念来实现它。

（三）创新的分类

为了加深对创新的理解，有必要对创新进行分类。依据不同的分类指标，具有以下分类。

1. 根据创新的表现形式进行分类

如，知识创新、技术创新、服务创新、制度创新、组织创新、管理创新等。



案例 1-2-4

雪茄烟与“纸烟”

最初，抽雪茄烟是西班牙富人的嗜好，公元 1600 年前后传到欧洲许多国家。很长时期，雪茄烟被看成是财富的象征。当时西班牙塞维利亚地区的乞丐买不起雪茄烟，便从地上捡雪茄烟头用纸卷起来抽吸来过烟瘾，就这样“纸烟”便被乞丐们创造发明出来了。烟草商们看到这种“纸烟”有商机，便对其进行改进和包装，组织规模化批量生产，如今，已成为盛销全球的高利税商品。

2. 根据创新的领域进行分类

如，教育创新、金融创新、工业创新、农业创新、国防创新、社会创新、文化创新等。



案例 1-2-5

《赫芬顿邮报》的一枝独秀

《赫芬顿邮报》(The Huffington Post) 号称“互联网第一大报”，2011 年 2

月，美国在线以3.15亿美元收购该报。它是一家新闻与分析网站，创办于2005年。2011年1月，它的独立访问量是2800万，接近《纽约时报》《国际先驱论坛报》3000万的独立访问量，这意味着它已经跻身主流媒体。2010年它的营业额是3000万美元，在美国报业都在为广告跳水、发行量骤减及读者向网络免费新闻迁徙而苦苦挣扎之时，《赫芬顿邮报》却一枝独秀。像特斯拉的开源专利、安卓开源性平台一样，把读者变成记者，这是赫芬顿成功的法宝。《赫芬顿邮报》有1万多名“公民记者”，类似传统媒体的“通信员”，每时每刻都在为它提供报道。2008年美国大选，《赫芬顿邮报》将一个采访任务分给50~100名“公民记者”，每人每天用一个小时，就能完成一个记者两个月才能完成的工作量。赫芬顿称为“分布式新闻”。“分布式”网罗了大量高质量的撰稿人，UGC的能动性得到激发，媒体才能真正活起来。

3. 根据创新的行为主体进行分类

如，政府创新、企业创新、团体创新、大学创新、科研机构创新、个人创新等。



案例 1-2-6

除味器的发明

日本小企业家长尾的经营总是小打小闹，没有什么名牌产品，他的企业眼看就要倒闭了，长尾开始动脑筋，寻求解决问题的办法。他想，现在这么多的人使用冰箱，能不能在这里面钻一点儿空子呢？他想了又想：那些大冰箱厂家开发的是大技术，赚取的是大钱，有没有他们不愿意开发的小技术呢？长尾想了很久，终于想到了，那就是冰箱里有异味，这个还没有引起大厂家的足够重视，而用户又不满意。于是，他利用人们早已见惯的小技术——活性炭除味原理，做了一个小包放进去，起名“除味器”，问题就解决了。这一招吸引了几乎所有冰箱使用者，长尾的危机自然也就解除了。

4. 根据创新的方式进行分类

如，独立创新、合作创新等。



案例 1-2-7

百度荣耀：人工智能与硬件终端的结合

荣耀2015年在荣耀7手机上首次推出的智能语音交互系统，深度整合了百度的人工智能和机器人助理“度秘”。长按荣耀7上独创的智灵键，便可快速、高

效地直达百度提供的各项互联网资源与 O2O 服务。而在业内人士看来, 荣耀 7 智能键联合百度度秘, 可以让消费者彻底解放双手, 一键快速开启丰富的互联网生活。也将构建起全球领先移动互联网人工智能服务体系, 连接 360 行, 实现服务品类全覆盖, 通过硬件与软件技术的深度整合, 最终完成线上和线下两个生态的高度融合。这样的合作形式成为软件厂商和硬件厂商之间合作的典范。让更专注的人做更专注的事, 未来荣耀的硬件产品针对生活全场景来展开, 提供手机、路由、盒子、电视、手环、手表等多元产品, 而其他软件厂商参与其中寻求载体, 双方可以一起为用户提供全场景的极致产品体验。

5. 根据创新的意义大小进行分类

如, 渐进性创新、突破性创新、革命性创新等。



案例 1-2-8

苹果和乔布斯

史蒂夫·乔布斯 (Steve Jobs), 1955 年 2 月 24 日生于美国加利福尼亚州旧金山, 美国发明家、企业家、美国苹果公司联合创始人。1976 年 4 月 1 日, 乔布斯签署了一份合同, 决定成立一家电脑公司。1977 年 4 月, 乔布斯在美国第一次计算机展览会展示了苹果 II 号样机。1997 年苹果推出 iMac, 创新的外壳颜色透明设计使得产品大卖, 并让苹果度过财政危机。2011 年 8 月 24 日, 史蒂夫·乔布斯向苹果董事会提交辞职申请。乔布斯被认为是计算机业界与娱乐业界的标志性人物, 他经历了苹果公司几十年的起落与兴衰, 先后领导和推出了麦金塔计算机 (Macintosh), iMac, iPod, iPhone, iPad 等风靡全球的电子产品, 深刻地改变了现代通信、娱乐、生活方式。乔布斯同时也是前 Pixar 动画公司的董事长及行政总裁。2011 年 10 月 5 日, 史蒂夫·乔布斯因患胰腺癌病逝, 享年 56 岁。

6. 根据创新的效果进行分类

有价值的创新, 如, 计算机的发明等; 无价值的创新, 如, 没有市场需求的新产品等; 负效应创新, 如, 污染环境的新产品等。



案例 1-2-9

3D 打印技术

日常生活中使用的普通打印机可以打印电脑设计的平面物品, 而所谓的 3D 打印机与普通打印机工作原理基本相同, 只是打印材料有些不同, 普通打印机的