

<<创新管理评论>>

图书基本信息

书名：<<创新管理评论>>

13位ISBN编号：9787308055376

10位ISBN编号：730805537X

出版时间：2007-9

出版时间：浙江大学

作者：吴晓波

页数：56

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<创新管理评论>>

内容概要

围绕创新与持续竞争力研究领域的学科前沿问题和国家现代化建设中的重大理论与现实问题，结合浙江大学建设世界一流大学的学科规划目标和已有的技术创新与持续竞争力研究领域雄厚的学科基础和人才优势，“创新管理与持续竞争力研究”国家哲学社会科学创新基地致力于建设成为具有世界一流水平的综合性、开放式、国际化的智库和高层次人才培养基地，并致力于成为开放型的国际一流学术研究平台、政府和企业权威性的思想库和决策咨询中心、创新管理领域信息资料汇集和权威分析发布中心。

创新基地主办的《管理工程学报》已经成为国内管理科学与工程、工程管理、创新管理领域公认的权威性学术期刊之一，在国内学术界有较大的影响。

《创新管理评论》则是基地新创办的创新管理领域的高水平系列丛书。

<<创新管理评论>>

书籍目录

全球化制造背景下区域集群式产品创新平台的构建 打破跨国公司垄断就是自主创新吗? 发展自主核心技术战略意义与方法 再论二次创新 吴晓波等知识企业组织记忆开发对产品创新绩效影响的实证研究 创新系统多层次架构研究

章节摘录

5.4 超级空间法式对开门冰箱--价值性二次 创新 在冰箱业，对开门冰箱是高技术含量、高附加值的高端产品象征。

由于对开门冰箱研发、生产技术的高门槛，据中怡康提供的数据显示，整个国内对开门冰箱市场，几乎全部是国外品牌，国内品牌只有海尔独领风骚。

自2000年开发出中国第一台本土化的对开门式大冰箱，海尔在国内高端市场逐渐超越了众多国外品牌，据中怡康最新公布的调查结果，2006年海尔以30.5%的份额夺得中国对开门冰箱市场占有率排名冠军。

2007年，海尔面向国内与海外市场同步推出“海尔全球首台超级空间法式对开门冰箱”。命名为“L'espace，帝博”的海尔法式对开门系列冰箱，共有20款产品，代表了当今全球最新冰箱设计理念，为整个冰箱业注入新的创新活力，再次引领了全球家电潮流。

目前市场流行的对开门冰箱，内部宽度最大不足40cm，无法保存大型的食物。

因此对大多数家庭而言，冰箱虽使用频繁，但用途局限性很强，很难满足更高的生活享受。

海尔法式对开门冰箱是对冰箱形态和使用方式的一种革命性创新。

传统的对开门冰箱在设计上靠“墙”将冰箱分为左右两个温区，用户在享受其带来大空间的同时，还受狭长温区无法放下大蛋糕、大盘子的空间制约。

海尔法式对开门冰箱就推倒了普通对开门之间的“墙”，使冰箱的冷藏与冷冻室变成了独立的超大空间，空间之大可以放下被誉为“海鲜至尊”的阿拉斯加帝王蟹；可以装下68瓶法国顶级香槟酒；也可以放下480盒哈根达斯冰激凌以及多层的芝士蛋糕等美食美酒，消费者不再受空间设计的约束，而是可以随心所欲地储存大体积的美食。

海尔法式对开门冰箱是海尔全球化研发的成果，其设计理念源自美欧高端消费者的实际生活需求。

海尔法式对开门冰箱的研发团队跨越了国家界限，由青岛、美国、欧洲、日本设计中心的技术专家组成。

研发核心团队达到150多人，包括研发、营销、物流、制造、专家、财务团队等共计12个分团队。

在产品开发初期，开发团队针对美国和欧洲的消费者需求和市场特点进行了充分的调研分析，通过与当地消费者的大量直接交流，进行差异化产品设计。

冰箱上市又进行了严格的消费者使用测试，经过了几十次企划的修改，历时一年多终于问世。

因此在设计上，海尔法式对开门冰箱展现了海尔对欧美生活方式的深刻理解，以及在冰箱科技上的领先优势，成功超越了来自欧美市场的家电巨头。海尔法式对开门冰箱已经从欧洲的法国、英国；非洲的马里、尼日利亚；亚洲的泰国；中东的以色列等国家赢得了全球订单，这表明海尔借助全球研发平台已经生产出地球人都喜欢的产品，同时也向世界展示了自己强大的品牌“全球形象”。

6.总结 本文首先回顾了技术范式、技术生命周期模型、技术S曲线等二次创新理论的核心概念基础，进而分别从“技术能力演化观”与“价值创造机会观”两大视角对二次创新进行理论建构，结合对中兴“基于技术生命周期的低成本尝试原则”案例与海尔“基于全球技术资源整合的顾客价值创造”案例的探索性分析进一步揭示了二次创新进化过程的本质特征与内在规律：（1）从任务性质与思维模式两个维度把技术能力分为四个层次，进而将一个企业的二次创新进化过程分为以下四个阶段：复制性模仿阶段、创造性模仿阶段、利用性创新阶段与开拓性创新阶段。

（2）指出成功的产品开发需要掌握以下四种知识：产品概念知识、产品元件知识、产品构架知识与产品工艺知识，进而从技术改进程度（受囿于已有主导设计的程度）与市场影响程度（受囿于已有价值网络的程度）对二次创新进行了分类，从技术学习的顺序看依次是：工艺性二次创新—结构性二次创新—功能性二次创新—价值性二次创新。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>