

反锦囊丛书

I CHUANGXIN JIFA 188-SHILI YUPOUXI

剖析典型创新案例
浚通创新思维泉眼

创新 技法188 ——实例与剖析

黄金脑智囊群 主编
范军 李胜 杨燎

广东经济出版社



I CHUANGXIN JIFA 188-SHILI YUPOUXI

新 技法188 ——实例与剖析

黄金脑智囊群 主编
范军 李胜 杨燎

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

I 创新技法 188: 实例与剖析/范军, 李胜, 杨燎主编. —广州: 广东经济出版社, 2000.1

ISBN 7-80632-624-3

I. I… II. ①范…②李…③杨… III. 创造性—企业管理—方法 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 57832 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印张	10.75
字数	241 000 字
版次	2000 年 1 月第 1 版
印次	2000 年 1 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80632-624-3 / F·288
定价	16.50 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

读者热线: 发行部 [020] 83794694 83790316

• 版权所有 翻印必究 •

创新——时代的呼唤

(序)

1999年8月22日，全国技术创新大会在北京隆重开幕。会上，江泽民总书记作了重要讲话，中共中央、国务院作出了《关于加强技术创新，发展高科技、实现产业化的决定》。这次会议，可以说是中国腾飞于新的世纪的一个具有里程碑意义的盛会。

《人民日报》社论指出：“从现在起到下个世纪前10年，是我国实现第二步战略目标和向第三步战略目标迈进的关键时期。要在资源有限的国情制约下，使占全球人口1/4的大国进入世界中等发达国家行列。单纯追求规模和数量扩张是注定没有出路的，必须大力发展高新科技，大力提高技术创新能力。这不仅是解决我国当前经济和社会发展重大问题的紧迫要求，也是贯彻落实科教兴国战略，实

现社会主义现代化的必由之路。”

创新的世纪，创新的时代，创新之风扑面而来，席卷全国。

纵观历史，我们发现，但凡可以持续发展的企业，仔细探究其不断发展壮大的原因，其奥妙不外乎“创新”二字。

是的，技术创新对国家对企业发展所起到的重要作用已为越来越多的人所认识。然而，技术创新之路看似容易实则艰辛。剖析一些成功企业的成功做法，一定能给人们以大的启示。本书的要旨就是通过剖析典型的创新案例，从中求出人人能掌握的技法。

在过去相当长的一段时期里，人们往往把发明等同于创新，这使得科研机构和生产严重脱节，许多科研成果被束之高阁，难以形成生产力。我国技术创新学创始人之一、清华大学教授傅家骥认为，发明不一定是创新，发明者也不一定是创新者，只有把发明转化为一个有巨大社会效益的经济活动时，才能叫创新。

为此，创新必须同社会需求，与市场的发展变化，与社会文化的走向等等因素有效地结合起来。

“决胜千里，贵在创新”。这可以从很多企业发展的事实中得到印证。长虹公司坚持研制开发市场最受欢迎的产品作为立业之本，培育出了长虹电视机这一中国名牌。到 1998 年底止，长虹产品销售量已连续 5 年居全国同行第一，纳税达 32 亿元。长虹集团董事长兼总经理倪润峰运作的成功就是产品创新和市场创新的典范。春兰集团凭借技术创新进入一个个相对饱和的市场。1998 年春兰集团总资产突破 110 亿元，工业总产值达 180 亿元。总经理陶建幸说，春兰从表面上看是品牌与资本的扩张，究其本质是技术的扩张。本溪食品总厂厂长赵有福，被人们誉为“扭亏专业户”。近年来，赵有福从严治厂，强化管理，一举救活了两家国有企业。显然，管理创新和制度创新是赵有福的得意之作。昌河飞机公司短短 3 年时间就实现“三级跳”，利润总额一跃为中国航空工业第一，而且全公司 1 万余职工无一人下岗。知情者认为，这是组织创新和制度创新在昌河大显神通的缘故。

研读这些企业及其创新的成功经验，证明了一个朴素的真理：创新是金，潜力无穷。他们尽管创

新招数不同，但都是着力构建了一个个极为有效的创新机制。

创新的前提是人才，竞争的本质也是人才。法国著名的生理学家贝尔纳曾说过：“良好方法能使我们更好地发挥天赋的才能，而笨拙的方法则可能阻碍才能的发挥。”

马克思曾经指出：“任何人的职责、使命、任务就是全面地发展自己的一切能力，其中也包括思维的能力。”

求木之长，必固其根；欲流之远，必浚其泉。本书的任务，就是使读者能通过一个个生动有趣的案例，浚通创新思维的泉眼，巩固创新能力的根基！

创新浪潮滚滚而来，企业与企业家创新正当时。

能把富有生机和活力的企业 and 创新成品带入 21 世纪，才能无愧于时代，无愧于国家，无愧于自己。

黄金脑智囊群

1999 年 11 月 8 日

目 录

创新——时代的呼唤（序）	(1)
--------------------	-----

财 富 创 新 法

一、看世界如何高度重视创新问题	(3)
二、不断创新才有可能持续发展	(5)
三、创新是企业发展动力	(6)
四、商机来自“惊人的创新”	(8)
五、刀片巨人吉列创新发家史	(10)
六、索尼不断造就新辉煌	(12)
七、赵章光创新点发成金术	(14)
八、不断创新造就酒家大王	(16)
九、薄饼创新成大事	(17)
十、创新传统产品步步高	(19)
十一、懂得创新聚钱财	(21)
十二、10岁小朋友创新成富翁	(23)
十三、冷门创新更赚钱	(24)
十四、简单创意与滚滚财源	(26)
十五、革新“生活小事”也成富翁	(27)

需求创新法

- 一、“需要”是创新之母..... (33)
- 二、消费需求与顾客时代..... (34)
- 三、应需求而生的送餐服务..... (36)
- 四、创新必须跟着需求走..... (38)
- 五、生活之中处处可创新..... (40)
- 六、源自生活的酒窝杯与不粘锅..... (41)
- 七、顺应潮流创新法..... (43)
- 八、台湾“中兴”善于创造流行..... (45)
- 九、创新解放鞋再造新风彩..... (46)
- 十、用艺术升格法创新需求..... (47)
- 十一、创新生活创新需求..... (49)
- 十二、引申需求链条的创新法..... (51)
- 十三、堵缺补漏创新法..... (52)
- 十四、细分市场创新法..... (54)
- 十五、创新消费需求..... (56)
- 十六、预测需求创新法..... (58)

组合创新法

- 一、组合也是一种创造..... (63)
- 二、组合创新很简单..... (64)
- 三、关键要有机整合..... (66)
- 四、主体附加性组合..... (68)
- 五、组合中的整体思考..... (70)

六、事与物的组合与创新	(72)
七、组合创新中的关联度	(74)
八、优点组合创新法	(76)
九、多功能组合创新法	(78)
十、线型组合如串珠	(80)
十一、藤型组合创新法	(81)
十二、树型组合创新法	(83)
十三、角型组合创新法	(85)
十四、扇型组合创新法	(86)
十五、梯型组合创新法	(88)

模 仿 创 新 法

一、模仿借光出新法	(93)
二、替代移用出新法	(94)
三、模仿创新优势谈	(96)
四、模仿时机与方式	(98)
五、模仿创新小策略	(99)
六、生物启示创新法	(100)
七、模仿生物创新法	(102)
八、恰当替代创新法	(104)
九、移花接木创新法	(105)
十、特性变移创新法	(107)
十一、等价变换创新法	(109)
十二、更材易质创新法	(110)
十三、互为补偿创新法	(112)
十四、正负补偿创新法	(113)

十五、主次更替创新法……………(114)

十六、因果互易创新法……………(116)

扩 缩 创 新 法

一、罗列问号创新法……………(121)

二、产品的扩张与缩小……………(123)

三、简单增加造大势……………(125)

四、产品的扩张与裂变……………(127)

五、增加元素创新法……………(128)

六、缩减元素创新法……………(130)

七、特性扩缩创新法……………(132)

八、附加希望之光创新法……………(135)

九、扩缩过程中的吐故纳新……………(137)

十、扩缩创新之情趣添加法……………(139)

十一、扩缩创新前期的预制件……………(141)

十二、创新大师随时进行预制件……………(142)

十三、利用快速制作系统创新……………(144)

十四、扩缩创新中的博采众长……………(145)

十五、扩缩创新法的最高境界……………(147)

缺 点 创 新 法

一、缺点创新法的提出……………(153)

二、从不满中生出新创造……………(154)

三、就是要找出缺点全力攻关……………(156)

四、逆用缺点就能出新……………(158)

- 五、顺势利用错误也创新……………(159)
- 六、特别缺陷必有特别用途……………(161)
- 七、创新“丑”字更奇特……………(163)
- 八、重新认识垃圾与废物……………(165)
- 九、辛普洛特废物利用法……………(166)
- 十、废料、垃圾与新的事业……………(168)
- 十一、垃圾变能源, 环保又省钱……………(169)
- 十二、心有所系, 废物不废……………(171)
- 十三、针对缺陷进行创新的好办法……………(173)
- 十四、配合使用希望点列举法……………(175)
- 十五、希望点列举法的常规做法……………(177)
- 十六、还可以运用列举法重组企业……………(179)

联 想 创 新 法

- 一、联想是什么……………(183)
- 二、想象力可以统治世界……………(184)
- 三、平面联想和立体联想……………(186)
- 四、构成联想创新法……………(188)
- 五、类比联想有助触类旁通……………(190)
- 六、类比联想创新六方法……………(192)
- 七、共同点联想创新法……………(193)
- 八、强制联想创新法……………(195)
- 九、强制联想的提示与诱导……………(197)
- 十、延伸联想触类旁通法……………(199)
- 十一、假设思考创新法……………(201)
- 十二、联想时的模棱两可法……………(203)

- 十三、横向联想有助智能转移……………(205)
- 十四、功能变移联想创新法……………(207)
- 十五、对比联想创新法……………(209)

信 息 创 新 法

- 一、信息就是力量……………(213)
- 二、网上信息助创新……………(214)
- 三、农民也会上网赚钱……………(216)
- 四、掌握信息与稳操胜券……………(218)
- 五、企业内部信息与创新力……………(220)
- 六、聚合外部信息解决难题……………(221)
- 七、信息“嫁接”与“杂交”……………(223)
- 八、学会分拆与整合信息……………(225)
- 九、分拆与整合信息的方法……………(227)
- 十、整合信息五原则……………(228)
- 十一、创造性收集关联信息……………(230)
- 十二、重组新的信息集……………(232)
- 十三、信息再造与创新思维……………(234)
- 十四、思维流畅性的培养……………(235)
- 十五、让思维从点、线、面走向立体……………(237)
- 十六、信息逆用创新法……………(238)

借 力 创 新 法

- 一、何谓借力创新法……………(243)
- 二、借力目标是置换……………(244)

- 三、不发明只改进战略..... (246)
- 四、创新经营方式与借力..... (247)
- 五、认识自己才能巧借力..... (249)
- 六、借力于他人的优势..... (251)
- 七、借得外力造大势..... (252)
- 八、借得工厂造规模..... (254)
- 九、借力“空白”涂彩卷..... (256)
- 十、借力借势小技巧..... (257)
- 十一、创新经营网络..... (259)
- 十二、创新垄断之力..... (261)
- 十三、创新消费口碑..... (262)
- 十四、诱发潜在需求..... (264)
- 十五、创新产品的名字..... (266)
- 十六、创名要与民众心理挂钩..... (268)
- 十七、创新“情报眼”..... (269)

机 遇 创 新 法

- 一、机会、机遇与商机..... (275)
- 二、树立机遇意识抓机遇..... (276)
- 三、日思夜梦引出机遇..... (278)
- 四、机遇随灵感牵手而至..... (279)
- 五、灵感成了通达彼岸之桥..... (281)
- 六、“有准备的头脑”是关键..... (284)
- 七、闻风而动巧捉机遇..... (286)
- 八、机遇要与实际紧紧挂钩..... (287)
- 九、一物多用掘机遇..... (289)

- 十、自我超越挖机遇……………(291)
- 十一、巧用危难创机遇……………(293)
- 十二、借用专家造机遇……………(297)
- 十三、换个角度看问题……………(298)
- 十四、变换角度并不复杂……………(300)
- 十五、另眼相看就能变换角度……………(301)

大 脑 创 新 法

- 一、人人可为的创新与创造……………(307)
- 二、普通人有信心也能创新……………(308)
- 三、创新能力来自后天……………(310)
- 四、创新最忌惯性思维……………(312)
- 五、训练创造性思维……………(313)
- 六、训练创新能力的目标……………(315)
- 七、训练创新能力的方式……………(316)
- 八、延伸大脑技法一……………(318)
- 九、延伸大脑技法二……………(320)
- 十、延伸大脑技法三……………(321)
- 十一、延伸大脑技法四……………(323)
- 十二、延伸大脑技法五……………(324)
- 十三、延伸大脑技法六……………(326)
- 十四、延伸大脑后的深加工……………(328)

财

富

创

新

法

