




在线开放课程

 普通高等教育应用型人才培养在线开放课程新形态一体化规划教材  
普通高等教育创新创业人才培养系列教材

# 创新创业基础

主编 马广水

高等教育出版社

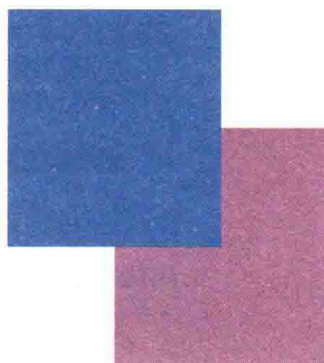


普通高等教育应用型人才培养在线开放课程新形态一体化规划教材  
普通高等教育创新创业人才培养系列教材

# 创新创业基础

主 编 马广水

副主编 王鑫 井颖



Chuangxin  
Chuangye  
Jichu



高等教育出版社·北京

## 内容提要

本书是普通高等教育应用型人才培养在线开放课程新形态一体化规划教材,普通高等教育创新创业人才培养系列教材。

深化高等学校创新创业教育改革,是国家实施创新驱动发展战略、促进经济提质增效升级的迫切需要,是推进高等教育综合改革、促进高校毕业生高质量创业就业的重要举措。党的十八大对创新创业人才培养做出重要部署,国务院对加强创新创业教育提出明确要求。为推动创新创业人才的培养,本书围绕创新创业的认知、团队建设、创业规划、创业实施四部分内容展开,旨在通过体系化知识学习加强学生对创新创业知识的储备。创新创业教育不是说教,“做中学”比“学中做”具有更加显性的教学效果。本书编写的同时,项目组开发了真实项目创业实训平台,学生可以面向目标市场完成自己的创业实践,在对与错、得与失中拾遗补缺,通过系统化操作和真实市场的历练提升创新创业技能水平。创新的永无止境性使培养学生的自我颠覆意识和勇气成为关键。本书除设置通用型案例教学模块之外,还专门设置了“颠覆性思考”模块,同时,在教学设计中,将“颠覆性思考”模块作为翻转课堂教学的有力抓手,引导学生自主学习、成为课堂的主人。本模块在两方面做出了新的尝试提升学生的逆向思维能力、激发其挑战权威的勇气两方面做出了新的尝试。

“创新创业基础”在职业教育数字化学习中心(www.icve.com.cn,简称“智慧职教”)上建有在线开放课程,包括微课、动画、漫画、图片、视频等丰富的数字资源,并择取优质资源做成二维码在书中进行了标注。此外,本书还配有PPT、习题答案、智能备课系统等数字化学习资源,具体获取方式请见书后“郑重声明”页的资源服务提示。

本书既可作为高职院校创新创业教育的实用教材,也可供应用型本科和其他类型院校学生选用,并可作为社会青年创业者的参考用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

创新创业基础 / 马广水主编. -- 北京:高等教育出版社,2016.9 (2018.1 重印)  
ISBN 978-7-04-046381-1

I. ①创… II. ①马… III. ①职业选择 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第193143号

策划编辑	李聪聪	责任编辑	李聪聪	特约编辑	吕培勋	封面设计	钟雨
版式设计	钟雨	插图绘制	杜晓丹	责任校对	吕红颖	责任印制	田甜

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社址	北京市西城区德外大街4号	网址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
邮政编码	100120		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
印刷	北京信彩瑞禾印刷厂	网上订购	<a href="http://www.hepmall.com.cn">http://www.hepmall.com.cn</a>
			<a href="http://www.hepmall.com">http://www.hepmall.com</a>
开本	787mm × 1092mm 1/16		<a href="http://www.hepmall.cn">http://www.hepmall.cn</a>
印张	17	版次	2016年9月第1版
字数	300千字	印次	2018年1月第5次印刷
购书热线	010-58581118	定价	44.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 46381-00



大众创新 万众  
创业

在这个时代，很容易产生颠覆性的创新。

为了吃货女友，他创办了 eBay；由于一次“课堂作业”，Google 在车库里诞生；为了对抗寄宿高中“变态”的校园文化，他从哈佛大学退学创办了 Facebook；由于交不起房租打不起车，他们推出了“分享经济”……

你有扎实的知识素养、敏锐的机会捕捉能力，你有强健的体魄、初恋般的热情，你有宗教般的虔诚、坚持不懈的韧劲……

年轻人改变世界！

2015年5月，国务院办公厅下发《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》。意见要求，高校要面向全体学生开发开设研究方法、学科前沿、创业基础、就业创业指导等方面的必修课和选修课，课程要纳入学分管理，建设依次递进、有机衔接、科学合理的创新创业教育专门课程群。

2015年12月，教育部印发《关于做好2016届全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》。通知指出，从2016年起所有高校都要设置创新创业教育课程，对全体学生开发开设创新创业教育必修课和选修课，纳入学分管理。

2016年7月，高等教育出版社在教育部职业技术教育中心研究所“高职创新创业培养体系的研究与实践”课题的指导下，经过调研众多高职院校创新创业开课情况，以及与全国商业行指委、知名企业/行业高管深入研究的基础上，完成了创新创业教育整体教学解决方案，全新推出创新创业课程群，并相应建设在线开放课程及新形态一体化教材。

创新创业教育整体教学解决方案所倡导的创新创业人才培养模式是：双创教育与专业教育融合，众创空间与实训基地融合，基于在线开放课程群的整体教学解决方案。与创新创业相关的，涉及学生的基本素质、基础知识、基本技能的课程是：创新创业基础/创新创业实务、创新创业财务知识、创新创业营销技能、创新创业管理技术。

学习者可在高等教育出版社智慧职教（[www.icve.com.cn](http://www.icve.com.cn)）平台在线学习创新创业课程。

总之，创新创业是一种很理智的商业投资行为，而非“只是为了证明自己和实现理想”的感性、盲目之举，也并非只是理想主义的乌托邦。创新创业的大学生们，需要具备足够的素养、知识、技能。高等教育出版社推出的创新创业在线开放课程及新形态一体化教材，就是为了帮助创新创业的大学生们做好从心理、精神到行为的足够准备。

高等教育出版社

2016年7月

彼得·蒂尔、比尔·盖茨、马克·扎克伯格、乔布斯等众多影响力超越国界和时代的创业者，在公众面前已经超越了一个具体的人，而成为一种精神和象征。他们以颠覆者的形象来到公众面前，展示给众人的不仅是异想天开、特立独行，更有脚踏实地、从无到有。现在，创新创业已成为全世界的焦点话题。在中国大地，创新创业风起云涌。2014年，李克强总理在第八届夏季达沃斯论坛中提出“大智兴邦，不过集众思”，强调智慧来自于大众，并坚信“大众创业、万众创新”将会在中国大地迸发出灿烂的火花。

教育部于2010年发布《关于大力推进高等学校创新创业教育和大学生自主创业工作的意见》和《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》，要求大力推进创新创业教育，推动创新创业教育和大学生自主创业工作实现突破性进展，以便为我国经济转型升级和持续发展提供源源不断的人才资源。党的十八大则明确提出要“培养学生社会责任感、创新精神、实践能力”。为落实文件精神，提高学生的就业能力，近年来各类高等院校均不同程度地开设了创新创业课程。

为推动创新创业人才的培养，本书围绕创新创业的实质内涵、团队建设、创业规划、创业实施四部分内容展开，特别突出教材的应用性与实践性。在体系构建及整体设计上，主要体现出以下特点：

第一，理论知识体系化。通过体系化的知识学习加强学生创新创业知识储备。

第二，强调“做中学”的创新创业教育。教材匹配真实项目创业实训平台，学生面向真实市场完成自己的创业实践，在对与错、得与失中拾遗补缺，通过系统化操作和真实市场的历练提升学生的创新创业技能水平。

第三，强调提升学生逆向思维、敢于挑战权威的自信心培养。创新的永无止境性使自我颠覆成为常态。本书专门设置“颠覆性思考”模块，并将其作为翻转课堂教学的有力抓手，引导学生自主学习、成为课堂的主人，有效提升学生的逆向思维能力和挑战权威的勇气。

本书由山东商业职业技术学院马广水教授任主编，王鑫副教授、井颖老师担任副主编。专题一由李明立、肖润松老师编写，专题二由王欣欣老师编写，专题三由

张亚慧、李明立老师编写，专题四由井颖、王葵、王欣欣、肖涧松、彭坤老师编写，赵雨负责综合实训，肖涧松副教授负责总纂定稿。

本书从大学生创新创业实际需求出发进行编写，能够对大学生、有志于创业的年轻人和正在创业的创业者们学习创新创业知识、练就创新思维、培育创业精神、提升创业技能、应对未来创业挑战起到重要的作用。

由于编者水平有限，不妥之处在所难免，欢迎广大读者批评指正。

编 者

2016年6月

---

# 目 录

---

- 专题一 创业离不开创新吗? /1
- 话题一 分析为什么管理良好的企业可能遭受淘汰 /2
- 不创新一定会“死”? /2
  - 那些惊心动魄的创新 /8
  - 创新呈现的“脸谱”和“标识符” /14
- 话题二 面对回不去的从前, 如何提升创新能力 /21
- 企业创新秘籍一二三 /21
  - 个体创新从创新思维开始 /23
  - 个体创新之7种实用技法 /31
- 话题三 创新对创业影响力有多大 /36
- 创业就是“开创一片事业” /36
  - 创业呈现的“脸谱”和“标识符” /42
  - 创业本源“众说纷纭” /45
  - 创业离不开创新吗? /50

- 
- 专题二 与最靠谱的人一起创业 /55
- 话题一 寻找最靠谱的创业者 /56
- 创业者有性别和年龄差异吗? /56
  - 你具备创业者的基本素质吗? /61
  - 能力不够, 不要强出头 /66
  - 创业动机“千百度”? /69
- 话题二 与最靠谱的创业者并肩战斗 /73
- 野蛮生长的创业团队 /73
  - 破解创业团队密码 /78
  - 组建创业团队需要你亲自动手 /80



---

专题三 看到创业计划书再创业 /87

话题一 创业机会先知先觉 /88

- 不要让创业机会从指尖溜走 /88
- 做个有商业嗅觉的创业者 /94
- 商业嗅觉理性判断 /99
- 做企业不挣钱就是犯罪 /107

话题二 没有调查就没有发言权 /114

- 分析你熟知的市场 /114
- 市场调查妙招 /121

话题三 创业计划落笔为实 /126

- 创业计划不可忽视 /126
- 创业计划的内容 /129
- 创业计划制定的原则和步骤 /132
- 完美展现创业计划书 /136

---

专题四 践行创业，实现你的企业家梦想 /149

话题一 创业公司活在“阳光下” /150

- 创办新企业这些事情你知道吗？ /150

话题二 创业英雄活在“大家心中” /160

- 创业领袖需要哪些素质？ /160
- 狮子如何领导羊群？ /176

话题三 创业资金“借鸡生蛋” /181

- 创业的钱从哪里来、到哪里去？ /181
- 怎样进行股权融资？ /190
- 怎样进行债权融资？ /193
- 怎样获得风险投资？ /200
- 怎样获得天使投资？ /205

话题四 创业管理“多措并举” /209

- 企业发展的保障——人力资源管理 /209
- 企业发展的命脉——企业财务管理 /217

- 销售总监是创业企业的财神爷 1227
- 风险管控是创业企业的预警系统 1243

---

参考文献 1253

---

## 专题一

---

# 创业离不开创新吗？

---

## 话题一 分析为什么管理良好的企业可能遭受淘汰



微课：不创新一定会死吗？

### ● 不创新一定会“死”？

#### 【引导案例】 企业不创新会死？——柯达公司警示录

柯达（伊士曼柯达）公司始建于1880年，创始人乔治·伊士曼，总部位于美国纽约罗彻斯特。柯达公司是世界上最大的影像产品及相关生产和提供商，提供的产品和服务包括LED、专业影像、商业影像、娱乐影像、业务解决方案、商业印刷、冲印、电影艺术等。公司的业务遍布全球150多个国家和地区。据统计，柯达2002年全球营业额达到128亿美元，其中一半以上来自美国以外的市场。然而，就是这样一个声名显赫、营业额高、业务遍布全球的百年老店，于2012年1月宣布破产保护，130多年历史的全球公司员工数量锐减，仅剩1万多人。

时间回到1991年，比尔·盖茨应邀来到柯达总部所在地纽约州罗彻斯特市，与柯达董事会成员商谈在Windows上支持柯达数字图像格式的问题时，时任CEO惠特莫尔居然在会议上聒声大作。当年惠特莫尔觉得自己有资本在会议上睡觉的原因有两个：一是企业规模悬殊，1990年微软收入11.8亿美元，柯达收入189.1亿美元。二是在与董事会成员的交流中，盖茨使用计算机专业术语使沟通产生障碍。在胶片给柯达带来滚滚财源和各种荣誉的时候，讨论数字化这种看起来枯燥且含金量不高的问题，惠特莫尔确实没有兴趣。“我们坐在这里与盖茨开会，而惠特莫尔却在一旁打呼噜”。这是斯瓦西在《变焦》一书中引用的当事人的话。也许，我们从这句话中可以找到声名显赫的柯达很快衰败的原因——对新技术应用的迟钝，创新的迟缓。

与此相比，当很多百年老店的CEO为了企业的生存和发展，绞尽脑汁地思考调整乃至更替核心业务的时候，柯达历任CEO根本就没担心过，他们利用乔治·伊士曼发明的感光胶片曾称雄百余年。然而，当他们被数字化的浪潮拍醒时，大势已去了。

#### 【案例思考】

柯达为什么会从行业老大大步入颓势乃至申请破产保护？

柯达缺乏创新吗？什么是创新？企业创新需要具备什么样的条件或保障？

#### 【颠覆性思考】

不创新就会“死”，这在上述案例中似乎得到了验证。你能推翻这个观点

吗？请用充分的证据说明。

### 【案例启示】

在经济全球化和技术创新日新月异的信息技术时代，任何企业或产品如果一成不变，结果只会跟柯达一样。同样，从柯达的溃败中我们可以学习到，大者并非恒大，强者亦非恒强。不管是新企业还是百年老店，都需要不断地进行技术的创新 and 管理的变革。唯有那些伴随着社会的发展不断创新的企业，方能基业长青。

### 【知识研修】

企业是社会经济的细胞，是经济发展的基本单位。企业要发展就需要不断生产商品或提供服务，以满足社会需求。换言之，企业发展历史就是不断满足顾客需求，不断适应市场的过程。而随着社会的发展，人类的需求也处于不断变化和进步之中，所以客观上要求企业不能一成不变，必须根据市场不断变革，不断创新。

#### 一、企业遭受淘汰与创新有关联

经济社会不断更替发展，其本质是基于新的主导技术进行优化的产业、经济、政治和文化等重新塑造了新的社会平衡，并取代原有的社会平衡，企业要顺应并接受这种颠覆性的技术变革带来的结果。德国博世公司前主席，现任监事会主席弗朗茨-菲润巴赫(Franz Fehrenbach)认为“效率”这个概念与创新紧密相连，可以通过两种途径获取：一是创新新产品，二是改进技术后更新换代现有产品。沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春，在激烈的竞争格局下，方向和效率失误是企业遭受淘汰的主要原因。

##### （一）企业创新意识和创新能力变慢

当今世界瞬息万变，唯一永恒不变的就是“变化”。应对变化，只有不断创新，企业才能求得长远发展。当今是知识经济时代、网络经济时代，也是信息经济时代，以创新谋求发展已经成为企业发展的必由之路。“不创新就死亡”、“创新慢也终将死亡”已经悄然成为世界商业的游戏规则。

爱迪生曾说：“卖不出去的东西，我本不想去发明。销售是有用的证据，有用代表着成功。”对企业而言，创新不是在实验室很美妙、而在市场上一败涂地的构想，而是一个能转化为收入和利润的想法。因此，随着企业的成长，部分企业围绕客户需求创新的能力下降，不再紧随客户需求，导致企业产品竞争力下

降。正如伊尔梅特锁说：“没有客户的创新是没有的意义，那根本不是创新。”因此，真正的创新应该能够改变公司所处的情境，包括市场、顾客、竞争和社会等方面。

## （二）企业随其发展壮大而逐渐变懒

企业的发展一般要经历四个时期，即创业期、成长期、成熟期和衰退期。需要注意的是，企业创新能力变化总是发生在经济状态变好之前。在创业初期，创新是企业的主题，企业因创新而成立。在成长期，企业发展的重点是体系设计、新领域的选择和产业多元化，而这些正是制度创新、技术创新、结构创新的具体表现。经过前期的创新和积累，企业步入生命周期的高峰状态即成熟期，逐步在生产技术、产品质量、销售渠道等方面取得相对竞争优势，抵御市场风险的能力也大大提高，这时的企业更容易沉迷于现有的成绩而停滞不前，也有的管理者由于担心改变会给企业带来风险和业绩下滑而拒绝改变。进入衰退期以后，企业的经济业务出现停顿和下滑，这时寻找衰败原因基本会归结为企业创新能力问题。企业要想在未来的商业竞争中获胜，就必须高度关注自身创新能力的变化，并逐步强化自身的创新能力。

## 二、成功创新的典范

创新可以改变而且正在改变世界。一些新兴的企业利用创新迅速崛起为业界大佬，并且制定业内的游戏规则。马云由于创新性地把 B2B 与互联网结合起来，迅速建立起一个阿里巴巴商业王国。世界巨富比尔·盖茨曾经说过：“创新不仅是降低成本、开拓新市场的需要，更是将公司做大做强的唯一选择。”微软就是在他的带领下，靠着产品的不断更新换代，软件用途的不断开发，才把其他竞争者远远地甩在了身后。通过搭上网络时代快车而创业致富的人很多，Facebook（脸谱）的创始人马克扎克·伯格，就是这样一位成功人物。为什么马克扎克·伯格能够成功？为什么 Facebook 能够成功？为什么马克扎克·伯格的财富能迅速地增长？原因就在于他敢于不断创新。财富不是从天而降的，只有敢于创新的人才能成为最后的胜利者。

创新可以改变企业的经营方式。一些老牌的企业正在通过强化自身的创新能力得以创造更高的利润。1969 年成立的万向集团因为走了一条有自己特色的创新之路才能在 40 多年的经济大潮中存活到现在。万向始终坚持把提高自主创新能力摆在增强企业核心竞争力的首要位置，从而实现了 40 多年持续、稳定的增长。而该集团的创始人鲁冠球也被称为“企业家常青树”。2000 年 6 月，雷富礼出任宝洁公司 CEO，之后他把“让创新融入宝洁所开展的一切活动”作为自己的主要任务，从而挽救了衰落的宝洁。

创新可以让企业主动出击并且更快、更深地切入市场。戴尔采取了创新的业务模式，向消费者直销并且按订单生产，取得了巨大的成功；滴滴巴士尝试将巴士进行多场景应用的定制巴士，根据大数据测算并推出城市出行新线路，目前滴滴巴士已经在北京和深圳拥有 700 多辆大巴、1 000 多个班次；海尔集团在张瑞敏的带领下营造了一个创新型的海尔文化，从众多的竞争者中脱颖而出，并逐渐成为了一个世界级的品牌。

创新不仅是实现持续成长、提升企业价值的主要推动力，而且是改造一家公司的战略、组织能力、文化和领导力的催化剂。一家企业要想做大做强，要想获得长远发展，必须营造一个创新的文化。

可以预见，不能持续稳定地进行创新的企业必将走向衰亡，所以企业的领导者除了创新别无选择。为了营造创新文化，企业领导者必须建立一个长远的战略、一个创新的团队、一个把创新推向市场的流程和一个支持创新的组织机构。但大多数企业的创新观念仍然十分落后，这些企业的生存年限也十分短暂，因此中国的企业要想走出中国、走向世界，还有很长的一段创新之路要走。

### 三、技术变革影响着创新

科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑。科技兴则民族兴，科技强则民族强。当今世界，谁牵住了科技创新这个“牛鼻子”，谁走好了科技创新这步先手棋，谁就能占领先机、赢得优势。新一轮科技和产业革命正在创造历史性机遇，催生互联网+、分享经济、3D 打印、智能制造等新理念、新业态，其中蕴含着巨大商机，正在创造巨大需求，用新技术改造传统产业的潜力也是巨大的。

党的十八大以来，习近平同志把创新摆在国家发展全局的核心位置，高度重视科技创新，围绕实施创新驱动发展战略、加快推进以科技创新为核心的全面创新，提出了一系列新思想、新论断、新要求。一般技术变革将分别针对延续性技术和颠覆性技术展开工作。

#### （一）延续性技术

延续性技术一般是指改善产品性能或完善产品功能的技术。有很多专家或企业界人士给出了不同的定义，如 360 公司董事长周鸿祎所说，“微创新”其实就是这种延续性创新，他曾经做过 QQ 文件传输速度比 MSN 快的阐述来说明微创新。所有延续性技术的共同点在于它们的发力点都是主要市场的主流消费者一直以来所看重的性能层面，并以提高成熟产品的性能为目标。一般延续性创新技术很少会导致领先企业的失败。



案例：杨明平  
—— 超级课堂  
联合创始人

## （二）颠覆性技术

颠覆，从词义解释，是对某种事物造成强烈冲击，使其倾覆或翻倒，使事物本质发生改变。简单而言，就是和传统不同，也有人说就是“破坏现有规矩”。所谓“颠覆性技术”，是指一种技术或革新，导致了传统产品或工作方式与人们期待和预测的完全不同，往往是工作更简单，产品更便宜，彻底改变了市场竞争格局。颠覆性技术就是与原来完全不同的技术，它会给市场带来截然不同的价值主张。比如，移动电话相对于固定电话而言就是颠覆性技术，互联网门户网站相对于电视、社交自媒体相对于互联网门户、线上数码商城相对于传统的数码卖场等也都是颠覆性技术。一般来说，颠覆性技术产品的性能要低于主流市场的成熟产品，但它们拥有一些边缘消费者（通常也是新消费者）所看中的其他特性。基于颠覆性技术的产品通常价格更低、性能更简单、体积更小、更方便消费者使用。尽管刚开始颠覆性技术的性能可能低于市场用户的需求，但它们日后可能会发展成为同一市场上完全具备性能竞争力的技术。

延续性技术和颠覆性技术变革的影响如图 1-1 所示。

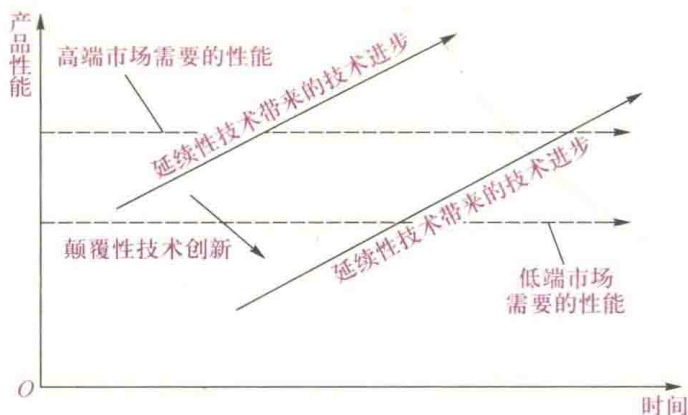


图 1-1 延续性技术和颠覆性技术变革的影响

## 四、技术发展 S 形曲线

大部分产品的研发或者一个行业的技术发展的曲线类似 S 形。对一项新技术而言，当研究人员必须花费较多的精力和研发成本展开新技术的研究时，往往投入人多而收益少。随着学习和发现的知识不断增多，它们会形成一种聚合优势，这种优势促使这一技术的发展进入黄金期。在这个时期，新的革新应运而生，投入很少就可以借助过去的积累取得进步。当然，任何一项技术都拥有一个限度，它不可能在不改变本质的情况下无限制发展下去，因此当研发接近了技术自然极限的时候，整个技术的研究又似乎回到了刚刚发现这一技术的初期阶段。你需要投入很多，但是依然只得到很少的技术进步。将这 3 个阶段绘制成图，我们将得到



一个S形状的曲线。这就是企业或者行业或者技术发展的S曲线。

以汽车和汽车行驶速度这一对变量绘制成汽车发展历史上的S曲线，如图1-2所示。

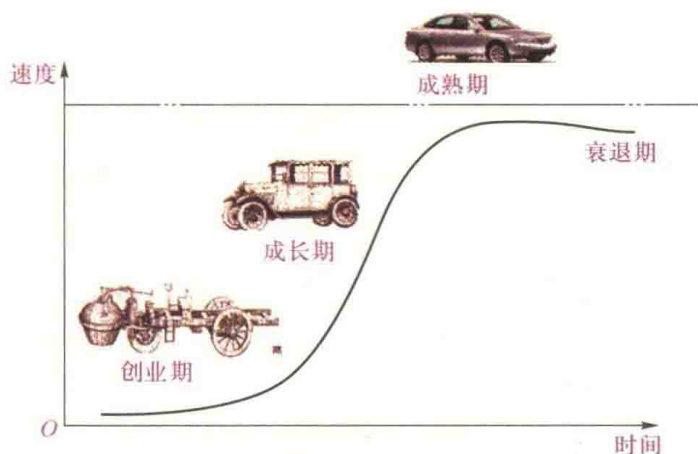


图 1-2 汽车与汽车行驶速度对比

在汽车出现的早期，汽车的速度甚至比不上飞奔的骏马，而且汽车的很多配套技术都不成熟，科学家和工程师需要花费大量的时间和精力去研发这一技术，而此时汽车的速度并没有明显的提升。随后的几十年，汽车（或者说汽车中的一个较大的类）进入了速度竞争区，几乎每一年，汽车的行驶速度都会得到提升，最高行驶速度和0~100米加速的纪录被持续刷新。但是随后，汽车行驶速度开始接近其自然极限，仅仅靠既有的汽车模式很难再有巨大的提升。

其实，不仅仅在汽车领域，几乎任何一个领域都能发现其S曲线。如果S曲线在所有的行业里都存在，我们就必须认清一个事实，就是在任何技术领域，总存在一个较为困难的前期阶段、一个收益颇丰的中期阶段，以及一个投入多、却产出很少的第三阶段。

我们要认识到，在任何创新期间，都会遇到一个困苦的第一阶段。在此阶段，虽然能够看到技术上的进步，但是却无法很快获得巨大收益。创新者需要理解这是创新必须经历的一个阶段，只要验证其正确的方向就应当坚持。同样，在第三阶段，一旦企业发现投入资金与技术所得的差异越来越大，而这一技术领域又已经进入到成熟期，那么企业就应该考虑是否这项技术已经接近了其自然极限。如果确信这一点，那么通过技术创新以发展替代性产品就变得尤其重要，这也就是为什么创新在任何时期都尤其重要的一个原因。在广告行业中，我们也可以发现一些有趣的现象。例如，传统广告宣传效果下降，预示传统广告正在进入第三阶段。而在过去的几年，移动互联网广告也在绘制自己的S曲线。在2000年前后的2年间，说服广告主投入网络广告是非常困难的，也只有少数广告公司