

全国创新创业教育“十三五”规划教材

大学生 创新创业 | 指导

慕课版

INNOVATION AND
ENTREPRENEURSHIP

刘霞 宋卫 ● 主编



● **名校名师，传授方法**

常州信息职业技术学院“创新创业”在线网络课程配套一体化教材

● **配套视频，轻松学习**

二维码、扫一扫、看视频，人邮学院配有完整的慕课课程

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

全国创新创业教育“十三五”规划教材

大学生 创新创业 | 指导

慕课版

INNOVATION AND
ENTREPRENEURSHIP

刘霞 宋卫 ● 主编



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

大学生创新创业指导：慕课版 / 刘霞，宋卫主编

— 北京：人民邮电出版社，2019.1

全国创新创业教育“十三五”规划教材

ISBN 978-7-115-48924-1

I. ①大… II. ①刘… ②宋… III. ①大学生—创业
—高等学校—教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第267435号

内 容 提 要

本书采用项目驱动的编写方式，紧紧围绕创新创业过程中完成各阶段任务所需的知识和能力来选择和组织课程内容。根据创新创业过程中可能遇到的问题的先后，本书分为开启创新创业思维、筛选创业机会、设计商业模式、制订创业计划、建设创业团队、整合创业资源、办理新企业开办手续、新企业日常管理、初创期的营销推广、管控创业风险、入门典型创业方式 11 个项目，每个项目又进一步细分为若干个任务。

本书是“创新创业”在线网络课程配套一体化教材，建有视频资源、题库等在线教学资源。本书不仅可以作为高等院校“创新创业”公共基础课程的教学用书，也可以作为创新创业培训用书和立志创业的相关人员的参考用书。

◆ 主 编 刘 霞 宋 卫

责任编辑 古显义

责任印制 马振武

◆ 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>

山东百润本色印刷有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：16.5

2019 年 1 月第 1 版

字数：342 千字

2019 年 1 月山东第 1 次印刷

定价：48.00 元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

P R E F A C E

前·言

大学生是最具创新、创业潜力的群体之一。大学生的创新创业教育是增强其创新创业意识、焕发创新创业精神、提高创新创业能力、促进创业活动的基石，是深化高等教育教学改革、培养学生创新精神和实践能力的重要途径，同时也是落实以创业带动就业、促进高校毕业生充分就业的重要措施。随着人们对创业活动的社会贡献的认知不断提升，创业及创业教育问题开始受到普遍关注。自2012年起，中华人民共和国教育部（简称教育部）对创新创业课程普及化的要求日益明确。广大高职院校积极响应号召，陆续开始面向全体学生开设“创新创业”这门课程。

创新创业教育课程作为创业教育的主要载体与工具，是创业教育理念、教育原则转化为具体教育实践的主要载体之一，也是培养具有创业素质人才的关键。

本书作为“创新创业”在线课程配套的一体化教材，根据教育部关于大学生创新创业教育的最新精神，在借鉴国内外成功经验的基础上组织内容，吸纳当代创新创业教育的最新成果，立足当前实际，对大学生创业的基本知识、基本理论、实务操作进行系统分析和全面讲解。本书为有别于传统知识传授的新形态一体化教材，着力推进信息技术与课程教育教学的深度融合，同步建立系列在线课程，形成丰富的涵盖教学短视频、案例、PPT、试题库等多样教学资源的立体化教学资源库。

本书由人邮学院平台为学习者提供优质的慕课课程，课程结构严谨，学习者可以根据自身的学习程度，自主安排学习进度。

现将本书与人邮学院的配套使用方法介绍如下。

1. 读者购买本书后，刮开粘贴在书封底上的刮刮卡，获取激活码（见图1）。
2. 登录人邮学院网站（www.rymooc.com），使用手机号码完成网站注册（见图2）。



图1 激活码



图2 人邮学院首页

3. 注册完成后，返回网站首页，单击页面右上角的“学习卡”选项（见图3）进入“学

习卡”页面（见图4），即可获得慕课课程的学习权限。



图3 单击“学习卡”选项

4. 获取权限后，读者可随时随地使用计算机、平板电脑及手机进行学习，还能根据自身情况自主安排学习进度。

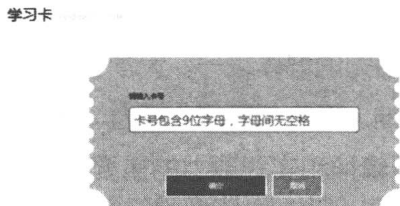


图4 在“学习卡”页面输入激活码

5. 书中配套的教学资源，读者也可在该课程的首页找到相应的下载链接。关于人邮学院平台使用的任何疑问，可登录人邮学院咨询在线客服，或致电：010-81055236。

本书采用启发、参与、研讨、案例的编写方式，紧紧围绕创新创业各项目任务完成的需要来选择和组织课程内容，重点突出对学生创新创业意识的培养。本书根据大学生创新创业过程中可能会遇到的问题，按其先后发生顺序分为11个项目，分别由刘霞、宋卫、陆婷、彭苏秦、罗娟、赵宇萱等共同编写。其中，刘霞、宋卫共同编写项目1，刘霞编写项目3～项目5，罗娟、刘霞共同编写项目6和项目10，陆婷、宋卫共同编写项目2和项目9，彭苏秦编写项目7和项目8，赵宇萱编写项目11，全书由刘霞、宋卫负责统稿、定稿。

由于时间仓促，书中不妥之处在所难免，恳请读者批评指正。邮件联系方式：liuxia@ccit.js.cn。

编者
2018年5月



CONTENTS

目·录

项目1

开启创新创业思维

任务1.1 了解创新与创业	2
一、创新与创业的概念	2
二、创新的类型	6
任务1.2 培养创新能力	11
一、激发创新意识	11
二、训练创新思维	12
任务1.3 走向创业	18
一、创业者	18
二、创业要素	19
三、创业各阶段需完成的工作	20
任务1.4 修炼创业胜任力	24
一、胜任创业	24
二、在校期间创业胜任力的 修炼	29
复习思考题	34

项目2

筛选创业机会

任务2.1 了解创业机会	38
一、创业机会	38
二、创业机会的特征	39

三、创业机会的类型	40
任务2.2 分析创业机会的来源	45
任务2.3 评估创业机会	48
一、创业机会的市场吸引力 评估	48
二、评估创业机会的资源需求	50
三、评估创业机会的获利能力	51
复习思考题	53

项目3

设计商业模式

任务3.1 理解商业模式	56
一、商业模式的概念	56
二、商业模式的类型	57
任务3.2 设计商业模式	61
一、商业模式的构成要素	61
二、商业模式的设计过程	62
任务3.3 甄选商业模式	66
一、定位准确	66
二、市场规模诱人	67
三、收入扩展快	67
四、相对的壁垒	68
五、风险可控	68
复习思考题	69

项目4

制订创业计划

任务4.1 理解创业计划的价值..... 73

- 一、计划的作用..... 73
- 二、创业计划书的价值..... 74

任务4.2 撰写创业计划书..... 75

- 一、创业计划书的编制过程..... 75
- 二、创业计划书的编写要求..... 75
- 三、创业计划书的主要内容..... 76

复习思考题..... 80

项目5

建设创业团队

任务5.1 理解创业团队的价值..... 97

- 一、创业团队的意义..... 97
- 二、创业团队成员的构成..... 98

任务5.2 选择创业合伙人..... 99

- 一、明确合伙原因..... 99
- 二、挑选合适人选..... 100
- 三、确定合伙方式..... 100
- 四、磨合..... 101

任务5.3 打造高效核心团队..... 103

- 一、团队建设流程..... 103
- 二、核心团队成员招募原则..... 106
- 三、核心团队凝聚力的打造方式..... 106

复习思考题..... 108

项目6

整合创业资源

任务6.1 筹集创业资金..... 112

- 一、预测创业资金需求量..... 112
- 二、创业资金的筹集渠道..... 114
- 三、创业资金的筹集方式..... 118
- 四、创业资金的筹集原则..... 118

任务6.2 招募员工..... 121

- 一、创业初期员工招募..... 121
- 二、甄选员工..... 124
- 三、录用员工..... 125

任务6.3 获取技术资源..... 127

- 一、技术资源的获取方式..... 127
- 二、技术获取的选择依据..... 128

复习思考题..... 130

项目7

办理新企业开办手续

任务7.1 选择企业组织形式..... 134

- 一、选择组织形式的影响因素..... 134
- 二、企业组织形式的类型..... 135

任务7.2 创办程序..... 140

- 一、设计企业名称..... 140
- 二、为新创企业选址..... 140
- 三、新创企业的申办手续..... 142

复习思考题..... 144

项目8

新企业日常管理

任务8.1 成本管理..... 147

- 一、成本的构成..... 147
- 二、成本管理的基本内容..... 148
- 三、成本精细化管理..... 149

任务8.2 员工激励..... 161

- 一、员工激励的必要性..... 161

二、激励的方法	161
任务8.3 时间管理	163
一、理解时间管理的重要性	163
二、时间管理的步骤	169
三、时间管理的方法	170
四、时间管理工具的使用	179
复习思考题	181

项目9

初创期的营销推广

任务9.1 营销环境分析	184
一、营销环境的分析内容	184
二、创业环境分析的方法—— SWOT分析	186
任务9.2 产品定位	188
一、市场细分	188
二、选择目标市场	189
三、定位	190
四、制订整体营销方案	191
任务9.3 分销渠道选择	192
一、分销渠道及其功能	192
二、分销渠道的模式	192
三、分销渠道的类型	193
四、分销策略	195
任务9.4 销售促进	196
一、促销的定义	196
二、营业推广	196
任务9.5 品牌化建设	199
一、树立品牌意识	199
二、规划品牌建设	203
任务9.6 客户服务	207

一、分析客户的需求	207
二、管理客户的期望	210
三、提供更多的选择方案	213
复习思考题	217

项目10

管控创业风险

任务10.1 树立风险观念	221
一、创业风险	221
二、创业风险的分类	222
任务10.2 管理创业风险	227
一、创业风险管理流程	227
二、创业风险管理建议	233
复习思考题	235

项目11

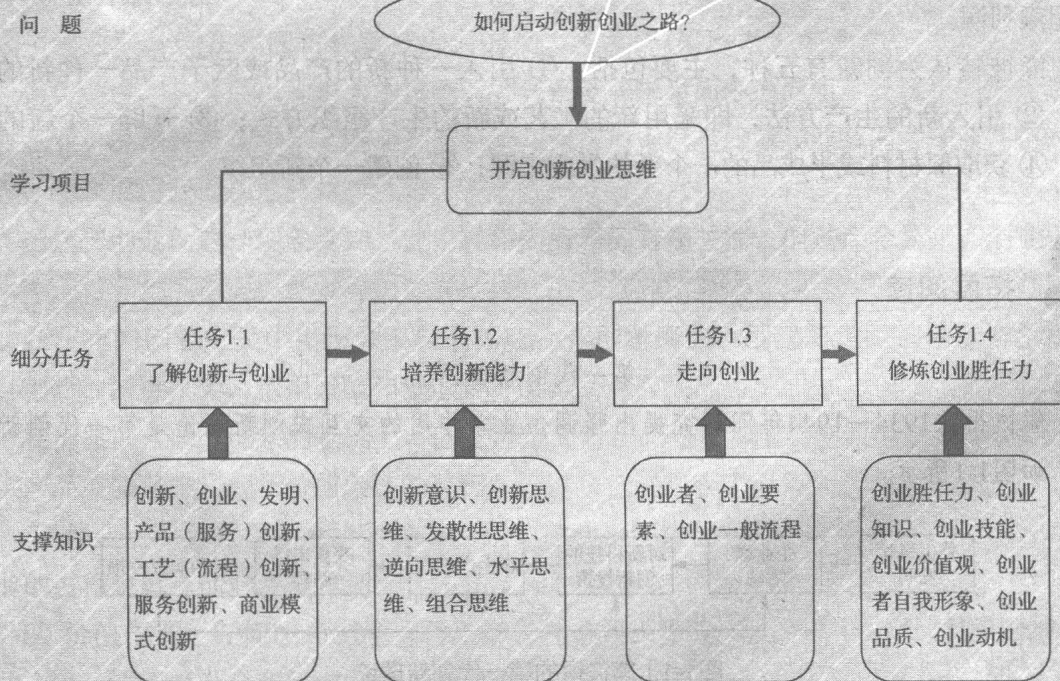
入门典型创业方式——网上商店的策划与运营

任务11.1 网上商店的策划	238
一、网上创业	238
二、选择网上创业方式	238
三、网上商店策划	239
任务11.2 网上商店的运营	242
一、网店货源组织	242
二、网上商店的开设	244
三、网店流量建设	249
四、促销活动的策划	251
五、客户关怀与维系	252
复习思考题	254

参考文献

项目1

开启创新创业思维



项目1 | 知识（技能）框架图

知识目标

- 掌握创新的内涵与特点
- 熟悉创新的各种类型
- 掌握创新思维训练方式
- 熟悉创业的一般流程
- 掌握创业胜任力的构成

技能目标

- 能初步树立创新创业意识，主动开展创新思维训练和创业胜任力培养

任务1.1 了解创新与创业



一、创新与创业的概念

1. 创新的概念

经济学上，创新（Innovation）的概念最早是由政治经济学家约瑟夫·熊彼特（Joseph Alois Schumpeter）于1911年在《经济发展理论》中首次提出的。根据他的定义，创新就是一种“新的生产函数的建立”，即“企业家对生产要素的新组合”，其目的在于获取潜在的超额利润。

熊彼特认为创新有五种，主要包括：① 引入一种新的产品或赋予产品一种新的特性；② 引入新的生产方法，即采用新的工艺或新的生产组织方式；③ 开辟一个新的市场；④ 获取原材料或半成品的一个新的供应来源；⑤ 创建一个新组织。



拓展阅读

第一代创新理论

熊彼得在1934—1944年间研究提出强调企业家作用的交互式创新理论是第一代创新理论，如图1-1所示。

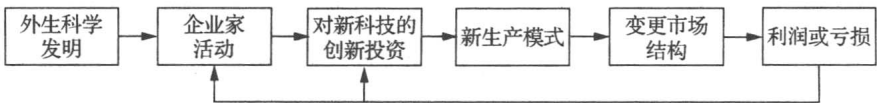


图1-1 | 熊彼得的第一代创新理论

美国国家科学基金会（National Science Foundation of USA）在其1969年的《成功的工业创新》中将创新定义为技术变革的集合。该机构认为技术创新是一个复杂的活动过程，从新思想、新概念开始，通过不断地解决各种问题，最终使一个由经济价值和社会价值的新项目得到实际的成功应用。我国的技术创新研究始于20世纪80年代，学者们对于创新的界定多从“技术”角度，强调创新主要是从技术着手，对产品或工艺进行改进或变革，从而创造新的价值。

社会学认为，创新是指人们为了发展需要，运用已知的信息和条件，突破常规，发现或产生某种新颖、独特的有价值的新事物、新思想的活动。创新的本质在于突破，即突破旧的思维定势，旧的常规戒律，改进或创造新的事物（包括但不限于各种方法、元素、路径、环境等），从而创造出有价值的成果。创新活动的核心是“新”，它或者是产品的结构、性能和外部特征的变革，或者是造型设计、内容的表现形式和手段的创造，或者是内容的丰富和完善。

概括而言，创新是指人们为了发展需要，运用已知的信息和条件，以现有的知识和物质，在特定的环境中突破常规，发现或产生某种新颖、独特的有价值的新事物、新思想的活动。

随着知识经济时代的到来，科学技术的进步与创新已经成为经济社会发展的决定性力量。越来越多的企业用实践证明，高效率的生产、优质的质量、品牌等已经不足以让一家企业永远获得持续的市场竞争优势，创新才是各类企业生存与发展的自然选择。

2. 创业的概念

“创业”一词在我国古代就被人们提及，《孟子·梁惠王》中提到：“君子创业垂统，为可继也”，《后出师表》中提到：“先帝创业未半而中道崩殒”。这里的创业是指创立基业。在现代社会中，“创业”是一个与保持前人已有成就和业绩的“守业”相对的概念，用来描述开创某种事业的活动。

虽然“创业”这一现象受到了理论界和实务界的普遍关注，但是迄今为止，创业仍然是一个非常宽泛的名词，学术界尚未形成统一的“创业”概念。通过对已有定义的总结来看，在所有的创业定义中出现频率较高的有：开创新事业、创建新组织、创造资源新组合、创新、捕捉机会、承担风险和创造新价值。

在借鉴前人研究成果的基础上，创业可定义为：“创业者围绕创业机会通过创新性的提供产品或服务来实现新价值创造的过程”。这一定义包含了以下几个方面的内涵。

① 创业活动具有显著的机会导向。创业活动是围绕创业机会而开展的一系列活动，创业的过程也就是创业者在识别机会、开发和利用机会，实现机会价值的过程。

② 价值创造。任何成功的创业活动都必然会在一定程度上实现对人们物质和精神生活的丰富，进而对社会和经济发展有所贡献。

③ 创新依赖性。创业离不开创新与变革，创业者只有不断突破自己的长期思维方式

的局限，才能识别出创业机会，进而做到创新。

④ 顾客导向。创业者先从识别顾客入手，根据顾客的需求提供产品和服务。

从本质而言，创业是富有创新精神的创业者运用现有的知识与机会结合并创造价值的活动。创业活动的本质可归纳为八种创造活动，即财富的创造、企业的创造、创新的创造、变革的创造、雇佣的创造、价值的创造、增长的创造和管理的创造。



创新创业知识

创新视野下的创业类型划分

（1）根据创新内容的不同，可将创业分为“产品创新式创业”“营销创新式创业”和“流程创新式创业”。

产品创新式创业是基于产品的技术或工艺的创新而开展的创业活动，如腾讯公司依靠QQ实现创业。

营销创新式创业是指创业者通过采取有别于已有厂商的，能给消费者带来更高满意度的市场营销模式的一种创业方式，如国美电器通过创新电器售卖方式实现创业。

流程创新式创业是指那些靠更有效地实现产品商业化和产业化的创业活动，如戴尔公司依靠其著名的“直接经营”模式实现创业。

（2）按照对个人和市场的影响程度，可将创业划分为“复制型”“模仿型”和“颠覆型”三种。

复制型创业是指创业者复制原有公司的经营模式，创新的成分很低，如某人原本在某外贸企业从事外贸业务，离职后自行创立一家与原公司类似的新外贸公司。

模仿型创业是创业者模仿已取得创业成功的企业开展创业活动。模仿型创业虽然无法带来新价值的创造，创新的成分也很低，但与复制型创业的不同之处在于，模仿型创业的创业过程对于创业者而言还是具有很大冒险成分的，如模仿ICQ创立的QQ。

颠覆型创业是创业者根据创新构想所进行的创业活动。该类创业是一种难度很高的创业类型，有较高的失败率，但成功所得的报酬也很惊人。这种类型的创业如果想要获得成功，必须在创业者能力、创业时机、创业精神发挥、创业策略研究拟定、经营模式设计、创业过程管理等各方面都有很好的搭配，如扎克伯格将社区的理念搬上网络，创立了Facebook。

3. 创新、发明与创业的关系

（1）创新与发明的关系

创新与发明经常被很多人混为一谈，二者其实有着本质的区别。在最早提出创新的概

念时，熊彼特就认为“创新”是一个经济范畴而非技术范畴的概念。

“发明”（Invention）是提供独创的、首创的、新颖的、有意义的成果的活动。只有当一个发明投放市场并被消费者所接受，并且消费者认为其具有某种实际的、正面的、革新性的价值后，人们才会意识到这个发明是一种“创新性”的产品。

需要关注的是，“创新”不仅是指科学技术上的发明创造，更是指把已发明的科学技术引入企业之中，形成一种新的生产能力。有些创新根本不包含发明，而是在原材料供应、生产、销售等企业价值链中的活动展开创新。

双创学堂

技术创新与其他概念的区别

技术创新与其他概念的区别如表1-1所示。

表1-1 技术创新与其他概念的区别

概念名称	简要定义	与技术创新的显著区别
发明	第一次提出新概念、新思想、新原理	缺少大量生产与市场化的活动
基础研究	认识世界，为推动科技进步而进行的探索性活动，没有特定的商业目的	缺乏深入的试制、生产与市场化活动
应用研究	为增加科技知识并为某一特定实际目标而进行的系统性创造活动	与生产和市场化联系不足
开发研究	运用基础研究与应用研究的知识来开发新材料、新产品、新装置	仍未考虑市场化的工作
技术引进	引进新设备、人才，以提高生产与市场能力	能否进入市场不能保证
技术改造	主要是对生产设备进行系统或部分的更新	可以完善生产能力，但能否市场化尚不得知
技术变革	严格意义上是从发明到技术创新、技术扩散的全过程	比技术创新的过程更长，属于经济学概念，现实中操作较难
技术进步	若干年内技术创新的累积与综合性过程	对技术创新的后期总结

（2）创新与创业的关系

创新与创业二者有着不可分割的内在联系。创业的关键在于创新，创新是创业的源泉，持续创新必然推动和成就创业；创新成果的商品化、市场化依靠创业，因而创业使得创新的经济价值、社会价值得以实现。

在信息化、经济全球化大环境中，两者正呈现出越来越显著的、动态的集成与融合趋势，并表现为正相关关系。两者的动态融合及相互影响对于创业成功和企业成长至关重要。



拓展阅读

创业者创新的层次

（1）制度创新：能够使创新者获得追加或额外利益的、对现存制度（指具体的政治经济制度，如金融组织、银行制度、公司制度、工会制度、税收制度、教育制度等）的变革。促成制度创新的因素有三种：市场规模的变化，生产技术的发展，以及由此引起的一定社会集团或个人对自己收入预期的变化。

（2）技术创新：是以创造新技术为目的的创新，或以科学技术知识及其创造的资源为基础的创新。

（3）理论创新：适时地总结、归纳、提高、升华，将零散琐碎的事实经验上升到系统化、规范化的理论高度，作为今后工作的借鉴和出发点。

（4）风险态度创新：创业者对风险的态度发生改变，从经典的风险厌恶型向中性甚至是风险偏好型转化。

创业和创新的融合是一个动态整合、集成与优化的过程，并非只发生在新企业的启动或创建阶段，而是伴随整个创业和企业成长的过程。在这一过程中，创新精神、创业能力和市场意识始终是创业成功和企业持续成长的内在动力。

二、创新的类型

创新作为一种基本的企业行为，其具体的表现形式是多种多样的，涉及企业活动的各个方面。根据其场合的不同，创新可分为产品创新、工艺（流程）创新、服务创新和商业模式创新。

1. 产品创新

产品创新是指通过改善或创造产品，以进一步满足顾客需求或开辟新的市场。产品创新的价值在于创造性地解决了用户的问题，同时兼顾了用户价值和商业价值，既满足了用户的需求、创造了用户价值，又达成公司的商业目标、创造了商业价值。成功的产品创新通过在功能、外观、质量、安全等各方面不断改进以满足顾客的需求，从而争取更多的顾客基础，实现企业的市场竞争优势。

产品创新的方式可分为以下六种。



创新的类型

(1) 全新产品。这类新产品是同类产品的第一款,并创造了全新的市场,此类产品占新产品的10%。

(2) 新产品线。这些产品对市场来说并不新鲜,但对于有些厂家来说是新的,约有20%的新产品归于此类。

(3) 已经有产品品种的补充。这些新产品属于工厂已经有的产品系列的一部分。对市场来说,它们也许是新产品。此类产品是新产品类型中较多的一类,约占26%。

(4) 老产品的改进型。这些不怎么新的产品从本质上说是工厂老产品的替代品。它们在性能上比老产品有所改进,提供更多的内在价值,该类新改进的产品占26%。

(5) 重新定位的产品。适于老产品在新领域的应用,包括重新定位于一个新市场,或应用于一个不同的领域,此类产品占新产品的7%。

(6) 降低成本的产品。将这些产品称作新产品有点勉强,它们被设计出来替代老产品,在性能和效用上没有改变,只是成本降低了,此类产品占新产品的11%。



拓展阅读

海尔洗衣机的产品创新

海尔曾通过在洗衣机的排水管处增加一个泥沙过滤网,从而使自己的洗衣机在农村市场上销量大增。这个功能并不是经营者凭空设想的,而是源于大量消费者的售后反馈:那时,海尔的客服部门总接到消费者投诉,海尔洗衣机的排水管总是被堵。服务人员上门维修时才发现,很多农村地区的人居然用洗衣机来洗地瓜、土豆,都是泥土,当然容易堵了!后来,厂家就给洗衣机加了一个简单的泥沙过滤网,这个问题就轻松解决了。

海尔因为发现了顾客投诉的根本原因,进而把用户的投诉变成了实际需求,并借此机会顺势推出了一款新产品——能洗大地瓜的洗衣机。该产品一经推出就异常畅销,因为这款产品意外地满足了餐饮市场的一个需求:很多饭店买来不是用来洗衣服,而是用来洗地瓜,甚至用来洗非常难洗的龙虾!海尔的大地瓜洗衣机意外地填补了一个市场空白。

2. 工艺(流程)创新

工艺(流程)创新是指生产和传输某种新产品或服务的新方式,如对产品的加工过程、工艺路线、设备、生产规则体系等所进行的创新技术活动。企业通过研究和运用新方式方法和规则体系等实现工艺创新,提高企业的生产技术水平、产品质量和生产效率。

工艺(流程)创新的方法有:①创造策略,即利用新原理、新技术开发新工艺;②模仿策略,即根据市场预测及企业自身的能力,选择市场上已有的生产工艺进行模仿

或稍加改进；③ 复合策略，即把创造和模仿结合在一起的工艺创新。



双创学堂

工艺（流程）创新的类型

（1）围绕提高产品质量等级品率的工艺创新。产品质量等级品率是表征质量水平和技术规格符合度的指标。为提高产品质量等级品率，企业必须在工艺技术、工艺管理和工艺纪律三个方面协调创新，忽视其中哪一方面，都可能使产品质量和优等品产值率无法得到保证。

（2）围绕减少质量损失率的工艺创新。质量损失率是一定时期内企业内部和企业外部质量损失成本之和占同期工业总产值的比重，是表征质量经济性的指标。为降低废品、减少损失，企业工艺要在设计、工艺技术等软件方面和材料、设备等硬件方面进行协调配套创新。

（3）围绕提高工业产品销售率的工艺创新。工业产品销售率是一定时期内销售产值与同期现价工业产值之比，它反映产品质量适应市场需要的程度。通过工艺创新，企业既能生产独具魅力的产品，又能提供优质的服务，从而吸引顾客、拓展市场、扩大销售。

（4）围绕提高新产品产值率的工艺创新。产品产值率是一定时期内新产品产值与同期工业产品产值之比，它反映新产品在企业产品中的构成情况，体现企业的技术进步状况和工艺综合性水平。现代企业的生产往往需要由多种学科、多种技术综合成的工艺技术，尤其是技术密集型创新产品，需要荟萃机、电、光、化学、微电子、计算机、控制及检测等技术工艺，特别需要CIMS（Computer Integrated Manufacturing System，计算机集成制造系统）技术，实现对产品寿命周期信息流、物质流与决策流的有效控制与协调，以适应竞争市场对生产和管理过程提出的高质量、灵活响应和低成本的要求。

（5）围绕节约资源、降低成本的工艺创新。传统的自然资源日益匮乏，通过改进原有工艺，科学、合理、综合、高效地利用现有资源，或采用新工艺、开发利用新资源，可以使企业节约能源、降低物耗能耗，降低产品成本。

（6）围绕有益于环境的工艺创新。低污染或无污染成为社会、政府和人民对企业生产及其产品的越来越突出的要求。通过工艺创新，企业可以减少生产过程的污染，提供无污染的产品。

3. 服务创新

服务创新是企业为了提高服务质量和创造新的市场价值而发生的服务要素变化，对服务系统进行有目的、有组织的改变的动态过程，是一种技术创新、业务模式创新、社会组

织创新和需求、用户创新的综合。服务创新能通过新的设想、新的技术手段转变成新的或者改进的服务方式，使顾客或潜在顾客感受到不同于从前的崭新内容。

服务创新的途径如下。

(1) 全面创新。借助技术的重大突破和服务理念的变革，创造全新的整体服务。其比例最低，却常常是服务观念革新的动力。

(2) 局部革新。利用服务技术的小发明、小创新或通过构思精巧的服务概念，而使原有的服务得到改善或具备与竞争者服务存在差异的特色。

(3) 形象再造。服务企业通过改变服务环境、伸缩服务系列、命名新品牌来重新塑造新的服务形象。

(4) 改型变异。通过市场再定位，创造出在质量、档次、价格方面有别于原有服务的新的服务项目，但服务的核心技术和形式不发生根本变化。

(5) 外部引入。通过购买服务设备、聘用专业人员或特许经营等方式将现成的标准化服务引入本企业中。



拓展阅读

海底捞的服务创新

网上流传着很多关于海底捞为顾客服务的故事，甚至有人用“地球人无法阻止海底捞了”“人类不可战胜的海底捞”造句，创造各种夸张的“海底捞体”。

海底捞的特色服务贯穿于从顾客进店到离店的整个过程中：顾客等候过程中有免费上网、棋牌、擦皮鞋、美甲等服务，并可享受免费饮料、水果、爆米花、虾片等；就餐过程中，服务员进行微笑服务，为顾客擦拭油滴，下菜捞菜，递发圈、眼镜布、15分钟一次的热毛巾，续饮料，帮助看管孩子、喂孩子吃饭，拉面师傅现场表演；店里还设有供小孩玩耍的游乐园；洗手间增设了美发、护肤等用品，还有免费的牙膏牙刷。甚至顾客打个喷嚏，就有服务员送来一碗姜汤。

4. 商业模式创新

商业模式创新是改变企业价值创造的基本逻辑以提升顾客价值和企业竞争力的活动。商业模式创新既可能包括多个商业模式构成要素的变化，也可能包括要素间关系或者动力机制的变化。简而言之，商业模式创新是指企业以新的方式盈利。

商业模式创新是对企业以前的基本经营方法进行变革。一般而言，有四种方法：改变收入模式、改变企业模式、改变产业模式和改变技术模式。

(1) 改变收入模式是改变一个企业的用户价值定义和相应的利润方程或收入模型。