

清华创新经典丛书



INNOVATION

The Oxford Handbook of Innovation Management

# 牛津创新管理手册

[澳]马克·道奇森(Mark Dodgson)

[英]大卫·甘恩(David M. Gann) ◎ 编

[英]尼尔森·菲利普斯(Nelson Phillips)

李纪珍 陈劲 ◎ 译

清华大学出版社



清华创新经典丛书

# 牛津创新管理手册

The Oxford Handbook of Innovation Management

[澳]马克·道奇森(Mark Dodgson)

[英]大卫·甘恩(David M. Gann) ◎ 编

[英]尼尔森·菲利普斯(Nelson Phillips)

李纪珍 陈劲 ◎ 译

清华大学出版社  
北京

北京市版权局著作权合同登记号 图字:01-2016-3105

Mark Dodgson, David M. Gann, Nelson Phillips

The Oxford Handbook of Innovation Management

ISBN 978-0-19-969494-5

Copyright © Oxford University Press 2014. All rights reserved

This book is in copyright. Subject to statutory exception and to the provisions of relevant collective licensing agreements, no reproduction of any part may take place without the written permission of Oxford University Press.

This simplified Chinese edition is authorized for sale in the People's Republic of China (excluding Hong Kong, Macau and Taiwan) only. Unauthorised export of this simplified Chinese edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of Oxford University Press and Tsinghua University Press.

本中文简体字翻译版由牛津大学出版社授权清华大学出版社独家出版发行。

版权所有。未经出版人事先书面许可,对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播,包括但不限于复印、录制、录音,或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由牛津大学出版社和清华大学出版社有限公司合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区)销售。

版权© 2016 由牛津大学出版社与清华大学出版社有限公司所有。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

#### 图书在版编目(CIP)数据

牛津创新管理手册/(澳)马克·道奇森(Mark Dodgson),(英)大卫·甘恩(David M. Gann),(英)尼尔森·菲利普斯(Nelson Phillips)编;李纪珍,陈劲译.—北京:清华大学出版社,2019.12  
(清华创新经典丛书)

书名原文: The Oxford Handbook of Innovation Management

ISBN 978-7-302-49675-5

I. ①牛… II. ①马… ②大… ③尼… ④李… ⑤陈… III. ①创新管理—手册 IV. ①F273.1-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 034789 号

责任编辑:高晓蔚

封面设计:李伯骥

责任校对:宋玉莲

责任印制:杨艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:33.5 插 页:1

字 数:752千字

版 次:2019年12月第1版

印 次:2019年12月第1次印刷

定 价:118.00元

产品编号:062590-01



## 当

前,创新已成为经济社会发展的主要驱动力,创新能力成为国家竞争力的核心要素,各国纷纷把实现创新驱动发展作为战略选择,并将其列为国家发展战略。中国自2006年提出自主创新的伟大战略,由此掀起了科技创新的发展热潮。党的十八大进一步明确提出“科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑,必须摆在国家发展全局的核心位置”。习近平总书记在2014年“两院”院士大会上继续强调,要坚持走中国特色的自主创新道路,加快实施创新驱动发展战略。作为创新理论工作者,应积极贡献对创新理论洞察与政策建议。

国际上,创新研究起源于美籍奥地利经济学家熊彼特,之后逐步为各国经济、管理和政策研究者所重视。北美和欧洲国家拥有一批杰出的创新理论研究者,形成了极为丰硕的学术成果,为创新驱动发展作出了显著的贡献。美国以麻省理工学院斯隆管理学院、哈佛大学商学院和斯坦福大学商学院以及工学院为代表,在创新管理学、创新经济学研究方面处于国际领先地位。欧洲以英国苏塞克斯(Sussex)大学科技政策研究所(SPRU)等为代表,在创新经济学理论和创新政策研究等方面处于领先地位。在亚洲,韩国学者率先在技术学习和技术追赶方面取得了研究优势,日本学者则在知识创新、精益创新等方面颇有建树。近年来,印度学者在创新方面的研究同样令人瞩目,他们先后提出了原生态创新、朴素式创新、反向创新等新的创新理念,在创新研究方面独树一帜。

中国于20世纪80年代中期即开始启动创新研究。清华大学、浙江大学是其中的先行者,以傅家骥教授、吴贵生教授等为学科带头人的清华大学研究团队和以许庆瑞院士为学科带头人的浙江大学研究团队取得了一批研究成果,并对国家决策产生了重要影响,特别是在引进消化吸收再创新、组合创新、全面创新、协同创新等研究方面取得了令人瞩目的进展,中国的创新研究及实践与国外先进国家的差距日益缩小,令人鼓舞。

清华大学一直高度重视技术创新的研究。从1988年开始,承担了国家自然科学基金委员会“八五”重大课题“中国技术创新研究”等一系列研究,创造性地提出了“基于中国国情的技术创新理论”。2004年,清华大学技术创新研究中心获教育部批准为人文社会科学重点研究基地。十多年来,无论是在科学研究和人才培养,还是在学术交流、咨询服务以及体制改革等方面都取得了国内外有影响的成果,确立了清华大学在国内外技术创新领域的领先地位。

正值国家积极推动创新驱动发展的大好时机,清华大学技术创新研究中心经中心学术

委员会会议讨论制定了“积极探索创新驱动发展指引下中国特色的自主创新理论与方法，引领中国创新学科发展，培养高层次创新研究人才，进一步提高国际知名度，向国际一流迈进”的“十三五”战略目标，力争使清华大学技术创新研究中心成为国家在创新方面的重要智库，以及世界级的创新研究组织。

为实现这一战略目标，我们特组织了本套“清华创新经典丛书”，目的是持续译介国外最新的创新理论专著，汇聚清华学者乃至全国创新理论工作者的最新成果，以实现中国学者对中国创新发展和人类创新进步的真诚奉献。



教育部长江学者特聘教授  
清华大学技术创新研究中心主任



# 牛

津大学出版社的牛津手册系列是学术界颇负盛名的权威手册。作为本书译者之一的李纪珍曾于2009年参与翻译《牛津创新手册》一书,译者在翻译过程中收获颇多。译者在与官、产、学、研界人士接触的过程中,经常听人提起《牛津创新手册》的翻译对他们帮助颇大,甚至在译者与国外学者沟通的过程中,很多学者对中文译本表示赞赏,并进一步使得译者加深了与原书部分章节作者的联系。

所以三年前第一次见到本书——《牛津创新管理手册》的原版,我们就坚定了翻译的决心。本书的翻译过程使得译者再一次有机会研读牛津手册系列,与创新领域的著名学者马克·道奇森(Mark Dodgson)、大卫·甘恩(David M. Gann)、尼尔森·菲利普斯(Nelson Phillips)等产生思想的碰撞与学术的交流。

创新是引领发展的第一动力。创新能否对经济效益和社会福利作出巨大贡献,取决于创新的管理者能否成功克服重重挑战。创新管理的研究,是基于对创新活动的来源、本质及结果的理解,也是对孕育创新的经济背景、社会背景和技术背景的探究,是新兴研究领域。本书在严谨深入总结创新基本知识的基础上,将重心放在如何管理创新以及影响创新的特定情境等问题上,即关注组织中的创新管理及其影响因素,如创新的来源、创新的不同情境、创新战略和创新组织等。同时,本书也强调了近年来新兴企业战略实践给创新及其管理带来的巨大变化,如颠覆性创新、创新生态系统和全新的数字技术等带来的机遇和挑战。

本书分为四部分:第一部分引言,包括第1~2章,总结了创新管理的观点以及创新的本质;第二部分,包括第3~9章,总结了创新的不同来源;第三部分,包括第10~19章,分析了不同情境下的创新管理及其影响;第四部分包括第20~32章,探讨了战略、管理和组织等创新管理的经典话题。

具体来说,各章内容如下。

第1章提供了大量关于创新管理的最新观点,包括理论解释、存在的挑战,以及在创新过程中的应用等。本章也简要介绍了诸多知名学者对创新管理研究所作出的贡献。

第2章用一些典型事实探究创新的本质,阐述创新如何促进高增长、创新的不同形式以及创新的普适性。此外,本章还讨论了创新的形式、速度、地理分布和路径,为本书后续对创新管理的讨论奠定了基础。

第二部分从第3章开始。本章检验了市场及其营销作为创新的来源和地点如何影响创

新,回答创新来自何人、何事、如何做等问题。

第4章从科学、技术和商业创新的角度,探讨不同类型的知识与公共融资对创新的作用。

第5章的主题是用户创新,本章指出互联网可以更加快捷且低成本地提供创新的相关信息,用户创新这一实践将有更强劲的发展势头。本章解释了为什么用户需要创新,这种创新是如何组织的,以及用户分享创新的动机。

第6章关注网络与创新,讨论了社会网络分析如何通过描绘个人、集体和组织间的联系为创新管理者提供研究创新管理的工具。本章阐明了这一工具如何显著地改变了创新网络分析理论和技术,罗列了社会网络分析对创新管理者的若干好处,包括确认组织孤岛、寻找核心和关键行动者、定位孤立者和孤立群体,以及识别瓶颈等。

第7章阐述创造力、创新与知识之间的矛盾关系。无论是个人、集体还是组织层面,知识既可能促使创新想法的产生,又可能不利于其产生。本章在核心刚性和深度智慧等概念基础上指出反向利用知识的缺点能够激发创造力,并为个人和组织提供灵感。

第8章提出设计驱动型创新的观点及其与技术推动型创新、市场拉动型创新的关系,并展示设计驱动型创新如何通过对意义进行解读和联想,为创新管理提供一个重要的新范式。

第9章介绍了创新管理的代理理论,指出创新管理可以分析组织在市场、技术、资源和能力上的差异,描述创新的起源和作用所受到的机构、组织、团体和个人等的影响。

第三部分讨论创新情境。其中第10章讨论产业或行业差异对创新管理的重要影响。本章以医药行业、机床行业和服务业为例子,提出将知识、创新来源与行为主体、机构相结合的框架,以解释创新活动在不同产业以及跨越行业时的动态变化。

第11章回顾“创新生态系统”这一概念是如何演进的,以及如何被应用到创新战略的分析、设计和执行。这一章深入探究创新生态系统的边界、结构和动态变化,并从三个理论视角进行验证。本章认为,尽管大量的研究提到创新生态系统,但研究其对创新管理的意义还停留在初期,学者们仍有广阔的研究空间。

第12章描述技术市场的规模和特点,包括组织可以采用许可、交叉许可和交易专利等方式从第三方获取或外包技术。

第13章将创新的资金问题放在国家治理的资本市场和金融体系这一广阔背景下,结果表明,公共和私人研发资金的平衡有着相当大的差异。同时,在考虑2008—2009年金融危机对创新融资影响的基础上,本章还分析了各种资本主义和创新系统,并讨论了未来的融资趋势。

第14章提出创新管理者需要更深入地挖掘为什么用户会为创新而消费。本章认为创新管理要理解用户潜在的价值观,以及其他更加感性的、与社会情境相关的因素。

第15章介绍环境的可持续性为何成为创新管理的关键问题。本章提出技术对商业环境绩效的三个主要影响:一是感知和提供信息;二是提高效率;三是转变资源利用和环境的影响。本章认为,由于环境挑战的系统复杂性,新旧创新能力、新商业模式和各种联结的有机组合是必需的,这有利于可持续创新管理。

第16章认为管理社会化创新的热情在增长,但相关研究并没有增加。这一章回顾了现

有文献中社会化创新的四个主题:以社会问题为起点、专注新颖的解决方法、改变潜在的组织模式以及获得创新者之外的收益,最后本章总结后续研究应该聚焦于分辨社会问题的产生及其历史和社会背景,以及如何将政治和道德的影响加入这些研究中。

第17章讨论了日本的创新管理,这些管理实践很大程度上归因于“二战”后遗留的劳动力短缺。

第18章尝试改变大部分创新管理的研究集中在美国、欧洲和日本等发达国家和地区的現象,总结了中国的创新管理特点,并提出中国的创新能力已显著提升。中国创新管理的模式受到政府政策和中国文化的强烈影响,通过向跨国公司学习与自身的实践,中国的创新方法为创新管理的研究提供了新的重要方向。本章提到了一个有趣的问题,即西方效率导向型商业模式与中国效用导向型商业模式的区别。

第19章将组织内部和跨组织的技术与创新的整合能力相结合,提出“创新技术”的概念。

第四部分是创新的经典问题,即战略、管理和组织。

第20章揭示创新战略主流理论的不足。本章认为,工业组织和以资源为基础的战略观并不能解释当代企业面临的“超竞争”所带来的动荡与变化。一个竞争优势瞬息万变、竞争威胁无处不在的世界需要新的创新绩效评估指标,需要更加重视人们和组织间的关系网,也需要更加关注领导人的作用。

第21章将“商业模式”定义为在交易伙伴的关系网中,一个组织如何创造、传递和获取价值的基本原理。本章认为商业模式既是创新的重要媒介,又是创新的来源。根据以下三类情境对商业模式创新进行验证:一是在新成立组织中的设计;二是现有情境下的重新配置;三是作为支持可持续发展的一种方式。

第22章认为,研究者对开放式创新感兴趣的程度,与企业形成成功的开放型创新策略的难易程度并不相符。通过强调影响开放性的一系列事件,本章对理解开放式创新的优点和局限性提供了指导。

第23章认为企业处于创新生态系统中,企业无法完全依赖自我进行创新,企业间建立紧密的联系,在一致目标下对资源有着共同承诺,这便是“合作”。合作增强了企业之间优势互补、鼓励学习、培养才能、处理不确定性和复杂性等方面的能力,是一个充满挑战的过程。

第24章探讨了组织的不同部门如何影响创新,并强调在管理创新的过程中,管理组织情境的重要性。本章提出一系列可以促进整合、保障创新的机制,包括领导力、文化、组织架构、网络和团队。

第25章是人力资源管理实践与创新,强调横向和纵向组织间沟通的重要性。创新过程将这些沟通方式与更高级别的授权决策、奖赏系统相结合,对“新型”或“现代”人力资源管理实践很有价值。

第26章讨论如何进行研发管理,并成功开发新产品。本章解释了管理研发和新产品开发对创新管理的贡献,并描述它们的核心要素。

第27章是研发国际化分析。本章描绘了研发活动在跨国公司中的全球化趋势,并探讨

企业在海外开展研发活动的动机,以及由此产生的管理问题。企业研发活动全球化的原因各有不同,包括使产品适应当地市场需求与基础科学全球中心建立联系等。

第28章的主题是知识产权的战略重要性。本章指出合法的竞争性战略,可以利用知识产权和技术标准从中获利,强调了创新战略中涵盖知识产权的重要性。

第29章探讨的是企业并购对创新绩效以及企业创新能力的作用。该章通过对理论和实证文献的综述,梳理并购管理的挑战、并购对创新造成的影响及其潜在的价值等,指出仍需要更多的研究关注并购对创新产生的影响。

第30章阐述服务业创新与制造业创新的不同,前者的特征在于消费者和辅助服务提供者的参与更加频繁,而对特定技术部门研发的依赖较小,且在众多的参与者中分布更为广泛。同时,本章认为许多服务创新都涉及商业模式的创新,并从服务设计角度提供了针对不同阶段的分析框架。

第31章认为项目是创新的重要组织形式,本章讨论项目管理的工具和技术是如何开发的,从而帮助筛选、计划、管理和降低与创新相关的不确定性。对比项目管理的最优模型和适应性模型,本章指出后者越来越成为理解项目化创新与不确定性关系的新范式。

第32章通过信息与通信技术公司的案例,验证平台对于创新管理的意义。将组织内部、供应链和工业的平台相区分,并研究其战略意义,总结平台是如何促进或阻碍创新的。

创新管理是一个至关重要且快速发展的研究领域,《牛津创新管理手册》中文翻译版的问世,为中国学者的进一步探索提供指引,也对创新管理实践者和政策研究者具有借鉴意义。本书既饱含理论知识,又富有实践经验,对创新管理做了普及性兼具学术性的解读,相信读者会和译者一样,受益匪浅。

本书由清华大学经济管理学院,同时也是清华大学技术创新研究中心的李纪珍和陈劲老师主持翻译,初稿翻译主要由清华大学经济管理学院的博士生完成,他们是陈轩瑾、段勇倩、郭穗芳、胡业飞、胡潇婷、黄江、黄颖婕、赖长青、李加鹏、刘成城、苗硕、邱姝敏和尹西明,李纪珍也参与了部分章节的初稿翻译。

值得说明的是,本书英文原版书曾经在李纪珍作为主讲老师的清华大学博士生课程“创新研究”课堂上使用过,并在随堂学习的过程中由以上博士生翻译了初稿。初稿完成后主要由清华大学经济管理学院的李晓华和李论两位博士生进行了全面初步校订,增强了译文的一致性与可读性,最终由李纪珍和陈劲全面校订。当然,本书翻译难免有不正确或不准确地方,如果有问题,欢迎读者指正。

最后,本书的出版也要感谢清华大学出版社的高晓蔚编辑,因为她的辛苦付出,本书得以最终面世。



于清华大学技术创新研究中心



帕梅拉·亚当斯(Pamela Adams),瑞士富兰克林学院国际管理教授。

高塔姆·阿胡贾(Gautam Ahuja),美国密歇根大学罗斯商学院工商管理“哈维·弗吕霍夫”教授。

奥利弗·亚力克西(Oliver Alexy),德国慕尼黑理工大学管理学院战略创业教授。

埃尔科·奥蒂奥(Erkko Autio),英国帝国理工学院商学院技术创业教授。

米歇尔·巴顿(Michelle Barton),美国波士顿大学管理学院组织行为助理教授。

法兰斯·伯克霍特(Frans Berkhout),荷兰阿姆斯特丹自由大学创新与可持续发展教授,阿姆斯特丹全球变化研究所主任。

迈克尔·库苏玛诺(Michael A. Cusumano),美国麻省理工学院斯隆管理学院斯隆管理评论特聘管理教授。

莱纳斯·达兰德(Linus Dahlander),德国欧洲管理技术学院副教授。

安德鲁·戴维斯(Andrew Davies),英国伦敦大学学院巴特利特建筑环境学院、项目管理教授。

克劳迪奥·戴乐拉(Claudio Dell' Era)意大利米兰理工大学管理学院经济与工业工程系助理教授。

马克·道奇森(Mark Dodgson),澳大利亚昆士兰大学商学院技术与创新管理中心教授、主任。

格雷厄姆·多弗(Graham Dover),加拿大思维基金会。

尼古拉·福斯(Nicolai J. Foss),丹麦哥本哈根商学院战略管理与全球化系教授,挪威经济学院战略管理系和创新服务中心教授。

尼克·弗兰克(Nik Franke),奥地利维也纳经济管理大学创业与创新系教授、创始人。

萨沙·弗里塞克(Sascha Friesike),德国柏林洪堡大学“亚历山大·冯·洪堡”互联网与社会研究所研究员。

藤本隆宏(Takahiro Fujimoto),日本东京大学经济学院教授。

布莱恩·加拉格尔(Bryan Gallagher),加拿大西蒙弗雷泽大学比迪商学院研究员。

阿方索·甘巴尔代拉(Alfonso Gambardella),意大利博科尼大学企业管理教授。

大卫·甘恩(David M. Gann),英国帝国理工学院发展与创新副校长、帝国理工学院商学院教授。

奥利弗·加斯曼(Oliver Gassmann),瑞士圣加伦大学技术管理研究所教授、主任。

安娜贝拉·加威尔(Annabelle Gawer),英国帝国理工学院商学院战略与创新助理教授。

保拉·吉里(Paola Giuri),意大利博洛尼亚大学管理学系副教授。

安德鲁·哈格顿(Andrew Hargadon),美国加州大学戴维斯分校创业研究“查尔斯·索德奎斯”主席,管理研究生院技术管理系教授。

拉尔·哈肯逊(Lars Hakanson),丹麦哥本哈根商学院国际经济与管理系国际商务教授。

艾伦·休斯(Alan Hughes),英国剑桥大学企业研究“玛格丽特·撒切尔”教授、商业研究中心主任,英国创新研究中心主任。

蒂姆·凯斯特尔(Tim Kastelle),澳大利亚昆士兰大学商学院高级讲师。

杰里·金姆(Jerry Kim),美国哥伦比亚商学院助理教授。

克尔德·劳尔森(Keld Laursen),丹麦哥本哈根商学院组织经济与创新系教授,服务创新中心教授,挪威商学院战略与管理系教授。

托马斯·劳伦斯(Thomas B. Lawrence),加拿大西蒙弗雷泽大学企业管理学院变革管理“韦尔豪泽”教授。

艾雅·莱波宁(Aija Leiponen),美国康奈尔大学“查尔斯·戴森”应用经济与管理学院副教授,伦敦帝国理工商学院副教授。

多萝西·伦纳德(Dorothy Leonard),美国哈佛商学院“威廉·阿伯纳西”工商管理荣誉教授。

弗朗哥·马雷尔巴(Franco Malerba),意大利博科尼大学应用经济系教授,知识、全球化与技术研究中心主任。

洛伦佐·马萨(Lorenzo Massa),意大利博洛尼亚大学研究员,维也纳经济与管理大学研究员。

丽塔·甘瑟·马格拉斯(Rita Gunther McGrath),美国哥伦比亚商学院副教授。

莫琳·麦凯尔维(Maureen McKelvey),瑞典哥德堡大学创新与创业研究院教授。

艾琳娜·诺维利(Elena Novelli),英国伦敦城市大学卡斯商学院管理学讲师。

律子尾崎(Ritsuko Ozaki),英国帝国理工学院商学院高级研究员。

尼尔森·菲利普斯(Nelson Phillips),英国帝国理工学院商学院战略与组织行为教授。

贾蒂普·普拉胡(Jaideep Prabhu),印度商业和企业管理“贾瓦哈拉尔·尼赫鲁”教授,英国剑桥大学贾吉商学院印度和全球商务中心主任。

阿蒙·索尔特(Ammon Salter),英国帝国理工学院商学院技术与创新管理教授。

约翰·斯蒂恩(John Steen),澳大利亚昆士兰大学商学院副教授。

布鲁斯·特瑟(Bruce S. Tether),英国曼彻斯特商学院创新管理与战略教授。

卢埃林·托马斯(Llewellyn D. W. Thomas),英国帝国理工学院商学院讲师。

萨尔瓦托·托里西(Salvatore Torrìsi),意大利博洛尼亚大学战略管理教授。

克里斯托弗·图奇(Christopher L. Tucci),瑞士洛桑联邦理工学院技术管理教授。

罗伯托·韦尔甘蒂(Roberto Verganti),意大利米兰理工大学创新管理教授。

马克西米兰·冯·泽特维兹(Maximilian von Zedtwitz),瑞士圣加伦大学和中国同济大学全球研发管理研究中心教授、主任。

张越(Marina Yue Zhang),中国清华大学经济管理学院副教授。

# 第一部分

## 引 言



|             |     |
|-------------|-----|
| 丛书序 .....   | I   |
| 译者序 .....   | III |
| 本书贡献者 ..... | IX  |

## 第一部分 引言

|                    |    |
|--------------------|----|
| 第 1 章 创新管理展望 ..... | 3  |
| 第 2 章 创新的本质 .....  | 21 |

## 第二部分 创新来源

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 第 3 章 营销与创新 .....            | 43  |
| 第 4 章 科学、技术和商业创新 .....       | 55  |
| 第 5 章 用户创新 .....             | 66  |
| 第 6 章 创新网络 .....             | 81  |
| 第 7 章 知识、创造力管理与创新管理 .....    | 98  |
| 第 8 章 设计驱动型创新：以意义为创新之源 ..... | 112 |
| 第 9 章 代理和创新 .....            | 131 |

## 第三部分 创新环境

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第 10 章 产业创新系统 .....         | 147 |
| 第 11 章 创新生态系统：创新管理的应用 ..... | 163 |
| 第 12 章 技术市场 .....           | 183 |
| 第 13 章 资本市场、创新系统和创新融资 ..... | 199 |
| 第 14 章 创新消费 .....           | 216 |
| 第 15 章 可持续创新管理 .....        | 231 |

|        |              |     |
|--------|--------------|-----|
| 第 16 章 | 社会创新管理 ..... | 251 |
| 第 17 章 | 日本创新管理 ..... | 264 |
| 第 18 章 | 中国创新管理 ..... | 279 |
| 第 19 章 | 技术和创新 .....  | 294 |

## 第四部分 战略、管理和组织

|        |                    |     |
|--------|--------------------|-----|
| 第 20 章 | 创新、战略与超竞争理论 .....  | 313 |
| 第 21 章 | 商业模式创新 .....       | 331 |
| 第 22 章 | 管理开放式创新 .....      | 352 |
| 第 23 章 | 合作和创新管理 .....      | 367 |
| 第 24 章 | 组织创新 .....         | 382 |
| 第 25 章 | 人力资源管理实践与创新 .....  | 399 |
| 第 26 章 | 管理研发和新产品开发 .....   | 418 |
| 第 27 章 | 研发的国际化 .....       | 432 |
| 第 28 章 | 知识产权、标准和创新管理 ..... | 441 |
| 第 29 章 | 并购和创新 .....        | 457 |
| 第 30 章 | 服务、创新和服务创新管理 ..... | 473 |
| 第 31 章 | 创新和项目管理 .....      | 492 |
| 第 32 章 | 平台和创新 .....        | 509 |

# 第一部分

## 引 言



## 创新管理展望

马克·道奇森(Mark Dodgson)

大卫·甘恩(David M. Gann)

尼尔森·菲利普斯(Nelson Phillips)

### 引 言

创新是组织生存与繁荣的重要手段之一,因此管理创新是十分必要的。但在管理创新之前,首先要理解创新。这本手册整合了众多支持创新的管理流程和框架,关注点涵盖创新的本质、创新动力,以及影响创新选择的情境因素,包括历史、社会、经济、文化、法律和技术等。这些因素塑造了决策者通过创新推动组织获益的战略和实践。这些战略和实践包括追求何种创新,如何发展和引进创新,以及如何从追求创新的征途中收获价值等。

创新管理是一个重要的研究领域,因为组织从创新中获益的能力取决于对创新有效管理的程度。创新的主要贡献在于经济绩效、企业竞争力、环境可持续性、就业水平、性质,以及生命的整体质量。创新可以产生十分广泛的社会效益与经济效益,但对于组织而言,更好地管理创新的风险性和复杂性往往意味着获得更大的回报。

创新能否对经济效益和社会福利做出巨大贡献,取决于创新的管理者能否成功克服重重挑战。在大部分的组织中,创新的风险、成本和时间表常常与组织的财务目标、日常运营工作和管理激励相冲突。创新的最大回报甚至有可能不归属创新者自身,而是被模仿者和复制者攫取。创新能够重塑现有的市场、技术和工作场所。它需要跨专业和跨组织边界的通力合作,以及较高的容错能力,而众多组织往往因难以协调执行而无法企及。在许多情况下,创新涉及管理那些甚至超出最大贡献者控制范围的活动和事件。但即使存在这些挑战,创新仍然是所有组织活动中最振奋人心和回报最多的一项。

创新管理的研究,是基于对创新活动的来源、本质及结果的理解,也是对孕育创新的经济背景、技术背景和社会背景的探究。《牛津创新手册》(Fagerberg et al., 2005)一书已经细致地描绘了针对创新这个宽泛话题长期以来的研究图景,而创新管理则是一个更加明确的新兴研究领域。因此,该手册在严谨地纳入创新基本知识的基础上,将重心放在了如何管理创新以及影响创新管理的特定情境等问题上,即关注组织中的创新及其影响因素,例如