



工业和信息化部普通高等教育
“十三五”规划教材立项项目



21世纪高等学校
经济管理类规划教材
高校系列

FOUNDATIONAL OF INNOVATION
AND ENTREPRENEURSHIP

创新创业基础

+ 李新庚 主编
+ 杨辉 高永丰 副主编

系统完整，重点突出
内容新颖，紧跟前沿
注重案例，结合实践

ECONOMICS
AND
MANAGEMENT



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



工业和信息化部普通高等教育
“十三五”规划教材立项项目



21世纪高等学校
经济管理类规划教材
高校系列

FOUNDATIONAL OF INNOVATION
AND ENTREPRENEURSHIP

创新创业基础

+ 李新庚 主编
+ 杨辉 高永丰 副主编

ECONOMICS

INVESTMENT

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

创新创业基础 / 李新庚主编. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2016. 8
21世纪高等学校经济管理类规划教材. 高校系列
ISBN 978-7-115-43068-7

I. ①创… II. ①李… III. ①职业选择—高等学校—教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第177696号

内 容 提 要

本书全面系统地阐述了创业管理的基本理论与方法,具有较强的实用性和操作性。全书共十三章,主要内容包括:创新创业概述、创新思维与技法、创新训练、创业者与创业团队、创业机会识别与评价、商业模式、创业计划书、创业项目财务分析、创业融资、创办企业、创业企业成长期管理、公司内部创业、创业风险与信用管理。

本书可作为普通高等院校创新创业相关课程的教材,也可作为新创企业或企业管理者的参考用书。

-
- ◆ 主 编 李新庚
副 主 编 杨 辉 高永丰
责任编辑 许金霞
责任印制 沈 蓉 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
固安县铭成印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 16 2016年8月第1版
字数: 254千字 2016年8月河北第1次印刷
-

定价: 39.80 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315

2015年5月,国务院办公厅印发了《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》,这是党和国家在新时期为建设创新型国家,实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦,提供强大的人才智力支撑的重大战略和部署,也是对新时期高校创新创业教育赋予了新要求,提出了新任务。所以,各类高等院校建设和发展的一个重点方向,就是推进创新创业教育内涵式发展,提高高等教育质量,促进学生全面发展,推动毕业生就业创业,服务国家现代化建设。

以此为基础,如何编写出一本真正符合高等院校应用型创新创业人才教育培训的需要,打破以往创新创业基础教材强调学科体系、重理论轻实践、重知识轻实训、重管理轻服务的传统模式,这很值得我们去认真探究。为此,广东白云学院集合了一批长期在一线从事创新创业教育的教师,发挥他们在理论与实践方面的积累,突出实践性教学和案例教学的优势,共同编写了本书。

本书的体系及结构符合国内外创新创业教科书的主流,由创新和创业两部分组成。全书共十三章,围绕创新思维与技法,研究设计创业过程中创业者与创业团队建立、创业机会识别与评价、商业模式设计、创业计划书撰写、创业项目财务分析、创业融资、风险管理等内容展开。本书循序渐进地介绍创新和创业的原理和方法,在理论内容的取舍与安排上,力争做到系统完整、重点突出,并注重用案例反映创新创业实践,按照逻辑顺序来阐述创新创业过程的有关知识与技能。在写作过程中,博采国内外众多创新创业基础教科书之所长,借鉴、参考和吸收了众多的研究成果。原理阐述简明,通俗易懂,可作为各类高等院校相关课程的教材,也适合 MBA、研究生和网络教育相关专业的课程使用。

本书由广东白云学院李新庚教授担任主编,并负责全书总体框架编写和审

前言

FOREWORD

定。杨辉、高永丰老师负责全书的统稿、各章节内容的修改和定稿工作。各章节编写成员分别是：李新庚（第一章）、杨辉（第二章）、杨宝丽（第三章）、曾华（第四章）、杨勇军（第五章）、李左声（第六章）、黎超（第七章）、贾文博（第八章）、周利芬（第九章）、陈有毅（第十章）、招建贞（第十一章）、高永丰（第十二章）、吴良勇（第十三章）。

在本书的编写过程中，得到了广东白云学院领导的大力支持，在此深表谢意。同时，我们参阅和借鉴了大量的相关书刊和网络资料，引用了部分文献资料和案例，在此谨向这些书籍、论文、案例及其他资料的作者表示诚挚感谢。

高等教育改革大潮方兴未艾，高质量教材的编写和更新是长期而艰难的过程。由于编者水平有限，加之编写时间仓促，书中的疏漏和不足之处在所难免，恳请读者提出批评和建议，以使本书不断充实完善。

编者

2016年6月

第一章 创新创业概述 / 1

第一节 创新的概念及其作用 / 2

- 一、创新的概念 / 2
- 二、创新型企业的品质 / 4
- 三、创新型企业的特征 / 5
- 四、企业创新的作用 / 6

第二节 创业的概念及其内涵 / 7

- 一、创业理论的提出 / 7
- 二、创业的概念 / 8
- 三、创业的特征 / 9
- 四、创业的分类 / 9
- 五、创业的意义 / 10

第三节 创新和创业的基本关系 / 12

- 一、创新与创业的区别 / 12
- 二、创新与创业的联系 / 13

第二章 创新思维与技法 / 20

第一节 创新思维 / 21

- 一、思维 / 21
- 二、创新思维 / 22
- 三、创新思维的特点 / 22

第二节 创新思维的开发与训练 / 24

- 一、创新思维的开发 / 24
- 二、创新思维的训练 / 28

第三节 创新思维的技法与应用 / 31

- 一、思维导图技法 / 31
- 二、智力激励法 / 32
- 三、特性列举法 / 32
- 四、设问探讨法 / 33
- 五、仿生创新法 / 33
- 六、联想创新法 / 34

七、类比创新法 / 34

八、移植创新法 / 35

第三章 创新训练 / 38

第一节 创新训练课题来源 / 39

一、创新训练课题寻找途径 / 40

二、创新训练课题类型 / 41

第二节 创新训练课题选择 / 43

一、创新训练课题的价值诉求 / 43

二、创新训练课题的筛选 / 43

第三节 创新训练课题的实施 / 44

一、创新训练课题的申报 / 44

二、创新训练课题的研究 / 45

第四节 知识产权与专利 / 47

一、知识产权与专利的概念 / 47

二、专利的类型 / 48

三、专利的申请和审批程序 / 49

第四章 创业者和创业团队 / 52

第一节 创业者 / 54

第二节 创业者的素质和能力 / 55

一、创业应具备的素质 / 55

二、创业应具备的能力 / 58

三、不适合创业的大学生类型 / 59

四、影响创业成功的心理障碍 / 61

第三节 创业团队的组建和管理 / 62

一、创业团队的概念和类型 / 63

二、创业团队成功的关键因素 / 65

三、创业团队的组建 / 65

四、创业团队的管理 / 68

第四节 创业团队的社会责任 / 69

一、经济责任 / 69

二、法律责任 / 69

三、公益责任 / 69

第五章 创业机会识别与评价 / 75

第一节 创业机会的特征与类型 / 76

- 一、创意与创业机会的概念分析 / 77
- 二、创业机会的特征 / 78
- 三、创业机会的类型 / 79
- 四、创业机会的来源 / 80

第二节 创业机会开发与筛选 / 81

- 一、影响创业机会识别的因素 / 81
- 二、创业机会的开发 / 82
- 三、分析并筛选创业机会 / 84

第三节 创业机会的评价 / 85

- 一、蒂蒙斯创业机会评价指标 / 85
- 二、刘常勇创业机会评价指标 / 88

第六章 商业模式 / 92

第一节 商业模式概述 / 93

- 一、商业模式的内涵及本质 / 93
- 二、商业模式的理论基础 / 95
- 三、商业模式的组成要素 / 96

第二节 如何设计商业模式 / 97

第三节 新型互联网商业模式 / 98

- 一、实物商品的商业模式 / 98
- 二、广告 / 98
- 三、交易平台模式 / 99
- 四、直接向用户收费 / 100
- 五、免费增值模式 / 100

第四节 创新商业模式分析——以“好邦客”为例 / 101

- 一、“好邦客”是什么 / 102
- 二、“好邦客”模式特点 / 102
- 三、“好邦客”模式如何搭建 / 102
- 四、“好邦客”盈利模式 / 104

第七章 创业计划书 / 107

第一节 创业计划书的含义和作用 / 108

- 一、创业计划书的含义 / 109
- 二、创业计划书的作用 / 109

第二节 创业计划书的总体框架和撰写步骤 / 110

- 一、创业计划书的要求 / 111

目 录

CONTENTS

- 二、创业计划书的内容 / 113
- 三、创业计划书的编写步骤 / 116

第八章 创业项目财务分析 / 123

第一节 了解重要的财务报表 / 124

- 一、会计要素 / 124
- 二、财务报表 / 127

第二节 现金流量分析 / 128

- 一、现金是企业活力的源泉 / 129
- 二、保持现金流动的原则 / 131

第三节 财务比率分析 / 131

- 一、盈利能力比率分析 / 131
- 二、企业营运能力分析 / 133
- 三、企业偿债能力分析 / 135

第四节 盈亏平衡分析 / 137

- 一、固定成本 / 138
- 二、变动成本 / 138
- 三、盈亏平衡分析 / 138

第九章 创业融资 / 144

第一节 创业融资分析 / 145

- 一、创业融资的概论 / 145
- 二、创业融资难的表现及原因 / 146

第二节 创业所需资金的测算 / 147

- 一、估算启动资金 / 148
- 二、测算营业收入、营业成本和利润 / 148
- 三、预估财务报表 / 148
- 四、预计现金流量表 / 149
- 五、结合企业发展规划预测融资需求量 / 149

第三节 创业融资的渠道 / 149

- 一、私人资本融资 / 150
- 二、机构融资 / 151
- 三、政府扶持 / 151

第四节 创业融资的选择策略 / 153

- 一、创业融资的基本原则 / 153
- 二、影响企业融资方式选择的关键因素 / 153
- 三、创业融资的前期准备 / 155

- 四、债权融资与股权融资的选择 / 157
- 五、创业者创业融资易产生的问题 / 159

第十章 创办企业 / 165

- 第一节 创办企业概述 / 166
 - 一、创办企业的指导思想 / 166
 - 二、创办企业的原则 / 167
 - 三、选择合适企业模式的创业技巧 / 168
- 第二节 企业法定组织形式 / 171
 - 一、个体工商户 / 171
 - 二、个人独资企业 / 171
 - 三、合伙企业 / 173
 - 四、有限责任公司 / 174
- 第三节 创建新企业的主要流程及实务 / 177
 - 一、企业名称的预先核准 / 177
 - 二、企业注册验资报告的获取 / 177
 - 三、营业执照的申办程序 / 178
 - 四、企业印章刻制的有关规定 / 179
 - 五、组织机构代码证的申办 / 180
 - 六、税务登记申报的一般程序 / 180
 - 七、银行账户开设的基本程序 / 181
- 第四节 企业的选址 / 181
 - 一、企业选址因素 / 182
 - 二、企业选址的程序 / 184

第十一章 创业企业成长期管理 / 188

- 第一节 企业生命周期理论 / 189
 - 一、企业成长概述 / 189
 - 二、企业生命周期理论 / 190
 - 三、创业企业的成长阶段划分 / 192
- 第二节 创业企业成长期的特征 / 196
 - 一、成长前景良好 / 196
 - 二、经营风险仍然很高 / 196
 - 三、管理活动逐步规范化 / 197
 - 四、市场份额不断扩大 / 197
 - 五、投资需求增加 / 198
 - 六、对人力资源数量和质量的需求不断增长 / 198

- 七、企业文化积累和发展的关键时期 / 199
- 八、企业富有创造力且能较快的转化为生产力 / 199

第三节 创业企业成长期的主要模式 / 200

- 一、企业成长模式概述 / 200
- 二、选择企业成长模式对企业的影响 / 201

第四节 创业企业成长期的战略管理 / 202

- 一、企业成长期总体战略选择 / 203
- 二、企业成长期经营战略选择 / 205

第十二章 公司内部创业 / 211

第一节 公司内部创业概述 / 212

- 一、公司内部创业的内涵 / 213
- 二、公司内部创业的原则 / 214
- 三、公司内部创业注意问题 / 215

第二节 公司内部创业的模式 / 216

- 一、公司先庇护再放手模式 / 216
- 二、转为代理商或外包业务商 / 217
- 三、计划书模式 / 218
- 四、15%模式 / 219
- 五、公司风险投资模式 / 219
- 六、阶段管理模式 / 220

第三节 公司内部创业的障碍及克服 / 221

- 一、公司内部创业的障碍 / 221
- 二、公司内部创业障碍的克服 / 223

第十三章 创业风险与信用管理 / 227

第一节 创业风险管理 / 228

- 一、创业风险的来源 / 228
- 二、大学生创业的主要风险 / 230
- 三、一般企业的风险管理 / 231
- 四、企业的基本风险防范管理方法 / 234

第二节 创业信用管理 / 235

- 一、创业信用管理概述 / 235
- 二、创业信用管理的主要内容 / 237
- 三、创业信用管理流程 / 240
- 四、企业信用管理流程的操作方法 / 241

参考文献 / 246

CHAPTER 1

第一章 创新创业概述



- 创新的概念及其作用
- 创业的概念及其内涵
- 创新与创业的基本关系



创新；创业；创新与创业的关系



引导案例

Facebook (脸谱) 与马克·扎克伯格

Facebook (脸谱) 是一个创办于美国的社交网络服务网站, 2004 年 2 月 4 日上线。互联网用户凡年龄达 13 岁, 即可注册成为 Facebook 用户, 并享有站内所有免费功能。2012 年 5 月 18 日, Facebook 正式在美国纳斯达克证券交易所上市。2010 年世界品牌 500 强: Facebook 超微软居第一。根据 Facebook 官方统计, 截至 2012 年 9 月, 站内已逾 10 余亿名的活跃用户, 上传相片数量逾 2190 余亿张。用户可以建立个人专页, 添加其他用户作为朋友并交换信息, 包括自动更新及即时通知对方专页。此外, 用户可以加入各种群组, 例如工作场所、学校、学院或其他活动。2012 年 5 月 18 日, Facebook 在美国纳斯达克证券交易所上市, 股票代码 FB。2013 年 2 月美国知名科技博客网 Businessinsider 根据互联网流量监测机构 com Score 的数据, 列出全球最大网站前 20 名榜单, 名列榜首的是 Facebook 8.367 亿独立访问者。

Facebook 的创办人是马克·扎克伯格 (Mark Zuckerberg), 被人们冠以“盖茨第二”。哈佛大学计算机和心理学专业辍学生。据《福布斯》杂志保守估计, 马克·扎克伯格拥有 135 亿美元身家, 是 2008 年全球最年轻的巨富, 也是历来全球最年轻的自行创业亿万富豪。2010 年 12 月, 扎克伯格被《时代杂志》评选为“2010 年年度风云人物”。2015 年, 扎克伯格表示, 计划将他与华裔妻子普莉希拉-陈持有的 facebook 股份中的 99% (约 450 亿美元, 2879 亿元人民币) 捐赠给慈善机构, 为下一代改善世界。

第一节 创新的概念及其作用

一、创新的概念

1. 创新的含义

创新一词在经济学、管理学当中有特定的含义。在现代市场经济条件下, 创新往往是一种新的组合, 如新技术与新产品的组合、新技术与新生产过程的组合、新技术与新原料的组合、新技术与新市场的组合以及新技术与新产业组织的组合等。

大多数学者和企业人士都同意美国经济学家熊彼特关于创新的定义: 创新是

指新产品的开发、新市场的开拓、新生产要素的发现、新生产经营管理方式的引进和新企业组织形式的实施。熊彼特最早在 1912 年《经济发展》一书中，提出“创新理论”一词。以后又在其他著作里加以应用和发展。1942 年，“创新理论”体系最终完成。

熊彼特说的“创新”或“新组合”，包括下列五种情况：

- (1) 引入一种新的产品或提供一种产品的新的质量。
- (2) 引进新技术，即采用一种新的生产方式。
- (3) 开辟一个新的市场。
- (4) 采用新的原材料或控制原材料的供应来源。
- (5) 实行一种新的组织形式，如建立一种垄断地位或打破一种垄断地位。

可见，熊彼特所说的“创新”主要是一个经济概念，而不是一个技术概念。它是指经济活动中引入某种“新”的东西，形成新的组合，因而与技术上的新发明并不是一回事。一种新的发明只有在被应用到经济活动时，才成为“创新”。

可见，创新在经济学、管理学上的意义就是新的组合，而这个组合的最初起因可能是知识的创新和技术创新。在长期的管理实践中，创新的内容被不断地逐步扩充，包括管理创新、制度创新、组织创新、市场创新、产品创新、观念创新、管理方法创新、文化创新、品质创新等。

1985 年，被誉为“现代管理之父”的美国管理学家彼得·德鲁克发展了创新理论。他提出，任何使现有资源的财富创造潜力发生改变的行为，都可以称之为创新。德鲁克主张，创新不仅仅是创造，而且并非一定是技术上的。对一项创新的考验并不在于它的新奇性、科学内涵，或是小聪明，而在于推出市场后的成功程度，也就是能否为大众创造出新的价值。这就使人们对创新的理解拓展到技术、产品、经营、管理、市场等诸多领域，极大地丰富了创新的含义。

2. 创新概念与其他相关概念的比较

要准确理解创新的含义，还有必要将创新概念与其他几个相关概念加以区别。

(1) 创新与发明

创新与发明是两个不同的概念。发明是指研究活动本身或它的直接结果，而创新是发明的商业化过程或商业化结果。按照熊彼特的观点，创新是发明的首次商业化应用。因此，只有第一次把发明引入生产体系并为商业化生产服务的行为才是创新，第二次、第三次只能算作模仿。一般地，发明先于创新，两者的关系可简洁地表达为：创新=发明+开发。

（2）创新与研究开发

研究开发是科学研究与技术开发活动的统称，它是指为了增加知识储备，包括关于人类、文化和社会的知识并探索其新的应用而进行的系统的创造性工作。它是创新的前期阶段，是创新的投入，是创新成功的物质和科学基础。现在人们常以研究开发经费的多少来衡量一个国家、一个地区、一个部门或一个企业对创新的重视和投入程度，并把研究开发活动看作是创新的关键部分。

研究开发包括三种活动，即基础研究、应用研究和实验开发。其中，基础研究是指以发现自然规律和发展科学理论为目标的研究。应用研究是指把基础研究成果应用于解决新技术、新产品、新工艺和新方法等问题而进行的科学研究，它是以应用为目的，运用在已确定的科学规律的基础上形成的方法和原理，探索应用途径的研究。实验研究是指为寻求明确而又具体的技术方案而进行的研究，它根据应用研究提供的知识，创造新设备、新材料、新产品、新技术和新工艺等，以便实现某种新产品的批量生产。

二、创新型企业的品质

1. 把握发展机遇，注重创新信息

对于创新性企业来说，信息和机遇二者同样重要。不断创新的企业把信息作为他们的主要战略优势，把权变理论运用于他们的经营管理活动之中，把灵活性作为他们主要的战略武器。特别是在当今信息高度发达而又快速发展的新经济时代，更是如此。

创新型企业的特长是善于利用信息，在别人认识不到机遇的地方发现机遇，在别人盲目投机（投资）的时候按兵不动，在别人犹豫不决的时候果断地采取行动。

2. 以人为本，营造良好的创新环境

一般来说，创新型企业企业家，在企业中充当创新的战略家、鼓动家和领路人角色。他们是为企业确定创新的方向，而不是制定详尽的企业经营管理方案。他们的作用是带领和激励员工不懈努力、积极发挥自己的聪明才智，并成为优秀的员工。

创新型企业家创新管理方式，主要是确定创新的方向和目标，规定出一定的范围和界线，让员工按照方向和目标在一定的范围和界线内按照自己认为最佳的方式去创造性地工作，把员工当作发动机而不是当作企业这台大机器上的齿轮和螺丝钉，把每一位员工都当作做出创造性贡献的源泉。管理艺术的最高表现形

式是经营者使每一个职能部门，每一个事业部，每一位员工以及自己不断地创新。没有创新，也就不可能有杰出的、优秀的经营管理。

虽然创新型企业也建立有规避创新风险、降低创新成本的管理控制制度，保持着严格、精确的创新技术经济效果评价标准，但更多的是把这些制度当作解放员工思想，激励员工创新的工具。员工也不把这些管理控制制度视作强加在自己头上的专横统治，而是一种宽厚的检验和平衡的机制，其作用是使他们获得发挥创造性的自由。

3. 打破习惯势力，不断注入新的思想和方法

就像人一样，企业也是受习惯势力支配的。对于企业来说，习惯势力，是指现有的成文的和不成文的行为规范、规章制度、管理程序。时间一长，这些习惯便嵌入组织本体的结构，就像冰川中的石头一样。

不断创新的企业知道如何不断打破旧的习惯势力，把企业不断推向前进。如果他们有什么共同的习惯做法，那就是破除习惯势力。创新型企业都能自觉地打破官僚主义习气，清除那些繁文缛节的障碍，向自己的系统注入新的思想和方法，以抵挡无孔不入的习惯势力的腐朽力量。但是，他们在行动的时候，都要求同时或交替地注重稳定性和创新变革这两个要素，并以基本稳定为前提。

4. 确立创新目标，培育创新精神

创新型企业都追求创新的目标。创新、盈利与发展是最普遍的目标，甚至对长期以来保持绩优的企业都是如此。不断创新的公司总是能够不断确立创新的目标，并以某种方式将它转变为大家的信念，即创新的价值观——一种创新文化。其中往往还包含着一些风险——挑战的风险，但又绝不盲目。不断创新的企业家都能把具有风险的不确定的事情转变为具有刺激性、挑战性的高尚的事业，他们在激励自己和员工不断创新的同时，让自己和员工更强烈地感受到人的尊严和自我价值的实现。

三、创新型企业特征

创新型企业与传统的生产型企业和生产经营型企业不同。传统生产型企业的核心职能是生产，它们以生产为中心，执行“以产定销”的方针，重生产轻销售、重产量轻需求，不注重考虑如何提高企业的适应性、应变能力等问题。传统生产经营型企业的核心职能是生产和销售，它们具有明确的市场意识，执行“以销定产”或“以需定产”的方针，抓供销、促生产，但仍不重视研究开

发创新。

创新型企业扬弃了传统企业的经营理念,把企业竞争从单纯的生产竞争和营销竞争扩展到系统创新的竞争。创新型企业在企业内部实现研究与开发的制度化,把研究与开发作为企业的核心职能之一,集研究与开发、生产、营销三位于一体,形成研究与开发、生产、营销三者互动的健全机制,通过不断的持续创新,获得持续性的收益。因此,持续创新是创新型企业的本质特征。

一般认为,创新型企业具有以下 10 个特征:

- (1) 企业内部研究与开发能力相当强。
- (2) 从事基础研究或相近的研究。
- (3) 利用知识产权保护自己,与竞争对手讨价还价。
- (4) 有外部风险投资参与创新活动或企业规模足够大,能长期高额资助创新活动。
- (5) 新产品研制周期比竞争对手短。
- (6) 愿意冒风险。
- (7) 较早且富于想象地确定一个潜在市场。
- (8) 关注潜在市场,努力培训、帮助用户。
- (9) 具有高效地研究与开发、生产和营销协调的企业家精神。
- (10) 与有关各界形成创新网络,并保持密切联系。

四、企业创新的作用

熊彼特创新理论一个最大的特点,就是强调企业家创新在社会经济发展过程中具有至高无上的作用。他强调了“变动”和“发展”的观点,认为企业家的“创新”是一个内在的因素,经济发展也是来自企业内部自身创造性的一种变动。熊彼特特别强调社会经济的发展应归功于企业家,企业家的创新精神及创新工作是企业成功的重要因素。这对我国建设企业家队伍有可取之处。中国在发展和完善市场经济体制过程中,应该培养一大批有战略眼光,有创新精神,有组织能力,有经营管理才能的企业家。

创新是企业快速、持续发展的根本动力。现代国际竞争在相当程度上是以创新为基础的经济实力来决定成败的。企业生存与发展的基础就在于创新,只有持续不断的推进创新,企业才能在市场竞争中获胜。“创新则兴,不创新则亡”是市场经济规律的必然结果。