

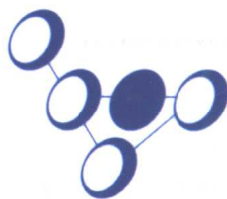


北京市高等教育精品教材立项项目



企业管理创新理论与实务

王建民◎编著





北京市高等教育精品教材立项项目



企业管理创新理论与实务

王建民 编著



B1280870

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业管理创新理论与实务/王建民编著
北京:中国人民大学出版社,2003
(北京市高等教育精品教材立项项目)

ISBN 7-300-04815-3 / F·1477

I. 企
II. 王
III. 企业管理
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 060650 号

北京市高等教育精品教材立项项目
企业管理创新理论与实务
王建民 编著

出版发行 中国人民大学出版社
社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080
电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)
010-62515351 (邮购部) 010-62514148 (门市部)
网 址 <http://www.crup.com.cn>
<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)
经 销 新华书店
印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司
开 本 787×965 毫米 1/16 版 次 2003 年 10 月第 1 版
印 张 20 印 次 2003 年 10 月第 1 次印刷
字 数 413 000 定 价 22.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



前 言

当今时代，中国的企业既处于国内经济从计划经济向市场经济的转型时期，又面临着世界经济从工业经济向知识经济的转型。在这种国内转型和国际转型的双重压力作用下，一方面，要求中国的企业必须尽快从传统的计划经济体制下挣脱出来，接纳和遵守市场经济的“游戏”规则；另一方面，还要求刚刚步入市场经济的中国企业必须在短短的时间内走完西方发达国家上百年才走完的工业经济发展路程，去迎接知识经济时代的严峻挑战。可以说，中国企业所面临的环境是“内忧外患”。在这种情况下，中国的企业要想在全球竞争中谋求一席之地，并取得壮大和发展，出路只能是不断创新。而目前中国企业的总体现状是技术水平落后、管理水平低下、经营机制不活、竞争能力不强……这些问题既与制度、技术有关，更与管理有关，所以中国的企业需要全方位的创新。这就要求中国的企业家和管理学专家们，不仅要重视制度创新、技术创新，更要注重管理创新，不能把制度创新、技术创新与管理创新割裂开来，更不能只重视制度创新、技术创新而忽视管理创新。但是，在中国企业的创新实践中，确实存在着忽视管理创新的现象，认为只要企业技术水平提高了，制度转变了，管理创新就会自然而然地产生。不能否认，对于转型时期的中国企业来说，制度创新、技术创新具有十分重要的地位和作用，但人们也不难发现，那些技术并不落后，而且已经建立现代企业制度的企业，其经济效益、竞争能力却依然低下，原因十分简单，那就是企业管理水平低下。因此，对于转型时期的中国企业来说，不仅需要制度创新、技术创新，更需要管理创新！

管理创新是一项系统工程，成功的管理创新应该是全方位、全过程的。任何一种管理创新设想的提出，着眼的必定是企业的整体绩效，需要的必定是企业各方面的支持和配合。只有这种企业全系统的联动，管理创新才能有坚实的基础，才能保证管理创新取得成功。《企业管理创新理论与实务》正是基于这样的思路而编写的一本旨在增强管理创新意识、全面提升管理创新能力的著作。全书以实用、先进、高效为原则，全方位、多角度地研究和回答了



企业为什么要进行管理创新、谁来进行管理创新、管理创新要创新什么？以及怎样进行管理创新这些最基本、最关键的问题，既全面总结了管理创新的历史成果，又系统介绍了当今管理创新的最新发展；既从理论上对管理创新的内涵、现实意义、实施原则进行了阐述和分析，又从理论和实践的結合上提出了实现管理创新的具体方法和途径，从而实现了管理创新理论与管理创新实践的有机统一。

本书以系统分析的观点，采用从理论到实践、从宏观到微观的设计思路，对管理创新的内容体系进行了重新勾画，既学习吸收了国内外有关管理创新著作内容的精华，又参考借鉴了反映时代要求的新理论、新知识、新规则和新方法，力求做到先进性与实用性相结合、理论性与实践性相结合、知识性与可操作性相结合、管理理念与管理方法手段相结合。其主要内容包括：创新原理与企业创新系统，管理的本质与管理创新，管理创新的起源与发展，管理创新空间，管理创新主体，管理创新思维，管理理念创新，管理组织创新，管理模式创新，管理方式创新。全书以“理性思考与理性创新”为宗旨，以培养和提高管理创新能力为目标，把创新知识、方法集成、理念升华与创新行为结合起来，既提高了理论学习的系统性，又可适应管理创新的实际要求。

本书与众不同的特点是，着力突出“宽、新、实”三个特色。一是界面“宽”。本书几乎涵盖了管理创新理论知识、运作程序和业务活动的整个流程。从纵向层次上看，涉及管理理论、管理理念、管理模式、管理方式与方法；从横向层次上看，涉及管理创新的范围、人员、组织和环境。通过这种纵向与横向的交叉融合，把管理创新理论与管理创新实践有机地融为了一体。二是观点“新”。本书通过对管理创新理论和实践的系统阐述，提出了许多新的观点并作了独到论述，如“管理的资本属性”、“物质是资本”、“管理创新空间的三维结构”、“管理创新的力场分析”、“人格化组织的创新能力”等，对于加深人们对管理创新的认识、提高管理创新能力和丰富管理创新理论体系，都具有较高的理论借鉴价值和实践指导作用。三是内容“实”。本书坚持从实际出发、从问题出发、从对象出发，用精练的语言、鲜活的案例、整合的理念，重点探讨管理创新的规律、方法和实际运作过程，力求通过管理创新理论与实践的有机联系，为提高我国企业的管理创新能力提供更为实用、有效的方法论指导。

本书是经北京市教委批准的精品教材建设立项项目，主要作为高等职业教育经济管理专业的教材，同时也可作为企业经理人员培训和普通高等教育的教材或教学参考书。

本书在编写过程中，得到中国人民大学商学院汪星明教授、李宝山教授、施礼明教授、司岩教授，燕山大学张亚明教授，北京经理学院裴销才院长、周景勤教授、刘云虎副教授、宋云龙副教授以及中国人民大学出版社洪傲编辑的指导与支持，在此一并表示衷心的感谢！此外，本书还参考和引用了国内外学者的大量研究成果和文献资料，吸收和采纳了许多人的思想观点和论点，借鉴和分析了许多实例和案例，书中未能一一说明，在此谨向这些作者及



出版社致以谢意和歉意。

管理创新是一个十分宽泛的领域，远不是一本书所能阐述透的。作者只不过是把对管理创新的一些初步认识写了出来，许多地方不免存在这样或那样的错误和弊漏，还恳请广大读者给予批评指正。

王建民

2003年6月于北京



目 录

第一章 创新原理与企业创新系统	(1)
第一节 创新理论及其发展	(1)
第二节 企业创新机制	(8)
第三节 企业创新系统	(15)
本章内容总结	(28)
复习思考题	(29)
第二章 管理的本质与管理创新	(30)
第一节 对管理的全面理解	(30)
第二节 管理的基本性质	(33)
第三节 管理创新的内涵及特征	(38)
第四节 管理创新的“力场”分析	(45)
第五节 管理创新过程	(51)
本章内容总结	(58)
复习思考题	(59)
第三章 管理创新的起源和发展	(60)
第一节 科学管理的诞生	(60)
第二节 行为科学的创立	(69)
第三节 管理科学的兴起	(77)
第四节 现代管理理论“丛林”	(80)
本章内容总结	(90)



复习思考题	(91)
第四章 管理创新空间	(92)
第一节 管理创新空间的构造	(92)
第二节 管理创新空间的选择	(101)
第三节 管理创新体系	(106)
本章内容总结	(114)
复习思考题	(115)
第五章 管理创新主体	(116)
第一节 管理创新主体的构成	(116)
第二节 管理创新主体的能力结构	(121)
第三节 管理创新主体的创新动机	(131)
第四节 管理创新团队	(134)
第五节 管理创新主体的创新能力培养	(139)
本章内容总结	(143)
复习思考题	(144)
第六章 管理创新思维	(145)
第一节 管理创新思维特征	(145)
第二节 管理创新的思维方法	(154)
第三节 管理创新思维的障碍及克服	(160)
本章内容总结	(172)
复习思考题	(173)
第七章 管理理念创新	(174)
第一节 管理理念创新的重要性	(174)
第二节 企业理念与共同价值观	(177)
第三节 管理理念创新体系	(181)
本章内容总结	(196)
复习思考题	(196)
第八章 管理组织创新	(197)
第一节 管理组织的基本类型	(197)

第二节 管理组织创新的主要内容·····	(202)
第三节 管理组织的创新能力结构·····	(210)
第四节 管理组织创新的主要形式·····	(214)
本章内容总结·····	(230)
复习思考题·····	(231)
第九章 管理模式创新·····	(232)
第一节 集成管理·····	(233)
第二节 企业再造·····	(240)
第三节 知识管理·····	(244)
第四节 网络管理·····	(250)
第五节 危机管理·····	(256)
第六节 柔性管理·····	(263)
本章内容总结·····	(266)
复习思考题·····	(267)
第十章 管理方式创新·····	(269)
第一节 以人为中心的管理方式·····	(270)
第二节 以顾客为中心的管理方式·····	(278)
第三节 以精密化为中心的管理方式·····	(283)
第四节 以物流为中心的管理方式·····	(295)
本章内容总结·····	(304)
复习思考题·····	(305)
主要参考文献·····	(306)

创新原理与企业创新系统

人们还未来得及回味与反思工业经济时代的成败得失、经验教训，知识经济时代的脚步已悄然而至。对于突如其来的知识经济，尽管人们还没有彻底弄清它到底会给人类带来哪些影响，一切都还处于探索、认识甚至遐想之中，但有一点可以肯定，那就是工业经济时代通行的经济规律、发展模式和市场规则将在知识经济时代受到严峻挑战，人类社会将在知识聚变中重新“洗牌”。这种由于时代变迁而引起的社会转型必将影响人类生活的各个方面，并带来企业的经营哲学和管理理念的急剧变化。在这种急剧变化的环境中，创新这一古老的概念再一次被强烈地凸现出来，“不创新就死亡”已经成为企业经营活动的基本准则。如果说知识经济区别于传统经济的显著特征就是创新，那么创新则无疑地成为知识经济的精神内核。因此，全面提升企业的创新能力已经成为在知识经济时代企业生存发展的关键所在。

第一节 创新理论及其发展

一、创新概念的提出

“创新”这一概念，最早是由奥地利经济学家约瑟夫·熊彼特提出来的。他在1912年出版的著作《经济发展理论》一书中首次阐述了“创新”的含义，指出：创新就是建立“新的生产函数”，即“企业家对生产要素的新组合”，也就是把一种从来没有过的生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系，从而引起生产方式的变革，形成一种新的生产能力。具体说来，创新包括以下五种情况：

- (1) 引进一种新产品，就是消费者还不熟悉的产品，或提供一种产品的新质量；
- (2) 采用一种新的生产方法，就是在有关的制造部门中未曾采用过的方法。这种新的方法并不需要建立在新的科学发现基础之上，可以是商业上处理一种产品的新的方式；

(3) 开辟一个新的市场，就是使产品进入以前不曾进入的市场，不管这个市场以前是否存在过；

(4) 获得一种原材料或半成品的新的供给来源，不管这种来源是已经存在的，还是第一次创造出来的；

(5) 实行一种新的企业组织形式，比如造成一种垄断地位或打破一种垄断地位。

值得注意的是，熊彼特所指出的创新的五个方面，都具有特殊的含义。他所说的引进一种新产品，而不是开发一种新产品，是指向消费者推销一种他们尚不熟悉的产品的运用过程；他所提到的采用一种新的方法，也不是建立在新的科学发现之上的方法，而是新的商业处理方式；他所指出的开辟一个新市场、寻求新的原材料供给来源、创造新的组织形式等均可理解成资源配置的新的方式。可见，熊彼特所提出的创新概念，其含义是相当广泛的。凡是能够提高资源配置效率的新活动都是创新，但创新并不一定是全新的东西，旧的东西以新的形式出现或以新的方式结合，只要这种新组合能够带来资源配置效率的提高，都包含在熊彼特所定义的创新范畴之内。

创新不同于发明创造，创新是经济行为，发明创造是科技行为。创新与发明创造之间的主要区别表现在以下方面：

第一，创新与发明创造的行为主体不同。按照熊彼特的观点，创新是企业对生产要素的新组合，只有企业家才是创新者；而发明创造的主体则是发明者，发明者可以是企业家，也可以是各方面专家或一般社会成员。

第二，创新与发明创造的着眼点不同。发明创造的着眼点在于创造出前所未有的新事物。创新的着眼点是发明创造的第一次商业化应用。在熊彼特看来，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行为，第二次、第三次只能算作模仿。

第三，创新与发明创造的目的不同。发明创造的目的在于创立一种解决某一领域问题的技术解决方案，它可以取得专利，但不一定能为社会经济发展带来效益；而创新则是创造或执行一种新的方式，不仅要产生新的构想和观念，而且要运用新的构想和观念使社会经济发展获得更大的效益。

但是，发明创造与创新之间也存在内在的联系。一般说来，发明创造是创新的源泉和前导，创新是发明创造的运用和实践。例如，技术发明是发现新的技术原理，而技术创新则是将新的技术原理运用于生产实际之中，使其发挥应有的作用，取得相应的经济和社会效益。

二、创新理论的发展

继熊彼特之后，西方经济学家沿着熊彼特的创新思想对创新理论进行了进一步研究和扩展，形成了一系列的创新理论和流派，其中最具代表性的有技术创新学派和制度创新学派。

(一) 技术创新学派

技术创新学派的主要代表人物有爱德温·曼斯菲尔德、莫尔顿·卡曼、南赛·施瓦茨、保

罗·戴维斯等。他们在分析研究熊彼特创新理论的基础上，对技术创新理论作了开创性的研究工作，研究了诸如技术创新的概念、含义、过程、影响因素等，初步搭起了技术创新理论的基本框架。其中具有代表性的技术创新理论有企业规模论、市场结构论、模仿论等。

1. 企业规模论

企业规模论的代表人物是美国经济学家保罗·戴维斯。该理论认为，企业要采用一种新技术至少要达到某种规模。如果企业规模过小，达不到企业规模的“起始点”，那么，企业采用新技术在经济上是不合算的，因为这会导致产品成本提高、竞争力下降、盈利减少。该理论分析了决定企业规模起始点的若干因素，认为企业规模的大小与投资额成正比，即企业规模的起始点越小，投资额越少，采用新技术的企业数量就会越多，从而新技术就越容易推广和扩散。所以，该理论认为，降低规模的起始点是推广新技术的关键。

2. 市场结构论

市场结构论的代表人物是美国经济学家莫尔顿·卡曼和南赛·施瓦茨等人。该理论认为，制约和影响技术创新的因素主要有：一是竞争程度，二是企业规模，三是垄断力量。竞争程度导致技术创新的必要性，因为只有通过技术创新才有可能获得比竞争对手更多的利润，因而竞争愈激烈，技术创新的动力愈大。企业规模影响技术创新所开辟的市场前景的大小，企业规模愈大，技术创新所开辟的市场潜力就愈大，因而愈有利于进行创新活动。垄断力量会影响创新的持久性或时间性，企业垄断的程度越高，垄断力量越强，在短期内创新越不容易被人模仿，因而创新和模仿就将进行得越迟缓。因此，最有利于技术创新的市场结构是介于完全垄断和完全竞争之间的所谓的“中等程度竞争”的市场结构，即垄断竞争型的市场结构。

在垄断竞争型的市场结构中，技术创新分为两类：一类是垄断前景推动的创新，它是指一个企业由于预计自己所进行的技术创新能够获得垄断利润而主动进行的技术创新；另一类是竞争前景推动的创新，它是指企业迫于竞争对手的威胁而采取的创新。市场结构论认为，要使技术创新活动能够持续不断地进行下去，这两类创新都是不可缺少的。因为，如果只有垄断前景推动的创新，一旦企业的垄断实力增强，足以保证垄断利润的获取，创新活动就会衰减甚至停止；而如果只有竞争前景推动的创新，则所有企业都只想做花费成本较小的模仿者，而不愿做花费成本较大的创新者，这样，技术创新活动就难以出现。

3. 模仿论

模仿论的代表人物是美国耶鲁大学教授爱德温·曼斯菲尔德。该理论主要研究新技术在同一部门的推广速度以及影响技术推广的各种因素。为此，曼斯菲尔德提出了“模仿”、“守成”、“模仿率”、“模仿比率”和“守成比率”几个概念。模仿是指某个企业首先采用一种新技术之后，其他企业则以它为榜样而采用该种新技术。守成是指某个企业首先采用一种新技术之后，其他企业并不继起效仿，而仍使用原有的传统技术。模仿率是指实行模仿的企业采

用新技术的速度。模仿比率是指采用某种新技术的企业所占该部门企业总数之比率。守成比率是指不采用新技术而仍使用原有技术的企业在总企业中所占的比重。曼斯菲尔德用模仿率和模仿比率来表示新技术推广的速度，并进而研究影响新技术推广速度的各种经济因素的作用。

曼斯菲尔德认为，影响新技术推广速度的基本经济因素有：一是模仿者采用新技术的预期经济收益率，预期收益率越高，模仿的可能性就愈大，模仿率就越高。二是采用新技术所需投资额的多少，采用新技术所需投资额愈多，模仿的可能性愈小，模仿率愈低。三是资本供给的难易程度，资本的供给愈困难，模仿的可能性愈小。四是模仿比率大小，模仿比率愈大，表示模仿企业越多，即新技术推广的成效越大。一般说来，一种新技术在开始采用时，企业由于情报信息短缺和经验不足，采用新技术的风险较大，往往望而却步，因此守成者较多。继后，随着情报和经验的增加，风险减小，模仿者便逐渐增多，守成者逐渐减少，于是模仿比率逐渐增大。

（二）制度创新学派

制度创新学派的主要代表人物是美国经济学家兰斯·戴维斯和道格拉斯·诺斯。他们承袭了熊彼特的“实行一种新的企业组织形式”这一思路，于1971年出版了著作《制度变革和美国经济增长》一书，率先在制度创新领域进行了实质性地开拓，从而丰富和发展了熊彼特的创新学说。

1. 促成制度创新的因素

任何企业制度的创新都是以获取最佳利益为目的的，因而制度创新必须在预期收益大于预期成本的条件下才可能实现。戴维斯和诺斯认为，促成制度创新的主要因素有：

（1）规模经济性。即市场规模扩大，商品交易额增加，会促使人们进行制度变革，以降低经营管理成本，获取更多经济利益。

（2）技术经济性。生产技术和工业化的发展，城市人口增加，企业规模扩大，促使人们进行制度创新，以获取新的潜在经济利益。

（3）预期收益刚性。即社会集团力量为防止自己预期收益下降而采取的制度变革措施。例如在通货膨胀持续增长的情况下，工资、利息等固定收入者就要求实行收入指数化制度，以保障自己的实际收入不因通货膨胀而下降。

2. 制度创新的步骤

在分析促使制度创新因素的基础上，戴维斯和诺斯把制度创新过程划分为五个阶段：

（1）形成“第一行动集团”。所谓第一行动集团，是指那些能预见到潜在利益，并认识到只要进行制度创新就能获得这种潜在利益的决策者。他们是制度创新的首创者和推动人，他们中至少有一个成员是那种敢于冒风险的、有敏锐观察力和组织能力的企业家。

（2）“第一行动集团”提出各种可供选择的制度创新方案。如果此时没有可行的现成方

案，则要等待制度方面的新发明。

(3) “第一行动集团”对已提出的各种创新方案进行比较和选择。方案的比较和选择，必须符合能获得最大经济利益的原则。

(4) 形成“第二行动集团”。所谓第二行动集团，是指在制度创新过程中帮助“第一行动集团”获得经济利益的组织和个人。这个集团可以是政府机构，也可以是民间组织和个人。

(5) “第一行动集团”和“第二行动集团”协作努力，实施制度创新并将制度创新变成现实。

3. 制度创新的层次

戴维斯和诺斯认为，担负制度创新活动职责的“第一行动集团”可以分为三种不同层次，因而有三种不同层次的制度创新，即由个人、团体、政府分别来担任“第一行动集团”的制度创新。但不管是哪一层次上的制度创新，其制度创新的预期收益都必须大于预期成本，否则，制度创新就缺乏经济利益动机，因而不可能实现制度创新。他们认为，由政府担任第一集团进行的制度创新最具有优越性。

三、创新的基本类型

创新可以按照不同的标准进行分类。对创新进行分类的目的，是为了在实际工作中能够针对不同类型的创新，采取不同的创新方法和手段，从而更有效地开展创新活动。由于创新主体所在的行业、规模、环境及创新能力不同，创新必然表现出不同的类型。

(一) 渐进性创新、根本性创新、技术系统变革和技术经济范式变更

从创新的一般定义看，创新主要包括两层基本含义：一是指对原有事物的改变；二是指新事物的引入。据此，创新可分为两大类：一类着重于对原有事物的改进，另一类着眼于新事物的形成。^① 根据创新的广度和深度不同，可以把创新分为渐进性创新、根本性创新、技术系统变革和技术经济范式变更。^②

1. 渐进性创新

渐进性创新是指渐进的、连续的小创新。这些创新常出自直接从事生产的工程师、工人、用户之手。渐进性创新所涉及的变化都是建立在现有技术和生产能力之上的变化和用于现有市场和顾客的变化。通常情况下，渐进性创新对产品成本、可靠性和其他性能都有显著的影响。虽然每个渐进的创新所带来的变化是小的，但它的重要性不可低估。这是因为，一

^① 参见邢以群、张大亮：《存亡之道——管理创新论》，155页，长沙，湖南大学出版社，2000。

^② 这种分类方法是英国苏塞克斯（Sussex）大学的科学政策研究所（Science Policy Research Unit，简称SPRU）于20世纪80年代提出的，所以也称为SPRU分类法。



是许多大创新需要有与它相应的若干小创新辅助才能发挥作用，如计算机是一项重大创新，但离开软件的不断升级换代这些小创新，计算机就不可能普及得那么快；二是一些创新虽然从规模、科学突破上较小，但却可能具有很大的商业价值；三是渐进性创新的累积效果常常促使创新发生连锁反应。^①如由火柴盒、包装箱发展起来的集装箱，由收音机发展起来的组合音响等，都是渐进性创新的结果。

2. 根本性创新

根本性创新是指在观念上和结果上有根本突破性的创新，通常是指企业首次向市场引入的、能对经济产生重大影响创新产品或技术。它一般是研究开发部门精心研究的结果，常伴有产品创新、过程创新和组织创新的连锁反应。这类创新要求全新的技能、工艺以及贯穿整个企业的新的组织方式。根本性创新不仅会造成现有技术和企业原有的核心能力过时，而且会引起产业结构的变化，从而使竞争的性质和竞争格局发生改变。根本性创新主要表现在三个层面上：一是对企业系统的局部变革，如生产工艺、操作方法的改进等。它既可能形成新的学科理论，也可能产生新的管理方法。二是对企业系统的整体变革。其特征是波及企业生产经营活动的整个系统，形成有关联的创新群，并因此形成全新的管理模式。三是超企业系统的社会变革，即企业通过创新成果的扩散影响或改变整个社会的结构和条件。

3. 技术系统变革

这种创新将产生具有深远意义的变革，影响经济的几个部门，并伴随有新兴产业的出现。这种创新不但有根本性的创新、渐进性的创新，而且有技术上相关联的创新群出现。

4. 技术经济范式变革

这种创新既伴随着许多根本性的创新群，又包含许多技术系统变革的创新。例如，蒸汽机、电力、电子技术、计算机等都属于这种创新。这种创新不仅创造新的产品，而且创造新的产业门类，几乎影响到经济的每一个部门，并改变人们的常识。

（二）自主创新、模仿创新与合作创新

根据创新的组织方式不同，可以把创新分为自主创新、模仿创新和合作创新。

1. 自主创新

自主创新是指企业通过自身的努力，依靠自身力量所进行的创新。在自主创新中，知识、技术或制度等方面的关键性突破是依靠自身力量实现的，这是自主创新的本质特点。就其运作机理而言，自主创新或者源于所要解决问题的特殊性，或者旨在追求知识、技术或市场方面的率先性。一般说来，自主创新所具有的率先性不仅能为创新企业在竞争环境中确立优势地位提供前提，而且还能给创新企业带来大量的渐进性创新以及与之相关联的创新群。在各种创新活动中，自主创新最具有主动性和专有性，但这种主动性和专有性是以企业自身

^① 参见唐五湘：《创新论》，13页，北京，中国盲文出版社，1999。

的知识和能力为条件的，也是以独立承担创新风险为代价的。因此，自主创新也是难度最大、风险最高的创新。自主创新主要适用于风险型及高新技术的中小企业的创新。“据美国学者马奎斯对美国企业 500 个小型创新的调查，自主创新的比例在产品创新中占 80%，在元件创新中占 84%，在工艺创新中占 65%。”^①

2. 模仿创新

模仿创新是指企业在率先创新的示范影响和创新利益的诱导之下，通过合法方式学习、模仿别人的创新思路和创新成果，并在此基础上进行改进的一种创新形式。显然，模仿创新不是照抄照搬性的原样仿造，而是在保持原样的前提下有所发展、有所改善。一般说来，模仿创新是一种跟随性的被动创新。但模仿创新对模仿对象的选择，往往以率先创新的成功企业为基础，这样模仿创新就具有较低的风险，而且可以吸取率先创新成功者的经验和失败的教训，因而模仿创新常常具有较强的针对性。

3. 合作创新

合作创新是指企业与科研机构、高等院校及其他企业之间所进行的联合创新行为。它通常是以合作伙伴的共同利益为基础，以资源共享和优势互补为前提，有明确的合作目标、合作期限和合作规则，双方相互信任，在创新的全过程或某些环节共同投入、共同参与、共享成果、共担风险。因此，合作创新不但可以使创新资源组合趋于优化，缩短创新时间，减少创新的不确定性，扩大创新空间，而且能够分解创新成本，分散创新风险。通过合作创新，还往往可以使具有激烈竞争关系和利益冲突的企业联合起来，使合作各方获得更大的利益。所以合作创新已成为非常重要并日渐趋于普遍的一种创新方式。合作创新的主要形式有：企业与企业之间的合作创新，企业与科研机构之间的合作创新，企业、高等院校及研究机构之间的合作创新，等等。

（三）主动创新与被动创新

根据创新的动力来源不同，可以把创新分为主动创新和被动创新。

1. 主动创新

主动创新是指企业受到激励而产生的主动创新行为，表现为“我要创新”。主动创新在创新时间上领先、在创新成果上领先、在创新的持续性上领先。企业从事主动创新的前提是企业看到或寻找到潜在的市场机会，发现科技成果的应用前景。企业主动创新的支持力量来源于企业强烈的创新倾向，创新所需的知识积累和创新所需的人才、资金、信息。从事主动创新的企业在创新方式上可以多样化，既可以自主创新，也可以模仿创新。主动创新的企业有三种类型：

（1）突破型。企业始终致力于开发同行业中的全新产品或用新产品打入新的行业。这类

^① 王建、徐永德、王殿龙：《企业创新的理论与实务》，78 页，北京，新华出版社，2000。



企业多为各行业中的竞争优势企业或著名企业。

(2) 依存型。企业的生存与发展依赖于技术的更新换代,依赖于技术领先,没有这些变化企业就难以生存。在新兴产业和竞争性产业中,这类企业较多。

(3) 超越竞争型。这类企业旨在通过创新达到提高竞争力,使竞争对手低于自己的竞争力。超越竞争表现在企业战胜竞争对手的意图强烈。那些由弱变强的企业都是超越竞争的企业。

2. 被动创新

被动创新是指企业迫于外在压力,在生存和发展受到威胁时而从事的创新。被动创新不会成为率先创新者,其最佳境界是成为创新追随者。被动创新有其存在的客观条件,采用守成战略或缺乏创新意识的企业从事的都是被动创新。被动创新对企业发展是谋利之举,它也许对企业业绩无大的改观,但却能对业绩起到维持作用。被动创新的企业属竞争适应型企业,其创新目标在于适应市场变化,不思创造新市场,满足于保护市场份额和竞争地位。

第二节 企业创新机制

一、企业创新的含义

所谓企业创新,就是指以企业为主体,以市场为导向,为获取经济效益和社会效益,对企业生产要素进行新的组合或在生产经营过程中建立新的生产函数的过程和行为。这一概念至少包括以下几种情况:(1)提出一种新的经营管理理念,并能够将这种经营管理理念转化为企业的具体行动;(2)采用一种新的制度形式;(3)开辟一个新市场或采用一个新的市场组合;(4)采用一种新的技术,这种技术可能生产出一种新的产品,也可能产生一种新的生产方法;(5)采用一种新的组织形式或一种新的业务流程;(6)采用一种新的管理模式。

为了正确理解企业创新的概念,需要注意以下几点:

第一,企业是创新的主体。企业创新不仅仅是企业家的行为,也是企业所有员工的共同行为。

第二,企业创新是一种有目的的行为。其目的就是为了获取经济效益和社会效益,这是衡量企业创新成败得失的基本标准。

第三,市场是企业创新的导向。它决定着企业创新的整体思路和基本方向,脱离市场的企业创新行为是没有意义的,也是没有生命力的。

第四,企业创新是一个动态变化的过程。它蕴藏于企业生产经营活动的一切方面,是一个复杂的创新系统。