

★要么创新，要么消亡！★

最新中国

企业创新

点子库

Enterprise Innovation
Ideas Gallery

隋小左 刘冠楠 主编

新华书店

京
华
出
版
社

最新中国

企业

点子库

Enterprise Innovation
Ideas Gallery

隋小左 刘冠楠 主编

最新市场报告

创新

京华出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

最新中国企业创新点子库 / 隋小左等著. — 北京: 京华出版社,
2006

ISBN 7-80724-243-4

I. 最... II. 隋... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 075977 号

最新中国企业创新点子库

著 者 隋小左 刘冠楠

责任编辑 刘珂碧

特约编辑 佟 婷

版式设计 领读工作室

出版发行 京华出版社

(北京市朝阳区安华西里一区 13 楼 2 层 100011)

(010) 64258473 64255036 84241642 (发行部)

(010) 64259577 (邮购、零售)

(010) 64251790 64258472 64255606 (编辑部)

E-mail: jinghuafaxing@sina.com

印 刷 北京兆成印刷有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数 300 千字

印 张 数 28.5 印张

版 次 2006 年 8 月第 1 版

印 次 2006 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80724-243-4

定 价 36.80 元

京华版图书, 若有质量问题, 请与本社联系。

走创新之路，创民族品牌。

——波司登股份有限公司董事长 高德康

创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。

——第十届全国政协委员、中国人民大学商学院教授 郭国庆

作为一个有特定国情的发展中大国，中国不可能选择资源依赖型或者对外技术依附型发展模式，必须走创新发展的道路。

——科技部副部长、中科院院士 程津培

会有更多的国企踏上可持续创新之路。

——中远集团总裁 魏家福

创新才会赢

“创新”一词，是美国著名经济学家熊彼特于上个世纪提出来的，原意是指“生产要素的重新组合”，包括引入一种新产品，开辟一个新市场，开发一种原料的新来源，采用一种新技术，或者采用一种新的组织形式。

历史行进到今天，“创新”的含义衍进得更为广瀚与深远。“创新”不仅是学术界最热门的话题，更是全球企业界共同追逐的目标。的确，抓住创新，勇于创新并善于创新，一个企业、乃至国家的经济社会发展就有源源不断的动力，就能在国际竞争中占据主动，立于不败之地。

自20世纪90年代以来，创新越来越成为企业竞争发展的主流。许多欧洲经济学家通过对欧洲一些大型公司迅速成长的研究发现，在生产效率、增长率和投资回报率上都有着骄人业绩的那些公司，其成功的最大奥秘在于，“创新及其对企业竞争能力的直接影响所起的决定作用”。细细分析这些成功企业的历史，我们会发现，一个成功企业的发展史实际就是一个由无数大大小小、连绵不断的创新构成的，任何时候只要企业不断坚持创新，那么它就一定会在市场竞争中保持旺盛的生命力，反之就会陷入徘徊不前的境地，被

对手反超并挤出市场。

创新能力并不是天生的，在很大程度上取决于后天的学习和训练。创新需要学习，需要培养，也需要企业管理者不断思考和研究。

创新也是有捷径可循的，成功于创新的标杆企业的经验是可以借鉴的，甚至是可以复制的。本书根据经济理论大师熊彼特的创新理论框架，遴选今年中国经济领域内最重要的创新案例，从企业经营各方面阐述企业创新路程。入选案例囊括了企业经营各方面创新思想和思路，资料翔实、观点清晰。在唯有创新才可生存的今天，此书可谓为一本最新、最全、最准确的“创新点子宝库”，更是一本启迪创业者智慧、指引创新思维的“创新思想羊皮卷”。

有句话说：看一个人的实力如何，要看他的对手是谁。人是如此，企业亦然。每一个关心自身企业发展和职业前途的读者，都应该仔细研究这些富有创新思想和成功执行创新战略的企业。大至走出国门的海尔、小到三五个人组成的作坊，入选的创新案例，都有其引人深思发人深省的独特价值：或在经营思路另辟蹊径，剑走偏锋，达到出奇制胜的效果；或在管理理念上突破桎梏，打出一片新天地，企业快速发展；或推出新服务和新产品，在市场上独领风骚，立于不败之地……凡此种种，都能给读者带来启迪，引发大脑的智慧火花，找到自己的“创新之路”。

此书献给所有追求变革、追求成功的人士。创新是一种永恒，不仅是一个永恒的话题，更是一种永恒的追求。世界在变，创新不变！

编者按

2006年8月8日

第一章

最新中国企业管理创新金点子

▶ “螳螂捕蝉，黄雀在后”	
——盛大欲“吞”新浪	2
▶ 一张保单 200 亿	
——中意人寿“拿下”200 亿团险大单	5
▶ 海外并购第一事件	
——中海油竞购优尼科	8
▶ “三方共赢”	
——华夏银行首开“广告定向贷款”	11
▶ 丢卒保车还是顺时而变？	
——肯德基要做“新快餐”	14
▶ 纳斯达克的中国传奇	
——百度“摆渡”到美国	17
▶ 中国最大的跨境并购	
——中石油“吞下”哈萨克斯坦石油公司 ...	20
▶ “做人生的主人”	
——安利集团全新布局中国市场	23
▶ SP 的聚宝盆	
——互联星空横扫中国电信市场	26
▶ “女人的钱最好赚”	
——瑞丽女性网独领时尚先锋	29
▶ 5000 万美元打造的新门户	
——猫扑网聚拢“新新人类”	32
▶ 低成本塑造品牌的典型	
——谭木匠一把木梳打天下	35
▶ 18 亿地产最大并购案	
——万科欲做中国地产霸主	38
▶ 华商再次接手世界品牌	
——明基“吞食”西门子	41
▶ 烟草帝国的诞生	
——红塔、红河和红云打造烟草帝国	43
▶ 把欢乐换算成金币	
——迪士尼盯住中国孩子的“口袋”	46

▶ “划破”低成本的天空	
——民营奥凯航空打破民航垄断	49
▶ 是拣个便宜，还是挑了个重担？	
——海信“吃下”科龙	53
▶ 中国网络收购第一案	
——雅虎中国“爱上”阿里巴巴	56
▶ 收购百年汽车老厂	
——南汽、上汽竞购罗孚	59
▶ 2005 年全球最大规模的上市事件	
——中国建设银行登陆香港股市	62
▶ 风险投资新动向	
——软银倾心“交友网”	65
▶ 联手对抗“美、苏”	
——大中“热恋”永乐	68
▶ 小产品一年卖出 1 亿美元	
—— Hanacobi 公司专营塑料盒	72
▶ 网络卖粥，财源滚滚	
——陈晨用 QQ 经营粥铺	75
▶ 口腔新保健带来的商机	
——“长江伟业”打起舌头的主意	78
▶ 一支手袋 200 万元	
——江薇“做秀”珠绣	81
▶ 小小土豆，10 年滚成两个亿	
——刘新独创“小土豆”餐饮公司	84
▶ 独具慧眼，复制成功	
——李俊“买卖”论坛	87
▶ “手绘服饰”有钱赚	
——谭晶经营“手上绝活”	90
▶ 新型都市好行业	
——新医生挑战植物病症	93

▶ 专卖“滞销房”	
——张扬看好“尾房超市”	96
▶ 已经成熟的商机	
——都市急需“宠物旅馆”	99
▶ 新时代的新行业	
——年轻群体喜爱整蛊玩具	101
▶ 21 世纪的朝阳事业	
——婴幼儿也要学游泳	103
▶ “甜蜜”的事业	
——手工巧克力展现新商机	105
▶ 网络新“钱景”	
——“玉米虫”经营网络域名	107
▶ 真正的暴利行业	
——有心人看好特价书店	110
▶ 老龄化社会绝佳的产业	
——适时开家“银发”专卖店	113
▶ 5000 万人的大市场	
——“左撇子”用品专卖店	116
▶ 让爱永留心间的好行业	
——城市看好宠物标本行业	119
▶ 男人的钱也好赚	
——不妨开个军品专卖店	121
▶ 把置业当创业	
——邱朝礼公司化经营个人建房	123
▶ e 时代的 i 生活	
——可口可乐宣扬“要爽由自己”	128
▶ 加速高端洗牌	
——长虹强力打造“感官就是标准”	131
▶ 不做中国的“耐克”，要做世界的“李宁”	
——李宁坚信“一切皆有可能”	133

- ▶ 收购 IBM 后的广告策略
 - 联想投入 2 亿美金广告费用 136
- ▶ 简单就是大美
 - 飞利浦完善“精于心，简于形” 139
- ▶ “可乐+网游”的“联姻”
 - 百事可乐掀起“百事蓝色风暴” 142
- ▶ 网络力量的回报
 - 思科公司解释“因为有思科” 145
- ▶ 大猩猩也需要 VISA
 - VISA 信用卡推崇“一卡在手，海阔天空” 148
- ▶ 《梦想中国》独家冠名
 - 青岛啤酒开始“激情成就梦想” 150
- ▶ 向高端用户进军
 - 三星希望消费者“想象生活” 153
- ▶ 文化引领品牌建设
 - 酒鬼酒立志“做中华文化酒引领者”... 156
- ▶ 全球通全新品牌理念
 - 中国移动重拳推出“我能” 159
- ▶ 是病句还是绝妙好词？
 - 昆明创造“你昆明了吗” 161
- ▶ 娱乐营销的杰作
 - “支付宝”盼望“天下无贼” 164
- ▶ 全面包围中国市场
 - 可口可乐“一元可乐”打入农村市场 .. 168
- ▶ 图书销售渠道的创新
 - 纸老虎图书销售进商场 171
- ▶ 直销模式之争
 - 雅芳引领直销模式后来居上 174
- ▶ 世界级品牌的服务
 - 海尔打造星级服务中心 176

▶ IT服务的金牌	
——惠普增强“金牌服务”	179
▶ 石油巨头试水非油领域	
——中石化培养非油品服务品牌“石创” ...	182
▶ 在飞机上打手机	
——波音首创“飞行手机通讯服务”	185
▶ 汽车服务第一品牌	
——上海通用在中国引进“别克care”	188
▶ 第一个显示器服务品牌	
——AOC冠捷引领“123随心服务”	191
▶ 一对一的服务	
——康佳手机翘起“大拇指服务”	194
▶ 国际标准的汽车服务	
——长安福特导入“QualityCare”服务	196
▶ 天下也有免费的午餐	
——金山宣传“软件免费、服务有偿”	199
▶ 联想的服务王牌	
——联想加快布局“阳光雨露”服务	202
▶ 家电连锁巨头推出服务利器	
——苏宁整合“阳光服务”	205
▶ 国产手机厂商的服务反击	
——中兴通讯的“掌心服务”	207
▶ 赶超电商商家的服务	
——爱普生信赖“心加心服务”	210

- ▶ 大事件营销的典范
 - 长城润滑油巧打“神六”牌 214
- ▶ “奥运福娃营销”
 - 可口可乐演绎完美奥运秀 217
- ▶ 文化营销的力量
 - 星巴克销售“小资情调” 220
- ▶ 低价手机高调入市
 - 摩托罗拉洗牌手机市场 223
- ▶ 体育营销的背后
 - 红牛大手笔促进销售 226
- ▶ 李宇春第一时间代言
 - 神舟电脑抓住超女商机 229
- ▶ 上山下乡“闹革命”
 - 美的空调进军乡镇市场 232
- ▶ 狂飙降价飓风
 - 上海大众抢夺汽车市场 235
- ▶ 在“肯德基”里吃饺子
 - “东方既白”改变国人饮食观念 238
- ▶ 只有甜，没有酸
 - 蒙牛大搞“超级女声”营销 240
- ▶ 收视人口达到5亿
 - 湖南卫视力推《超级女声》 244
- ▶ “一念之差”的创新营销
 - 统一润滑油奇兵出击油品市场 247
- ▶ “三网合一”大营销
 - 方正科技集团铸造全新终端 249
- ▶ “韩风”袭来，黄金万两
 - 《大长今》电视剧走俏国内 252
- ▶ 竞争，就是让对手无法安睡！
 - 奥克斯空调要做“鲶鱼” 255
- ▶ 渠道成功整合的范例
 - 美晨日化建立经销商行会 258

▶ 后来者居上	
——新天葡萄酒发起“新红酒运动”	261
▶ “农村包围城市”	
——广州立白青睐低端市场	264
▶ 温州皮鞋的骄傲	
——奥康鞋业首创“品牌超市”模式	267
超越“价格战”	
——格兰仕加速行业洗牌	270
▶ 品牌专卖，照亮前程	
——雷士照明首创品牌专卖	273
▶ 打造“共同体”	
——华帝燃气具“热恋”渠道商	276
▶ 一分钱的营销	
——农夫山泉做足营销功夫	279
▶ 41 亿美元的背后	
——eBay 公司收购 Skype	282
▶ 对抗英特尔的策略	
——AMD 公司转让芯片核心技术	285
▶ 稳固老大地位	
——不要钱的微软 Windows 系统	288
▶ 葡萄酒论桶卖	
——张裕葡萄酒开创直销模式	291
▶ 占领全国市场的大手笔	
——王老吉饮料借道肯德基	294
▶ 威廉·J·阿米利奥上任	
——联想闪电更换 CEO	298
▶ 唐骏跳槽	
——盛大网络挖了微软的墙角	301
▶ 禹晋永出局	
——谁惹怒了国美置业老板黄光裕	304

▶ 曹国伟扶正	
——新浪公司更换总裁兼首席财务官	307
▶ 牛根生做秀	
——蒙牛乳业全球招聘集团总裁	310
▶ 姚庆艳离去	
——红塔集团卸不下历史包袱	313
▶ 魏少军离职	
——大唐电信高层地震	315
▶ 高层大变动	
——摩托罗拉接连上演接替秀	318
▶ 陈启宇离开	
——中华网科技公司前景堪忧	321
▶ 周鸿祎挂冠	
——雅虎中国高层“大逃亡”	324
▶ 王海斌跑了	
——中科健难测资金黑洞	327
符标榜被清洗	
——戴尔不满中国市场	329
▶ 李开复倒戈	
——微软状告“敌手” Google	332
▶ 杜家滨离任	
——思科系统公司重新整顿中国市场	335
▶ 何经华离职	
——用友软件王文京用资本发言	338
▶ 沈心平救火	
——朗讯中国急需“消防员”	341
▶ 方风雷出山	
——高华公司高调现身金融市场	344
▶ 杨超、刘京生、冯晓增上任	
——三大保险集团高层同时变动	347
▶ 陈长春辞职	
——金地地产引发行业争议	350

- ▶ 张醒生离开
 - 亚信集团前景黯淡 353
- ▶ 魏新去职
 - 方正换帅惹起万千风波 356
- ▶ 强劲的“中国芯”
 - 龙芯2号挑战科技沙场 360
- ▶ 全球第一款兼容 PHS/GSM 双模手机
 - UT 斯达康推出双模小灵通 363
- ▶ 10 万元的 ERP
 - 博科打造低价 ERP 自主平台 366
- ▶ 2005 年汽车销售奇迹
 - 北京上演伊兰特销售风暴 369
- ▶ 新一代搜索服务产品
 - TOM 推出在线语音互动搜索 372
- ▶ 中国要有“中国芯”
 - 海信彩电全面采用“信芯” 374
- ▶ 银行卡结盟延伸服务
 - 工行推展牡丹中油卡 377
- ▶ 不知道？问问新浪
 - 新浪全力提升“爱问” 379
- ▶ 漫游全球的手机
 - 联通看好世界风双模手机 383
- ▶ 数码产品的奇迹
 - 苹果延续 iPod 销售旺势 386
- ▶ 线下交友新玩意
 - 华旗资讯推出“QQ 碰碰机” 389
- ▶ 网上最火的博客
 - 新浪重点打造“名人博客” 392
- ▶ 最便宜的高级车
 - 丰田大力宣传“锐志” 394

- ▶ “找到你还没想到的”
 - 搜狐“不忘”“搜狗” 398
- ▶ “手机钱包”
 - 交行、上海移动的全新移动电子支付服务 401
- ▶ “饮料也要分男女”
 - 地加他饮品公司打造时尚饮料品牌 ... 403
- ▶ 精英野外生存赛
 - 飞利浦塑造高端品牌形象 408
- ▶ “达菲”促销
 - 罗氏制药巧妙利用“禽流感”事件 410
- ▶ 2005 年中外知识产权第一战
 - 英特尔起诉东进侵权 413
- ▶ 抢注商标案
 - 海信集团和解西门子 416
- ▶ 走私“红牛饮料”危机公关
 - 红牛饮料成功化解危机 419
- ▶ 手机牌照案
 - 奥克斯出尽风头 423
- ▶ 股权分置风波公关
 - 三一重工重视沟通 426
- ▶ “碰撞测试风波”
 - 江铃陆风化险为夷 429
- ▶ “鸡”的危机公关
 - 肯德基展现成熟公关技巧 432
- ▶ 千里追连战
 - 雪莲维药上演宣传好戏 434

最新

中国企业管理创新[金点子]

- 企业管理是一门艺术，创新是衡量艺术的重要标准。企业管理的每一步计划，都关系着企业的发展，关系着企业的未来。管理意味着决策，明智的管理就是根据企业自身的实际情况做出英明的、有助于企业发展的重要评断。每一个成功企业都有一把开启成功之门的金钥匙，拥有这把金钥匙，就掌握了企业发展的命门。