

论企业创新

罗崇敏 著

LUN QIYE CHUANGXIN

云南出版集团公司
云南人民出版社

论企业创新

LUN QIYE CHUANGXIN

罗崇敏 著

云南出版集团公司
云南人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

论企业创新 / 罗崇敏著. —昆明: 云南人民出版社,
2008

ISBN 978-7-222-05688-6

I. 论… II. 罗… III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第193037号

责任编辑: 王 梅 周 颖

装帧设计: 王睿韬

责任印制: 段金华

书 名	论企业创新
作 者	罗崇敏 著
出 版	云南出版集团公司 云南人民出版社
发 行	云南人民出版社
社 址	昆明市环城西路 609 号
邮 编	650034
网 址	www.ynpph.com.cn
E-mail	rmszbs@public.km.yn.cn
开 本	787×1092 1/16
印 张	20.75
字 数	360千
版 次	2008年12月第1版第1次印刷
印 刷	昆明美林彩印包装有限公司
书 号	ISBN 978-7-222-05688-6
定 价	48.00元

前言

创新是人类的本能，创新无所不在。人类社会进步与发展的历史，是一部持续动态创新发展的历史。人类社会从必然王国到自由王国，必须不断有所发现、有所发明、有所创造、有所前进。创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。中华民族是勤劳智慧的民族，也是富于创新的民族。在经济全球化、科技日新月异的新世纪，我们更要十分重视创新。要树立全民族的创新意识，建立国家创新体系，增强企业的创新能力。我们力求以新的视野，理性思考企业创新；立足新的发展，指导企业创新。从理念、知识、机制、产品组织、文化等方面研究企业创新问题。

创新是人类成长的摇篮，是人类社会具有丰富内涵的基本活动之一。人人能够创新，人人需要创新。在我国，建立创新型企业是当务之急，要在企业内建立创新体系，开展持续动态创新，才能使企业在竞争激烈的国际市场保持竞争优势和旺盛的发展动力。在第一章，着重介绍创新的基本概念，论述了创新型企业及其特征、营运机制、品质、持续动态创新以及企业创新的内容、创新组合等问题。

企业创新必须以理念创新为先导，当今社会正进行着一场观念的革命。在第二章着重论述了要建立面向未来的企业新观念，培育企业创新人才与核心能力，实施战略创新与集成创新。要学习引进现代企业集成、管理集成、技术集成、知识集成、组织集成的理论与方法，学会集成创新。要重视企业核心竞争力的创立、培育与强化，善于用核心能力增强企业活力。

为迎接知识经济的来临，企业必须善于知识创新。在第三章里，分别介绍了知识的种类、知识观、知识与学习、知识经济的概念与基本内容；企业开展知识管理的目标、原则、方法和要求。知识型企业知识管理的对象包括知识的内部和外部管理，显性知识与隐性知识的管理，知识的生成、交流、积累和应用管理，人才资源管理，组织结构管理；知识型企业如何建立知识管理的战略措施；企业的知识资本的构成、知识资产建设、智力投资与管理、防止知识资本流失的对策；知识型企业如何开展知识经营和知识管理的方式、方法。

企业制度创新和机制创新是企业创新的重要组成部分，也是创业者、

企业管理人十分关心的方面。第四章简要介绍了新世纪与企业制度创新：“入世”与企业制度创新、适应 21 世纪企业生存法则；企业改组与建立企业管理制度系统；企业改革与制度创新，如建立信息网络系统、建立战略联盟、产权模式的选择、企业并购的制度整合等。着重论述了企业机制创新、管理机制创新、经营机制创新、激励机制创新、约束机制创新和社会责任机制创新，其中介绍的一些方式、方法、内容是值得学习、借鉴的，如有效利用未来机制、有效利用企业资源机制、合作机制、提高文化含量机制、适度竞争机制等。

企业是技术创新的主体，技术创新是企业创新的核心。必须进一步加大技术创新力度，加强技术创新体系、机制和能力建设，既要用先进技术改造传统产业，更要实施高新技术发展战略，发展高新科技，发展新兴产业，发展自主创新，掌握核心技术，形成核心能力，建立自主知识产权，使技术创新保证企业可持续发展。在第五章对企业技术创新的类型、模式、原理原则、网络化合作及如何建立技术创新战略、策略，企业技术创新研究和产业创新，都作了必要的探讨和介绍。

管理创新是管理科学的精髓，是企业创新的关键。科技与管理是经济起飞的两个车轮。管理创新是在创造和掌握新的管理知识的基础上，主动适应外部环境、优化内部条件、提高组织效能、推动企业资源在质和量上发生新的变化和新的组合，使之有效实现企业目标的动态优化过程。管理创新是提高经济效益、竞争能力，推动企业发展的动力。在第六章从介绍国际管理趋势入手，介绍了如何建立企业管理创新的系统和企业管理创新的方法，如柔性技术、柔性管理、精良生产、设备精益化管理、差异化与资金融通差级管理等。

创新成功不取决于它的新颖度，它的科学内涵和它的灵巧性，而取决于它在市场上的成功。企业创新导向和成果都必须商业化、市场化。创新的首要内容是引入新产品或提供产品的新质量。市场是企业创新、特别是产品创新的起点和归宿。第七章论述和介绍了入世后的国际市场营销新形势，应对新世纪全球营销与跨国营销、网络营销与电子商务营销、知识营销、合作营销、绿色营销等现代营销观念与开拓应引起足够的重视，开拓市场营销战略创新，采取灵活有效的营销策略创新，以适应世界经济一体化、全球化和网络化带来的激烈的国际市场竞争的新形势，在竞争中保持优势，谋求企业的兴旺和发展。

企业靠产品，产品创新的成败决定着企业的存亡。第八章从企业产品创新应建立产品创新精神，重视新产品开发入手，对产品商品化概念、计

划、指标作了深入探讨,介绍了开发新产品的意义、新产品的种类、开发新产品的要求、内容,特别是对新产品开发过程中的创意作了详细的介绍。对产品创新的研究,对产品创新的原则、要求、设计及如何建立产品创新战略、策略要予以足够的重视;要对品牌创新包括品牌策划、品牌营销、品牌战略、品牌策略等进行探讨。

进入新世纪,跨国公司对企业组织创新进行了大量的研究、探索与实践。虚拟企业理论是对20世纪末期企业实践的理论概括,虚拟企业将成为21世纪的企业组织形态。企业组织创新必须研究虚拟企业,在第九章介绍虚拟企业产生的背景、概念、基本形成与特征,虚拟企业与传统企业的区别,以及虚拟经营的主要内容:业务外包、合作协议与企业共生、特许经营、合资企业、虚拟销售网络等。企业联盟的形式主要有战略联盟、知识联盟和策略联盟,应了解其概念、形成原因、内容、形式、特征、运作等;学习型企业是大家关注的话题;对什么是学习型企业?学习型企业的要素、建立步骤、特点、要求等,都作了简要的介绍。

企业文化创新是适应新世纪经济全球化、一体化,适应信息时代、网络经济、知识经济的客观需求。不同类型的经济、产业、企业,应与相应的企业文化创新相适应。企业文化创新是一项系统工程,既涉及经营性文化、管理性文化、体制性文化,也涉及精神文化、物质文化、制度文化,还涉及科技文化、素质文化、智力文化、可持续发展文化、开放型文化、商业文化、营销文化、信誉文化、形象文化、品牌文化、沟通文化等,必须进行企业文化整合创新。这些内容,在第十章作了介绍和论述。

创新是社会发展的永恒主题,创新是企业兴旺发达的不竭源泉,创新是创业者实现价值的内在动力。企业创新的研究是一个历史过程,企业主体的丰富实践和创新成果,需要理论指导和理论根据。如果在此所作的努力能在一定程度上适应和服务了企业主体的这种需要,就十分欣慰了。我要衷心感谢在撰写中借鉴了你们的研究成果的专家学者们,衷心感谢鼓励支持撰写出版拙作的朋友和同仁们。

罗崇敏

2008年10月22日

目 录

前 言	1
第一章 企业创新的概念	1
第一节 企业创新的基本概念	3
一、创新	3
二、熊彼特的创新理论与发展	5
第二节 创新型企业	8
一、创新型企业概念及其特征	8
二、创新型企业的营运机制	9
三、创新型企业的品质与导向	10
四、持续动态创新	12
第三节 企业创新体系	13
一、企业创新是一个系统	13
二、企业创新的内容	16
三、企业创新组合	18
第二章 企业理论创新与理念创新	21
第一节 面向未来的企业新观念	23
一、新理论导出的新观念	23
二、智力创新观念	24
三、发展观念	26
四、信息创新观念	28
第二节 战略创新与集成创新	31
一、战略创新的要求与内容	31
二、竞争战略与战略创新	32
三、战略创新实例	33
四、现代企业与现代企业集成	36
五、企业集成创新	38

论 企业创新

第三节 企业核心竞争力	41
一、企业核心竞争力的概念	41
二、核心竞争力的构成	42
三、优先发展核心竞争力的意义	44
四、培育与强化企业核心竞争力	46
五、用核心能力增强企业活力	49
第三章 企业知识创新	53
第一节 知识与知识创新	55
一、知识的种类	55
二、知识观	57
三、知识共享组织与学习	59
四、知识创新	61
五、知识经济	62
第二节 企业知识管理	63
一、企业知识管理的概念、原则和目标	63
二、开展知识管理活动	65
三、企业知识管理的实施	66
四、企业知识管理应注意的问题	68
第三节 企业知识资本与知识经营	69
一、企业的知识资本	69
二、知识经营	72
三、企业知识管理	74
四、开展价值创新研究	76
第四章 企业制度和机制创新	79
第一节 企业制度创新	81
一、企业改制现状与问题	81
二、新世纪与企业制度创新	82
三、建立企业管理制度系统	85
四、企业改革与制度创新	87
第二节 企业机制创新	90
一、管理机制创新	90
二、企业经营机制创新	92

三、企业激励机制创新	95
四、企业约束机制创新	97
五、社会责任创新	100
第三节 企业组织结构创新	101
一、企业重组与流程再造	101
二、信息时代的企业组织结构创新	104
三、适应知识经济的企业组织结构创新	105
四、企业孵化器	106
第五章 企业技术创新	111
第一节 企业技术创新	113
一、技术创新的历史考察与特征、意义	113
二、企业技术创新类型、模式	116
三、企业技术创新原理、原则	118
四、中小企业的技术创新	120
五、发展网络化合作创新	123
第二节 企业技术创新战略与策略	125
一、企业技术创新战略的建立	125
二、建立企业技术创新体系	129
三、实施高新科技发展战略	131
四、企业技术创新股份化策略	134
五、企业技术创新信息化对策	136
六、研究与发展国际化对策	138
第三节 企业技术创新研究与产业创新	142
一、技术创新与可持续发展	142
二、技术创新的风险识别与投资	144
三、技术中介服务	148
四、产业创新	151
第六章 企业管理创新	155
第一节 企业管理创新概述	157
一、管理创新的涵义与意义	157
二、管理创新的类型、特点和原则	158
三、管理创新的思维方法	159

论

企业创新

四、企业的管理创新	162
第二节 国际管理趋势与管理创新	164
一、国际企业管理趋势和启示	164
二、转轨时期的企业管理创新	165
第三节 企业管理创新系统	167
一、企业管理与创新	167
二、企业管理理念与实务创新	170
三、战略管理创新	174
四、人才开发创新	179
第四节 企业管理方法创新	183
一、柔性技术与柔性管理	183
二、精益生产和设备精益化管理	185
三、差异化与资金融通差级运筹	188
四、“立体化”管理革命	190
第七章 企业市场创新	193
第一节 新世纪的企业市场营销	195
一、新世纪的市场营销	195
二、入世与国际市场营销	200
第二节 企业市场营销观念创新	203
一、全球营销与跨国营销	203
二、网络营销	208
三、电子商务营销	211
四、知识营销	214
五、合作营销	216
六、绿色营销	219
第三节 市场营销战略创新	223
一、市场竞争创新战略	223
二、服务营销战略创新	226
三、现代营销战略新态势	229
第四节 营销策略创新	232
一、市场开拓策略创新	232
二、产品策略创新	233
三、价格策略创新	234

四、营销策略创新	235
五、分销渠道创新	235
六、推销策略创新	236
第八章 企业产品创新	239
第一节 产品创新精神与新产品开发创意	241
一、产品创新精神	241
二、新产品开发创意	241
第二节 产品创新研究	243
一、产品创新研究	243
二、产品创新原则	245
三、产品创新的要求	247
四、产品创新设计	248
第三节 产品创新战略与策略	251
一、产品创新战略	251
二、产品创新策略	254
三、产品创新加速化对策	256
第四节 企业品牌创新	258
一、品牌策划	258
二、品牌营销	260
三、品牌战略	262
四、品牌策略	267
第九章 企业组织创新	269
第一节 虚拟企业	271
一、虚拟企业产生的背景	271
二、虚拟企业的概念	272
三、虚拟企业的基本形式与特征	274
四、虚拟企业与传统企业的区别	275
五、虚拟经营	280
第二节 企业联盟	283
一、战略联盟	283
二、知识联盟	286
三、策略联盟	289

论

企业创新

第三节 学习型企业	292
一、什么是学习型企业	292
二、学习型企业的共同特点与要求	293
三、转变观念及改革组织机构	295
第十章 企业文化创新与创新文化	297
第一节 企业文化创新	299
一、企业文化创新的意义	299
二、企业文化发展的趋向和原则	300
三、企业文化创新的特点与要求	302
四、知识经济企业文化创新	304
五、网络时代的企业文化	306
六、知识文化时代	309
第二节 企业文化创新工程	311
一、企业文化创新是一项系统工程	311
二、文化力与企业文化	313
三、并购企业文化整合	317
四、企业文化与人力资源评估	319
主要参考文献	322

第一章

企业创新的概念

创新是破旧立新，创新无所不在。创新是人类成长的摇篮和发展的动力。世界一切发明创造都离不开创新。在知识经济时代来临之际，人人更需要创新，人人也能够创新。要创新以适应世界形势，就要对创新概念有所了解。对我国企业来说，更多的企业要转变成创新型企业，建立企业创新体系。

第一节 企业创新的基本概念

一、创新

1. 创新是破旧立新

创新是破坏旧世界，创造新世界。创新是创造新思维、新观念、新理论、新方法、新工艺。创新是更新，是制造新的事物或更改、变革。创新是发展、是为执行新的组合。在现代经济条件下，创新是新的组合的概念，既推动了创新，也促进了创新组合，使创新更上新的台阶与新的境界，达到新的水平。举凡新技术与原材料创新、与新元件、器件组合，新技术与产品创新、包装装潢创新的组合等，都可以创造出新的先进的生产力。而新的理论、新的理念与观念、新的制度与机制等，也可以形成新的文化，促进一个国家、一个民族的发展。

2. 创新的要求

(1) 创新就是改革，变革一切旧有的东西，使之变得更好。

(2) 创新是在已有成就基础上的突破。它是以深刻的科学理论指导为前提，对原有事物的批判、继承、摒弃与发展，而不是简单、无知的否定。即“实事求是”与“解放思想”的关系。

(3) 创新首先是观念上的创新，从思维创新、理念创新和观念创新发展到理论创新。

(4) 创新是突破原有的框框，要善于独立思考，不敢怀疑不行，要敢想、敢试、敢闯，有求异思维。如：逆向思维、大改小、小增大、右变左、左变右、上变下、下变上……更新、更大、更小、更短、更软、更美、更……有无别的方法？！

(5) 创新“必须深入事物本质的、大胆的、创造性的思维能力，科学理论越是深入，它所包罗的范围就越广大，经验知识所发挥的作用也就愈小”（爱因斯坦）。

(6) 创新、科学研究的本质是怀疑、批判，对现有的否定和超越。

(7) 创新不可能一帆风顺。要突破原有，就决定了创新过程、新思想、新观念、科学技术的新成果的推广和应用，都不可能一帆风顺。

(8) 知识经济时代的关键是依赖知识创新，知识已成为经济发展的主

要动力，知识经济要赋予其以知识为基础发展的涵义。

(9) 创新是有所发现、有所发明、有所创造、有所前进。

3. 创新的基本特点

创新具有持续动态性特征。创新、技术、知识一般都会在长时间内发展，要持续动态创新，就要掌握创新的一些特点：

(1) 概率性。指创新被应用于市场的概率。因为创新涉及到在社会系统首次实际使用问题，而一些重要的创新往往是在人们没有预料到的市场中首次使用的。据研究显示，一个项目若要获得商业成功，基础或前期应用研究项目的可能性，一般为1%；后期应用研究项目或前期开发项目的可能性分别是1/20和1/5；后期开发项目可能性是9/10。考虑创新运用概率性，可以节省长期开发费用。

(2) 复杂性和保密性。多数创新都需要由多个有经验的人共同完成，而最高有创新性的组织一般都以专题的方式开展工作并将不同领域的专家召集在一起进行短期、密集的交流 and 封闭式沟通。其需要的技术是高新的、组织也是复杂的、保密的。

(3) 从需求出发。创新必须有目的，有需求。研究表明，大约有70%的重大创新是由已被认识到的市场需求驱动的，而不是一个新概念、技巧或技术出现以后反过来再寻找需求。思科公司认为，他们从来不生产自己想出来的东西，只生产客户需要的东西。

(4) 创新执著性。只有执著追求，才能有效创新。创新是持续动态的、自觉的、全心全意投入的。创新需要执著于创新的人或创新斗士。

(5) 耗时性。创新是指部件、子系统、系统和各自然科学、社会科学按着看似无法预测的方式、沿着时间轴异步地相互作用，预定的时间表一般都无法准确的执行。

(6) 多变性和不平衡性。创新多变性表现为急进、倒退和不可预见的延迟等现象，并夹杂着随机相互作用，从而导致创新发展的不平衡性。

(7) 直觉潜在的知识。真正的发明者经常以对问题的隐喻和类推的方法思考，按非线性方式寻找问题的答案。

4. 创新的层次

最常见的创新活动按其层次及有关组织和软件方法分为：

(1) 简单解决方案。这是应用熟知的原理，用一个独特的方案解决一个新的问题，是最低层次的创新。

(2) 系统解决方案。有的项目一般要求采取跨功能部门或者全面质量控制式的团队方案，通过工作计划和界面的规定再加上系统软件来协调，

以系统解决方案。

(3) 发明性解决方案。它超出了现有学科的既定范围,解决这些方案常要动员联网的个人和团队参与,主要靠科学规划、系统要求和可选择的软件测试来管理。

(4) 激进创新。此类创新推翻了过去模式,迫使重新评价旧规则,要求那些同许多系统有关者改变行为。他们一般要独立合作,靠科学规则、软件模型和系统限制来管理。

(5) 全新现象。它不是仅仅对现有工业做革命性变革,而是创造出一整套全新的规则和角色,在产业上产生全新的联结方式,它主要涉及到独立合作,靠分类的定义、界面规则、网络和模型软件管理。

二、熊彼特的创新理论与发展

1. 熊彼特的创新理论

创新是一系列社会和管理过程,通过这些过程所得到的解决问题的方法可首次在特定文化条件下转化为某一社会用途。技术创新包含了艺术、科学或技艺的新组合,用来创造为社会所用的物品或服务。创新原本是经济学家熊彼特在《经济发展理论》一书中首先提出的。按照他的观点,所谓“创新”,就是建立一种新的生产函数,也就是说,把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系。熊彼特所说的“创新”、“新组合”或“经济发展”,包括以下五种情况:①引进新产品;②引用新技术,即新的生产方法;③开辟新市场;④控制原材料的新供应来源;⑤实现企业的新组织。按照熊彼特的看法,“创新”是一个“内在因素”,经济发展也是来自于内部自身创造性的关于经济生活的一种变动。他还认为企业家的本质是创新。你有创新时,才称得上是企业家,否则充其量只是一位管理者。

以上五种情况,我们可以理解为:①产品创新指创造一种新的特性,或全部新产品。②工艺创新指采用一种新方法;在有关制造部门中尚未通过经验检定的方法,这种新的方法不一定非要建立在科学新发展的基础之上,它还可以是以新的商业方式来处理某种产品。③市场创新指开辟一个新的市场,即有关国家某一制造部门以前不曾进入的市场,不管这个市场以前是否存在过。④原材料创新指取得或控制原材料或半制成品的一种新的供给来源。⑤组织创新指实现任何一种新的产业组织方式或企业重组,比如造成一种垄断地位,或打破一种垄断地位。