

涉外管理系列教材

企业创新管理

● 熊钟琪 主编 ●

国防科技大学出版社

企 业 创 新 管 理

主 编 熊钟琪
副主编 颜家水

国防科技大学出版社
·长沙·

图书在版编目(CIP)数据

企业创新管理/熊钟琪等编著. —长沙:国防科技大学出版社, 2005. 2
(涉外管理系列教材)

ISBN 7 - 81099 - 160 - 4

I. 企… II. 熊… III. 企业管理—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 009668 号

国防科技大学出版社出版发行

电话:(0731)4572640 邮政编码:410073

E-mail: gfkdcbs@public.cs.hn.cn

责任编辑:徐飞 责任校对:唐卫葳

新华书店总店北京发行所经销

国防科技大学印刷厂印装

*

开本:787×1092 1/16 印张:19 字数:362 千
2005 年 2 月第 1 版第 1 次印刷 印数:1 - 3000 册

*

ISBN 7 - 81099 - 160 - 4/F·14

定价:28.50 元

序 言

创新是一个永恒的话题。人类历史就是一部不断创新的历史。自从人类诞生以来，就不断在创新中成长与发展。由于创新，人类从住山洞、穿树皮、食野果、与野兽搏斗，进化到发明了生产工具，进行养殖、耕种、盖房，使人类社会由原始社会进入了农业社会；由于创新，中国古代的四大发明——火药、造纸、指南针、印刷术推动了中国农业经济的发展，并在相当长时期领先于世界；由于创新，人类由农业经济社会跨入了工业经济社会。工业社会的科技进步日益加快，从万有引力的发现到蒸汽机的发明；从电磁感应定理的发现到发电机的应用；从相对论的创立到人类登上月球，从印刷电路板的发明到国际互联网的形成。创新大大促进了人类由工业社会向知识经济社会迈进，人类的每一次进步都是一次巨大的变革与创新。可以说，创新是变革，创新是发展，创新从本质上讲也是一种理念，是一种不断追求进步、追求发展、追求卓越的理念，是一种通过科学技术发展而不断促进社会经济发展的持续的动力。

创新是个热门话题，当今社会，人们议论得最多的是如何创新。当今世界科学技术飞速发展，更给人类带来了无数创新的机遇和挑战。在经济信息化、网络化、数字化、全球化的新经济环境里，创新成了国家经济增长的重要源泉，科学技术成为了经济发展的根本动力。发达的国家都是创新强国，领先的企业都是创新的企业。国际经济一体化趋势显著加快，国与国同在一个竞技场上竞争，竞争的焦点就是科学技术与创新能力。中国的经济正处在一个重要转型阶段，科学的发展观、新型工业化的发展战略，要求中国的经济发展走创新的道路。我国企业要参与国际竞争，当务之急是增强企业的创新能力。创新能力是一个国家与民族竞争力强弱的充分表现。因此，培养具有创新能力与创新素质的人才是非常重要与及时的。

发展高等职业技术教育，是实施科教兴国战略，贯彻《高等教育法》与《职业教育法》，实现《中国教育改革与发展纲要》及其《实施意见》所确定的目标和任务的重要环节，也是建立健全职业教育体系，调整高等教育结构的重要举措。高等职业教育本身就是我国教育的创新，独树一帜，打破了传统大学一统天下的局面。而高等职业教育有其鲜明的特点，要求改革课程体系，改革课程教学内容及教学方法，努力加强教材建设。

本教材就是适应形势发展的需求而编写的，作者参考了大量的图书、报刊及网络资料，集合了国内外创新研究的观点与案例。本书有以下特点：

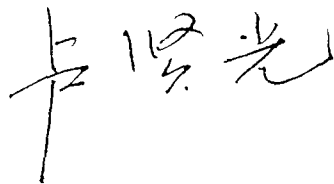
1. 分析介绍企业在观念、技术、管理、制度、文化、营销、核心力、战略、产权等方面的创新，给人启示，使读者认识企业创新的内容，树立创新意识，了解我国企业在创新方面的问题与不足，熟悉一些创新的思路与方法，使人对企业的创新方方面面有一个基本轮廓与了解。

2. 本书注重理论与实际相结合，在说明观点的同时，穿插了许多案例与数据，使内容具体生动，说服力、可模仿性强，印象深刻，能学到一些创新的思路与方法。

本书第一、二、三、四、五、六章由湖南涉外经济学院管理教研室主任熊钟琪教授编写，第七、八、九、十章由湖南大众传媒学院经济研究所副所长、管理教研室主任颜家水硕士编写。

本书可作高职、高专院校的工商管理、经济管理、物流管理、旅游、酒店管理等专业的教材或选修参考书，也可作为政府、国营、民营企业及事业单位培养创新人才的教材及参考用书。

由于时间仓促，书中不妥之处，请批评指正。



2004年12月

目 录

第一章 创新概述

- 第一节 创新的概念及其核心内容····· (1)
- 第二节 企业创新的时代背景····· (14)
- 第三节 中国企业创新的外部环境····· (28)

第二章 观念创新

- 第一节 创新观念与创新思维····· (36)
- 第二节 企业的传统经营观念受到挑战····· (44)
- 第三节 企业家的创新精神····· (49)

第三章 技术创新

- 第一节 技术创新的特点、目的及功能 ····· (58)
- 第二节 技术创新的过程····· (66)
- 第三节 技术创新的基本方法····· (70)
- 第四节 产品创新····· (81)

第四章 管理创新

- 第一节 管理创新的含义及模式····· (96)
- 第二节 我国企业在管理中的问题····· (101)
- 第三节 管理创新的内容与作用····· (105)
- 第四节 管理创新的方法····· (113)
- 第五节 建立学习型组织····· (117)

第五章 制度创新

- 第一节 制度创新的含义、内容及作用 ····· (125)
- 第二节 企业制度创新····· (132)
- 第三节 企业创新制度体系的构建与实施····· (136)

第六章 文化创新

第一节 企业文化的含义、特点及内容	(146)
第二节 企业文化的作用及创新	(152)
第三节 文化创新的实践与思路	(159)
第四节 品牌创新	(169)

第七章 营销创新

第一节 营销创新的内涵	(184)
第二节 营销观念创新	(188)
第三节 绿色营销	(192)
第四节 网络营销	(197)
第五节 关系营销	(203)
第六节 知识营销	(208)
第七节 全球营销	(211)

第八章 企业战略管理创新

第一节 战略管理理论的产生与发展	(217)
第二节 企业战略管理理论	(222)
第三节 企业战略管理创新	(228)
第四节 企业战略联盟管理	(234)

第九章 核心能力创新

第一节 核心能力制胜的时代	(246)
第二节 核心能力再造提升	(256)

第十章 产权制度创新

第一节 产权理论的基本知识	(267)
第二节 国有企业的产权制度创新	(271)
第三节 民营企业的产权制度创新	(281)
第四节 产权创新的新趋势	(287)

参 考 文 献	(293)
---------------	-------

第一章 创新概述

本章导读

创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力。没有创新能力的民族，难以屹立于世界先进民族之林。随着经济全球化形势的到来，市场竞争日益加剧，创新是企业成败的关键。

本章阐述创新的含义、创新的特点、创新内容、时代背景及创新的意义，阐述中国如何面对经济全球化的机遇与挑战。通过本章学习，鼓励人们树立创新观念，提倡创新精神，培养创新素质及创新能力。

第一节 创新的概念及其核心内容

一、创新的概念

“创新”在《现代汉语词典》中的解释是：“抛开旧的，创造新的。”

（一）“创新”的来源与含义

创新是一个古老的词，起源于15世纪。在英语里，“创新”翻译为 innovate（动词）innovation（名词），起源于拉丁语里的“innovare”，意思是更新、制造新的东西或改变。《汉语·叙传》中也有“礼仪是创”，颜师古注为“创，始造之也。”

《韦伯斯特词典》关于“创新”的定义是：① 引入新东西新概念，② 制造变化。

因此，“创新”的含义应是：在世界上首次引入新东西，引入新概念，制造新变化。

第一章 创新概述

作为专业词的“创新”是知识产权意义上的新，须在原理、结构、功能、性质、方法、过程等方面有显著性变化。

与其他专业名词组合，则有观念创新、知识创新、教育创新、艺术创新、文化创新、环境创新、技术创新、服务创新、制度创新、组织创新、管理创新等。

创新是对资源给予一种新的创造财富的能力行动（彼得·德鲁克）。

创新是指形成创造性思想并将其转换为有用的产品，服务或方法的过程（斯蒂劳·罗宾斯）。

可以说创新就是变革，创新就是发展，它贯穿于人类社会经济生活的各个领域。人类社会生产力的每一次巨大飞跃，生产方式的重大改革都与创新密不可分。更为重要的是，创新从本质上说是一种理念，即一种不断追求进步、追求发展、追求卓越的理念，是一种通过技术变革有效地促进经济发展的可行思路和持续动力，是一个国家、一个民族不可缺少的。

（二）熊彼特的创新理论

1912年，美籍奥地利人、哈佛大学教授约瑟夫·熊彼特（Joseph A. Schumpeter）第一次从经济角度系统地提出了创新理论。

熊彼特在其1912年德文版的《经济发展理论》一书中，运用创新理论解释了发展的概念，此书在1934年译成英文时，使用了“创新”（innovation）一词。他在1934年出版的《商业周期》（Business Cycles）一书中比较全面地提出了创新理论，他认为，创新就是把生产要素和生产条件的新组合引入生产体系，即“建立一种新的生产函数”，其目的是获取潜在的利润。他认为，创新是经济增长的发动机。

现代科技和经营管理方法得到广泛应用，或是生产要素和生产条件实现了新组合，即将使生产函数发生改变，其结果会获得更多的利润。那么，谁来创新呢？只能是企业家，创新是企业家的特定工具，他们是创新的倡导者和实施者，他们利用创新改变现实，只有那种敢于冒风险，把新的发明引入经济之中的企业家，才是创新者。熊彼特在《经济发展理论》一书中提出创新概念包括以下五种情况：

（1）创造一种新产品，也就是消费者不熟悉的产品，或者已有产品的一种新的特性；

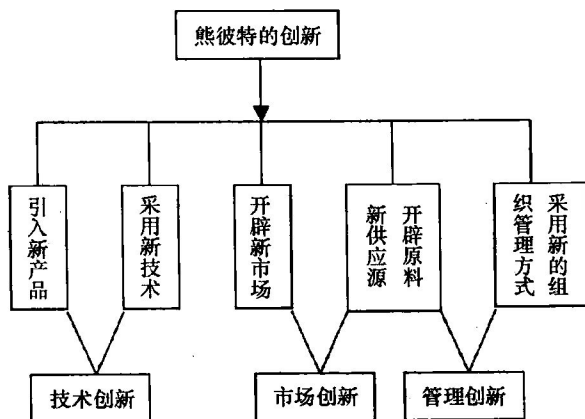
（2）采用新技术，新的生产方法，这种方法不一定非要建立在科学新发现的基础之上，可以是以新的商业方式来处理某种产品；

（3）开辟一个新的市场，也就是以前不曾进入的市场，不管这个市场以前是

否存在过；

(4) 开辟原料的新供应源，不论这种来源是已经存在的还是第一次创造出来的；

(5) 采用新的组织管理方式或企业重组，建立或者打破垄断地位。



熊彼特所说的创新，强调了经济学上的意义，把竞争机制升华为创新机制，使人们更为准确地把握现代经济发展的脉搏。他还认为企业家是创新活动的倡导者和实行者，敢于冒风险，同时敢于承担风险，能够不断地倡导和开展创新活动。熊彼特的理论至今有着强大的生命力。但是熊彼特的理论也有所局限，他忽略了商业上的初始创新。我们也应把现行技术和生产系统的改造、产品质量的提高与性能的改进以及企业改革看成创新。

创新是多方面的，根据所强调的方面不同。有的是因为提高了生活质量；有的是因为提高了工作效率；有的是对经济发生的根本性影响。而创新并不一定是全新的东西，旧的事物以新的形式出现或与新的方式结合也是创新。

创新是一个承认新的需要，确定新的解决方式，发展一个经济上可行的工业产品和服务，并最后在市场上获得成功的完整的过程。

当今新兴工业国家的创新实践表明，创新决定社会资源的利用效率，进而影响社会的资源配置方式，从而产生了任何其他因素难以比拟的对于社会经济增长的推动力。创新既是企业和社会发展的动力，更是企业和社会发展的灵魂；创新既是企业文化和企业精神，也是企业精神和企业战略。

每个新时代的来临都意味着一些人、一些思想和一些行为方式被淘汰，同时也意味着另一些人、另一些思想和另一些行为的崛起。表现在市场上，直接意味

第一章 创新概述

着一些企业、一些行业的衰落和消亡，同时有另一些企业、另一些行业的迅速崛起。当前的经济全球化导致竞争的范围扩大、强度加剧，从而要求人们做出应对反应，积极创新。

二、人们对于创新的不同理解

创新是现代社会最热门，最具人气的词汇，《幸福》杂志每年都要对世界前500家大企业排名次，年年上榜的企业却不尽相同。许多名列前茅的公司几年后难寻踪影，原因是他们在激烈的市场竞争中逐渐失去了优势。怎样才能竞争中发挥自己的优势，尽可能避免失败呢？关键是不断创新。“创新”是企业始终保持旺盛竞争力的一个重要法宝。人们对于创新有多种不同理解：

1. 创新是大胆突破

创新就是要打破原有的思维定势，打破原有的平衡，在人们的习惯势力中打开一个缺口突围出来。这需要大无畏的英雄气概和勇往直前的精神。

邓小平同志的“发展是硬道理”、“不搞争论”、“两手抓，两手都要硬”的精辟论述，解开了长期困惑在人们心中的疑惑，中国人民重新认识“市场经济”、“资本”等问题，以经济建设为中心，在总设计师邓小平的指引下改革开放，大步奔小康。

袁隆平大胆突破“经典育种”理论：“自体授粉的植物没有杂交优势。”几十年孜孜不倦地从事水稻“杂交”，使水稻单季产量提高到原有的四倍，全国推广总面积7.53万公顷，增产粮食3600亿斤，成为“杂交水稻之父”。袁隆平无形资产评估价值1000亿元。

2. 创新是“见人之所其见，思人之所未思”

对于一些习以为常的事，人们往往是熟视无睹，不会去问“为什么”，而许多创新往往来自于生活中最平常的事件中。如牛顿从苹果落地引申到“万有引力定律”，瓦特从水壶烧开水冲开壶盖联想到发明蒸汽机，都是一个时代的伟大革命。

美国麻省理工学院谢皮罗教授在浴缸洗澡后，拔掉塞子放水，喜欢观察水的流向。他观察出了规律：在地球北半球排水，水逆时针方向旋转；在地球南半球排水，水顺时针方向旋转；在赤道附近排水，水不旋转。这些现象引起了教授的研究兴趣，原来水的转动与地球自转有关。经多次研究后，教授提出了海流、台风的新理论。

3. 创新是简单的

创新有时并不复杂，不需要高深的理论，复杂的原理。它来自于灵感，来自于顿悟，来自非常简单的做法与创意。

水壶水烧开后“叭叭”直响，水漫出来，怎么办？有人颇费心思，效果不理想，最后花钱买了个专利：原来是在壶盖上打个洞而已，既简单又有效。

人们往南美洲运白糖，途中极易受潮，最终还是海员在白糖包装上戳几个孔就完事了。而有人申请了专利，获得几万美元。

4. 创新是歪打正着

创新有时是在不经意中获得的。做这件事时，却获得了那件事的效果。19世纪时，疟疾病流行，而治疟疾病的特效药是奎宁，但是须从南美洲的金鸡纳树树叶皮中提炼而得。欧洲不易买到，而且价格昂贵。在英国化学学校读书的帕金想试做人工奎宁，一次又一次失败了。有一次，他用少数合成物溶解于酒精，溶液变成了极其鲜艳的紫色。他突然意识到，可以将这种溶液做成染料。1856年8月26日，18岁的帕金获得英政府颁发的国家专利。

而可口可乐的发明就更富有传奇色彩。1886年春天的一个早上，一个头疼病人来买药水，店员发现药水卖光了，随手拿起一瓶类似头疼的药水，和苏打水糖浆混合在一起，给了病人。而不一会儿，又有顾客上门来，明确要买“刚才那种头疼水”。药店老板兼药剂师了解情况后，苦苦研究了一个月，做了无数次试验，以古柯树叶和柯拉树籽炼制成一种深红色饮料——原始的可口可乐。目前遍布全世界195个国家和地区，日销售3亿瓶以上。

5. 创新是抓住偶然

人们有时冥思苦想一个难题却没有结果，却在无意中偶然解决了。英国化学家弗莱明做葡萄球菌培养实验，发现有些球菌总是死去了，而球菌死去的地方却发现有毒霉孢子。于是，治疗肺结核的青霉素问世了。

原子弹、青霉素、孢子被人们并称为第二次世界大战中世界的三大发明。弗莱明使人类寿命平均延长了10年。

6. 创新是突发奇想

人们要学会观察事物，长期仔细地观察事物，会使人经常产生“灵感”与“顿悟”，突发奇想。1910年，一位德国气象学家去看牙，在医院候诊时，他反复看着墙上地图，突然发现：大西洋两岸的轮廓十分相像，巴西海岸的凹凸与非洲两岸十分吻合。于是，一个奇想在他脑中跳出：非洲与美洲原来是连着的。经过艰苦考证，一个地质学上全新的理论“大陆漂移论”诞生了，而后也得到了生物学家的验证。

第一章 创新概述

一位司机长途开车，发现发动机烫手，可以利用热量烧水做饭，于是写出《汽车料理》一书。

7. 创新是巧妙组合

创新有时来源于人们不经意的组合与搭配，使原来复杂的事情一下子变简单了。威廉是个画家，丢三落四，画画不是丢笔就是丢橡皮擦，恼火之余，他用铁皮将橡皮擦固定在铅笔上。这个创意被朋友申请专利，每年收获 50 万美元。

8. 创新是因祸得福

人们做事时有时难免犯错误，而错误可以使人吸取教训，避免今后少走弯路；而有时将错就错，说不定还会因祸得福呢。一位德国造纸工程师在生产过程中因疏忽出了错，生产出来的纸不能书写，笔尖一撞，墨水四溢，他非常惊慌，害怕丢掉饭碗。他的朋友出主意，建议用作吸水纸。结果卖到市场上价钱更贵，工程师反而受到了嘉奖。

9. 创新是“风马牛不相及”的联想

人们在日常生活中要密切关注周围的事件，关心形势的变化，有时候，一条看起来与自己不大相关的消息，说不定隐藏着巨大的商机。欧元要发行了，浙江海宁长虹皮件公司马上派人去了解欧元规格尺寸，设计皮夹子。欧元发行的当天，长虹皮件公司的皮包与角子包也闪亮登场，轻松地赚了外汇。

10. 创新是倒行逆施

人们总是喜欢按照经验办事，而有些经验已过时了。有时候换一种思维，倒过来想问题，打破常规，说不定会出现更好的结果。

和尚分粥，总是不公平，被怀疑有私心。后来有人提出，不论谁分，剩下最后一碗给他。于是，矛盾迎刃而解。

现代经营管理中，“先使用，后付款”，物流管理“三及时”、“零库存”等做法，就是这样考虑的，效果很好。

11. 创新是模仿借鉴

创新是一个积累的过程。要学习借鉴他人的经验，吸取他人的长处，也可以模仿他人好的方法，从中得到启示，拓开创新的思路。

宇宙飞船登月球后如何安全着陆？科学家们莫衷一是，举棋不定。有位专家在海边散步，看到巨轮无法靠岸，用驳船过渡。于是受到启发，设计了登月船，解决了登月的难题。

12. 创新是新瓶装老酒

许多司空见惯的老项目，小项目，改变包装，改变形象，以新的面貌与形式出现，使人耳目一新，刮目相看。

武汉下岗女工开办了“翰皇擦鞋有限公司”，制定了十大统一标准：品牌、商标、店面设计、经营规模、市场运作、广告宣传、设备配置、着装、产品销售、产品价格全部统一，使一元的擦鞋业规模化、连锁化，办得红红火火，在全国发展到 600 家。

13. 创新是调整程序与重新排列

在竞争中，有时重新组合比赛队伍，调整比赛规则或进行资源重组，也是一种创新。

如古代故事“田忌赛马”：两队比赛三局，每局各队推出上、中、下一匹马参赛。第一局输了，第二局田忌出主意：用上等马对中等马，用中等马对下等马，用下等马对上等马。结果一负二胜。

“生意不好盘柜台”、“装修”、“兼并”、“改制”、“资产重组”、“机构重组”、“人员重组”、“品牌运作”等企业行为都是为了调整和重新排列。经常能取得出人意料的好效果。

14. 创新是“偷工减料”

为了提高效益，人们想过许多方法来节约成本，减少浪费，发明各种机器来减少人力、物力。美国的戴尔用 1000 美元开张，经营 PC 机，他采用直销的方法，减少中间环节，节省成本，让利于顾客，使电脑库存从 10 周减少到 6 天。戴尔 6 年后进入了《财富》500 强。

15. 创新是创造性破坏

不破不立，先破后立。创新就是要打破旧的平衡，旧的传统。海尔的张瑞敏当年为了创国家名牌产品，当众砸烂 76 台质量不够好的冰箱，使创名牌意识深入人心。把自己原来的成功与平衡破坏，不断否定自我，战胜自我，创造动态平衡，不断在新的竞争中取胜。

三、创新的特点

1. 创造性

创新就是要有突破性的提高，是一种创造性构思付诸实践的结果。创新的创造性表现在新产品、新工艺上，或是体现在产品、工艺的显著变化上。创造性的特点是敢于打破常规，紧跟时代前进的步伐，勇于探索，不断创新。创新不仅要知道“是什么”“为什么”，更要知道“有什么用”。应为人类社会创造财富，创造有用的东西。沿着商品商业化的目标进行设计、加工、组合、创造。

第一章 创新概述

2. 独特性

创新要与众不同，有自己的独到之处：创新要采用新颖的方法与材料；或者用熟知的方法与材料重新组合产生前所未有的效果。

3. 普遍性

创新不局限在哪一方面或哪一类，工业、农业、文化、教育、科研、医疗、服务等行业中都有创新，它存在于人类所有的生产与生活领域中。

4. 超前性

创新领先于现阶段社会人们的认识，超越现实状况，对人们的生活与消费起着导向作用。

5. 风险性

第一个吃螃蟹，成功失败未定，总是要冒风险的。创新的过程涉及许多相关环节和影响因素，使创新结果有一定程度的不确定性。一个创新的背后往往有着多种失败的设想。创新需要大量投入，投入能否顺利实现价值补偿，受到技术、市场、制度、社会、政治等不确定因素的影响，加上有时无法预见到许多未来的环境变化情况，使得创新不可避免地有风险性。

创新是创造性的破坏，破旧才能立新，同时要大胆创新，走别人没有走过的路，需要勇气与毅力。

6. 高收益性

在经济活动中高收益与高风险并存，创新更是如此。尽管创新的成功率较低，但成功之后却可获得丰厚的利润。微软公司创办初期，只有一种产品，三个员工和1.6万美元的年收入，经过多年的创新活动获得了巨大的经济效益，一跃成为全球大型高科技公司，比尔·盖茨成为世界首富。许多国家都成立了风险投资公司，资助创新者进行各种各样的创新试验，以使成功后获得高额收益，使企业得到持续的发展。

7. 适用性

创新是为了进步与发展，因而只有能够真正促使企业发展和进步的创新，才是真正意义上的创新。从这个意义上讲，创新并非越奇越好。而是应该以适用为基本原则。对一个企业来说，由于基础条件不同，历史背景不同，所处的环境不同，经营战略不同，从而需要解决的问题和达到的目的不同。因而，不同的企业采取的创新方式也应该有所区别，要使创新满足本企业的适用需求。

8. 系统性

企业创新涉及到战略、市场调查、预测、决策、研究开发、设计、安装、调试、生产、营销、管理等一系列活动的系统过程。这一系列活动是一个完整的链

条,其中任何一个环节出现失误都会影响企业创新的效果。同时,与经营过程息息相关的经营思想、管理体制、组织结构的情况也影响整个企业的创新发展。所以创新活动是系统的、综合的。创新还是许多人共同努力的结果,需要众多的人共同合作,相互协调,相互作用,产生出系统的协同效应,使创新达到预期的目的。

四、企业创新

企业创新包括两大方面的内容,即生产方面的创新和生产关系方面的创新。

(一) 生产方面的创新

生产方面的创新主要是技术创新和产品创新。

1. 技术创新

技术创新是在自然界中为某种自然物找到新应用,并赋予新的经济价值。从经济学的观点来看,技术创新不仅仅是指技术系统本身的创新,更主要是把科技成果引入生产过程所导致的生产要素重新组合,并把它转化为能在市场上销售的商品或工艺的全过程。科学技术是潜在的生产力,它通过技术创新及其扩散而进入生产过程,使它和生产紧密结合,才会转化为现实的生产力。技术创新是科学技术进入社会生产和再生产运动的基本方式,也是科技进步促进经济社会发展的基本途径,已成为现代经济可持续发展的主要动力。技术创新包括劳动资料创新、劳动对象创新、劳动者创新等。

2. 产品创新

产品创新主要包括产品开发、更新速度及产品的质量和水平。产品创新能力反映一个企业的综合素质,也反映企业在市场竞争中的潜力。企业要在市场竞争中取胜,必须依赖卓越的产品和服务去占领市场,必须追求产品不断创新。企业之间的竞争集中表现在产品或服务方面的较量,能不断研究、开发、生产出适销对路的产品,是企业生存与发展的大事。产品是有经济寿命的,只有不断利用新产品去代替老产品,才能使自己的产品处于最佳竞争状态,适应市场的需要。许多企业坚持“销售一代,生产一代,改进一代,研制一代,开发一代,构思一代”的思路,做到产品发展有规划,市场有目标,使产品不断上档次。

新产品研究与开发,是开拓、创新市场的金钥匙。既满足了市场需要,适应了市场变化,又不断开拓新的市场,使自己立于不败之地。

新产品的研究与开发也是推动企业技术进步的动力,它使企业更新设备,培

第一章 创新概述

训人员，注重技术改造和新产品研究，使企业走上良性循环的道路。

产品创新包括原理创新、工艺创新、造型创新、功能创新。

(二) 生产关系方面的创新

生产关系创新包括企业制度创新、企业组织创新、企业形象创新、企业管理创新等。目的是调动企业员工积极性，形成企业发展的活力，培养企业开拓精神与团队精神。

1. 企业制度创新

企业制度创新是为了实现企业既定目标和实现内部资源与外部环境的协调，在财产关系、组织结构、运行机制和管理规范等方面一系列的制度创新。包括产权制度、经营制度和管理制度等。

2. 企业组织创新

企业组织创新意味着打破原有的组织结构，同时根据环境和条件的变化，对组织的目标加以改革，并对组织内成员的责、权、利关系加以重新构置，形成新的结构和新的人际关系，使组织的功能得到发展。

3. 企业形象创新

企业形象创新是企业品牌战略的重要组成部分，是重要的战略资源，是企业的无形财富和有价资产。企业形象创新就是努力展现自己的独特个性与魅力，不断提高知名度和美誉度。

4. 企业管理创新

企业管理创新是指创造一种新的更有效的资源整合模式，以达到企业目标和责任的管理。

企业创新的前提是观念创新，龙头是经济创新，基础是管理创新，结果是效益创新。

五、创新的核心

什么是创新的核心呢？我们认为有以下三个方面：

(一) 知识创新

知识创新是指通过科学研究，包括基础和应用研究，获得新的基础和科学技术知识的过程。知识创新就是追求新发现、探索新规律、创建新学说、创造新方法、积累新知识。