

# 《创新与创业精神》

## 图书基本信息

书名：《创新与创业精神》

13位ISBN编号：9787208041226

10位ISBN编号：7208041229

出版时间：2002-9

出版社：上海人民出版社

作者：[美] 彼得·F. 德鲁克

页数：339

译者：张炜

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《创新与创业精神》

## 内容概要

这是一本具有实用价值的书，而并非只提供入门的知识。相反，它通过对政策与决策、机遇与风险、机构与策略、人员配备、工资和奖金的叙述，讨论了什么是创新与创业精神以及何时和为什么进行创新与创业等问题。

全书分三部分：（1）创新实践；（2）创业精神的实践；（3）创业型策略。每一部分都是创新与创业精神的一个方面，而不是一个阶段。

第一部分创新实践，将创新视作一种有目的的活动和一门学科。它首先告诉我们，企业家在哪里及如何寻求创新机遇。接着，它又讨论了将创意发展成一家能独立生存的企业或服务机构应注意的事项。第二部分创业精神的实践，重点谈论了能够从事创新的机构。第三部分创业型策略，谈论了如何成功地把一项创新引入市场。

# 《创新与创业精神》

## 作者简介

彼得·F. 德鲁克（Peter F. Drucker, 1909-2005）被尊称为“管理学之父”。他1909年出生于维也纳，在奥地利及英国完成教育。1929年起，担任报社的海外通讯记者。同时也为伦敦一家国际银行做经济评论工作。1939年起，到美国担任一家英国银行及保险集团企业的经济分析员，不久就成为美国几家大企业和跨国公司最知名的管理顾问。此后在纽约大学管理研究所教书二十余年。

德鲁克著述颇丰，其著作涉及工业社会的本质、企业管理的基础知识和技术变革等多个方面，见解独到而精辟，每一部著作都为管理学树立了里程碑，同时也奠定了他“当代世界最不朽的管理思想大师”的地位。

# 《创新与创业精神》

## 书籍目录

前言序论 创业型经济第一篇 创新实践第一章 系统化的创业精神第二章 有目的的创新和创新机遇的七个来源第三章 来源一：出乎意料的情况第四章 来源二：不一致第五章 来源三：程序需要第六章 来源四：产业与市场结构第七章 来源五：人口的统计数据第八章 来源六：认知的变化第九章 来源七：新知识第十章 聪明的创意第十一章 创新原则第二篇 创业精神的实践第十二章 企业管理第十三章 创业型企业第十四章 服务机构的创业精神第十五章 新企业第三篇 创业型策略第十六章 “尽其力、毕其功”第十七章 打击对方的弱点第十八章 适得其所第十九章 改变价值和特性结论 创业型社会

### 章节摘录

20世纪初，汽车工业发展迅速，以至它的市场发生了重大变化。对这种变化，产生了四种应对措施，而且全都非常成功。早期的汽车工业基本上是将这项奢侈品提供给有钱人。但是，其发展速度以汽车销量每三年便增加一倍的速度超出了这个狭窄的市场。然而，当时的汽车制造公司却仍然将注意力集中在“富有顾客”身上。成立于1904年的英国劳斯莱斯汽车公司，作出了自己的应对措施。该公司的创立者意识到：随着汽车数量与日俱增，拥有汽车终将成为“普遍”现象。他们决定着手制造和销售显示尊贵的汽车，这与劳斯莱斯公司早期的一份计划书所提出的目标不谋而合。他们刻意采用更早而且已过时的制造方法，让一名技术娴熟的机械工制造每一辆汽车，并用手工工具完成装配。他们承诺：车子本身将永不磨损。他们规定：这样的汽车须由经过公司培训的汽车司机驾驶。此外，他们把汽车销售严格限制在他们认可的顾客范围内--当然有头衔的人更合他们之意。为了确保没有“下等人”购买他们的车，他们把劳斯莱斯的价格标得和一艘小游艇一样高，大约是熟练技工或者成功商人年收入的40倍。若干年后，年轻的亨利·福特在底特律注意到市场结构正在改变，汽车在美国已不再是有钱人的玩具。他作出的反应是设计一辆能够大量生产的汽车。它主要是由半熟练的劳工制造，能够由车主自己驾驶及修理。但与传说相反，1908年推出的T型车并不“便宜”：它的定价比当时全球工资最高的美国熟练机械师的年收入还要高一点（目前，美国市场最便宜的新车价格大约是无技能的装配线工人年收入的十分之一）。即便如此，T型车的价格只是当时汽车市场上最便宜型号的五分之一，还非常容易驾驶和保养。另一个美国人威廉·杜兰特却把市场结构的变化视作为把汽车公司组合成一家具有专业管理的大型公司的良机。杜兰特预计将会出现一个巨大的“全球”市场，而这家未来的公司将满足市场各个阶层的需要。1905年他创立了通用汽车公司，并开始购买一些现存的汽车公司，把它们组合成一家大型的现代化企业。早些时候，在1899年，意大利年轻人阿格纳里则认为汽车将会成为军需品，特别是可以用作军官的指挥车。于是，他在都灵创立了菲亚特汽车公司。在短短的几年内，它成了向意大利、俄罗斯和奥匈帝国提供军事指挥车的主要供应厂商。全球汽车工业市场在1960年到1980年之间又经历了一次大变化。第一次世界大战以后的40年里，各国的汽车工业主要由控制本国市场的本国汽车公司所构成。人们在意大利的公路和停车场上所看到的汽车大部分是菲亚特，还有一部分车是阿尔法罗密欧和兰吉雅。而在意大利以外的国家，这些牌子的汽车则很少被看到。在法国，则有雷诺、标致和雪铁龙等品牌的汽车；在德国，则有梅塞德斯、欧普和德国福特；在美国，则拥有福特、克莱斯勒以及通用汽车公司生产的各种品牌的汽车。然而到1960年左右，汽车工业突然趋向全球化。每个公司对此作出的反应迥然不同。当时仍然相当封闭而且几乎没有出口过汽车的日本人，决定成为全球汽车输出国。60年代末，他们在美国市场的首次尝试以完全失败而告终。随后，他们重新考虑了应该采取的策略，对汽车进行重新设计和改进，使之更吻合美国人的口味，供应带有美国款式、美国人的舒适感受和美国式操作特性的汽车。这种汽车体积较小、耗油量低、质量保证，最重要的是售后服务周到。在1979年的石油危机中，日本人抓住了第二次机会，获得了巨大的成功。福特汽车公司在60年代中期则决定采用瞄准欧洲市场、打入全球的策略。十年后，到了70年代中期，福特已成为欧洲汽车市场排名第一的有力争夺者。

# 《创新与创业精神》

## 媒体关注与评论

我也成了德鲁克迷，到处搜集他的著作。读他的书是一种享受，因为常常使人有茅塞顿开之感。这本《卓有成效的管理者》我更是爱不释手，不知读了多少遍，常读常新。尤其是面对变幻莫测的市场和全球化竞争的困惑时，总能从书中得到新的启示。——海尔集团 张瑞敏 全世界的管理者们，都应该感谢这个人，因为他贡献了毕生的精力，来理清我们社会中人的角色和组织机构的角色，我认为彼得·德鲁克比任何其他人都更有效地做到了这一点。——通用电气前首席执行官杰克·韦尔奇 在所有的管理学书籍中，德鲁克的著作对我影响最深。——微软总裁比尔·盖茨 德鲁克是我心目中的英雄。他的著作和思想非常清晰，在那些对时髦思想狂热的人群中独树一帜。——英特尔主席安迪·格鲁夫 如果说20世纪最伟大的发明是管理的话，那么彼得·德鲁克无疑是最伟大的发明家。——美国管理协会 德鲁克先生的渊博知识、深刻思想不仅影响了学术界，也影响了企业界。可以说，没有一个著名学者和成功的商界领袖不从这里汲取养分。——南京大学商学院院长赵曙明 这位高瞻远瞩的思想家具有招牌式的敏锐洞察力，他能够洞悉不同力量之间存在的内在联系，他又一次给我们带来一部不可不读的著作。——《图书馆》杂志 (Library Journal) 当代最经久不衰的管理思想家。——《商业周刊》 假如世界上果真有所谓大师中的大师，那个人的名字，必定是彼得·德鲁克。——《经济学人》

# 《创新与创业精神》

## 编辑推荐

德鲁克著述颇丰，其著作涉及工业社会的本质、企业管理的基础知识和技术变革等多个方面，见解独到而精辟，每一部著作者为管理学树立了里程碑，同时也奠定了他“当代世界最不朽的管理思想大师”的地位。本书为其经典著作之一。 尽管诸多讨论将创新与创业精神视为神秘，但本书认为，它是一种可以组织且需要组织的系统化工作，是主管人员工作的重要组成部分。 这是一本具有实用价值的书，而并非只提供入门的知识。相反，它通过对政策与决策、机遇与风险、机构与策略、人员配备、工资和奖金的叙述，讨论了“什么是创新与创业精神以及何时和为什么进行创新与创业”等问题。

# 《创新与创业精神》

## 精彩短评

- 1、管理不仅仅局限于企业，限制机构化而不是限制工业化。
- 2、所有商业人士必读，属于经典
- 3、一般的管理书籍，跟德鲁克的比，简直就是咖啡上的那层泡沫，东西少得可怜。不过这也太充实了。。。容易不消化=P
- 4、非常棒的书
- 5、：
- F270/2224-17
- 6、好书！
- 7、社会提供的就业机会就那么一点，我们只有不断的创新提供更多的就业机会，才不会失败。里面有很多例子，让人心里一动
- 8、张三
- 9、丰富的案例，清晰的框架，具备可执行性的建议，值得反复阅读的好书。
- 10、还行
- 11、无须多说。
- 12、@检阅摘精
- 13、好书一本，可惜自己浅薄
- 14、读研究生时读过老版本
- 15、一代管理大师对企业创新精神的论述，做企业的人一定要看的
- 16、既不是科学也不是艺术而是一种实践
- 17、真了不起，这么早就看到创新是企业的生存之本。
- 18、读起来通俗易懂，把难以把握的管理说的浅显易懂，娓娓道来，不愧为管理大师之作
  
- 19、翻译在专业方面实在不大好。
- 20、common sense和管理学的差别真微妙，而把这微妙用高级的方式总结出来，不让你觉得全是废话的实在很牛。不过——如果不做MBA，估计是不会学管理学的.....一定要上手操作才能有所需求地投入阅读。
- 21、老爷子的经典
- 22、写论文时看的。。觉得题目不好~
- 23、我最有感想的一本书了/ 这是一种思想，
- 24、很有价值
- 25、德鲁克



- 1、任何事物都是变化发展的，当量变构成了质变，即时机成熟的时候，并且你在这变化中看到了新需求和新价值，满足和创造了它，那变是机遇，就像你和某个对的人热恋了。但如果你要把这段关系一直维持在甜蜜的氛围中，变需要经营。所以创业有好的机遇后，就需要管理，财务的，人力的各方面的管理。最重要还是看到变化，抓住机遇，但有时像恋爱，可遇不可求。
- 2、“作者简介 . . . . . 彼得·F·德鲁克 “你想做的是什么事？”是当今管理学上耳熟能详的德鲁克式的问句。”这样翻译德鲁克的文字真是糟蹋阿！
- 3、这是一本具有实用价值的书，而并非只提供入门的知识。相反，它通过对政策与决策、机遇与风险、机构与策略、人员配备、工资和奖金的叙述，讨论了什么是创新与创业精神以及何时和为什么进行创新与创业等问题。本书分三部分：（1）创新实践；（2）创业精神的实践；（3）创业型策略。每一部分都是创新与创业精神的一个方面，而不是一个阶段。
- 4、当时我读的时候还没有现在这么热，当时我找了很多地方才找到一本就是这本，当时其实想买那本说通用的那本，但是没有，只有这本，看来不厚就买下了，读完之后感慨，真是大师之作。分析的深刻和精辟。现在德鲁克已经炒的很火了，很多书都可以找到了，现在的人真幸福，但是又有几个人能好好的读呢。
- 5、我个人非常喜欢其中的第三部分 - 企业家的战略。里面提及的创造性模仿和企业家柔道与现在流行的蓝海战略的思路非常一致。值得大家好好学习。
- 6、花了一个周末读完这本书，一边读一边心有戚戚焉。：) 创业精神在任何一个时代都绝对没有少，而且任何一个时代高潜力行业在发展初期的泡沫也都如此之。。。今天的互联网 有如此之高的泡沫并没有什末不同。具备什末样的本事 才能生存下来？并且变成优秀的好公司？
- 7、创新是可以管理的——看完这本书后，我觉得这是真的。其实说白了，就是以一定的理念、方法，敏锐地去感知、去思考。这应该是一种常态。

## 章节试读

### 1、《创新与创业精神》的笔记-第1页

创新是一个组织成长的原动力

### 2、《创新与创业精神》的笔记-第109页

109 这里我想要提醒大家重视的一点是：在这个领域里，保持创新的简单性是绝对必要的。复杂的创新是不会奏效的。这里有一个例子。它是我所听说过的最明智的企业策略，但却遭到了最大的失败。

大众汽车公司引起的变化，使汽车工业于1960年左右转变成一个全球性市场。该公司的大众牌汽车，继40年前福特公司推出的T型车以来，是第一辆真正的国际汽车。在美国，如同在德国本土一样，它到处可见。在非洲它们为们所熟悉。但是，大众公司却错失了自己一手创造出来的良机——其原因是过于聪明。

大众汽车进入国际市场十年后，到了1970年，它在欧洲逐渐过时。在它的第二大市场，美国，其销量还不错。在它的第三大市场，巴西，还有明显的发展潜力。显而易见，公司需要全新策略，以适应市场的变化。

于是，大众公司总经理提议，德国本土的工厂，转产新车型，即后继产品，新车型同时也供应美国市场。但对美国市场的持续性需求，将通过在巴西的分公司来满足。这样势必要扩大大众公司在巴西公司的规模，以达到所需的产量。同时，在巴西市场上能维持另一个十年的主导地位。为了向美国顾客保证车辆的德国品质，以加强大众汽车的吸引力，承诺在北美销售的大众汽车主要零部件，如发动机和变速器，仍在德国制造，并在美国境内装配成车后上市。

这是第一个真正的全球策略，根据不同的市场需求，在不同的国家制造不同的零配件，然后在不同的地方进行装配。如果成功了，那就是一个正确的策略，具有高度的创新。但是德国工会的干预却使这项提议告吹。“在美国境内装配汽车，这意味着出口德国的工作岗位”他们说，“我们无法容忍这种情况”而且美国的经销商对巴西制造的汽车质量感到怀疑，即使它的主要零件部分是德国制造。最终大众公司被迫放弃了这项英明的政策。

结果，大众汽车丧失了美国这个第二大市场。由于伊朗王国的垮台而引发的第二次石油恐慌，使得小型汽车风靡一时。大众公司完全可以占领小型汽车市场，而不是让日本人捷足先登。但是，当时德国人没有新产品来满足市场。几年后，巴西遭受了严重的经济危机，汽车销量大幅度下滑。大众的分公司也陷入困境。在70年代，巴西分公司所扩增的生产能力已没有对应的外销客户了。

大众公司这个英明策略的失败，导致公司的长期发展也出现了问题。其失败的特定原因还是次要的。这个故事引出的教训值得我们深思。一个过于“聪明”的创新策略往往以失败告终，特别是它旨在利用产业结构变化所产生的机遇时，更是如此。因此，只有非常简单而明确的策略才会有成功的机会。

（这个例子，我几乎是全文一字不漏的写下来，说实话，我没有怎么读懂参透。这与我之前遇到的问题一样，当然在这里是民族性的问题阻碍了这一策略的实施。那么之于生活中的例子，原因又是在哪呢。我曾经联系硕士期间的副导师，当然现在他已经是一院之长了。由于我之前院校的金属材料的优势，尤其是在国内的实力，加之他们的研究课题与我现在所撰写的书章有很高的重叠，当然我也是第一次尝试做这种事。本是双赢的事情，我这边有恰好有这个机遇，而他们恰好有资源，而我在中间正好搭一个桥梁。这本来就是很自然的国际合作范式。但出乎意料的是，我遭到了拒绝，他们说我也要出书，也要整合之前的工作，不能将这么好的机会让给我来做。当时，我很无语，说真的，有时你无法改变人的固守思维，尤其是对民族性如此关切的思维。事实上科学本身是没有边界的，我可以在任何国家工作，我给予献身的是这个专业，而不是国别。而我的这位副导师依然固守着，民族的国家的，哪怕发表的东西也不能拿出来宣传。我真的很遗憾，我的副导师当今的院长，我真的不知道，在如此国际化的进程中，我真的不知道，你将来还会错失什么。那时，我想帮，都可能无力回天了。而后续与之前硕士院校的留校同事们接触，我明白了这一切。今天写在这里，只能说我没有能力说服别人接受我的建议，可能我的想法过于复杂，也或许我并没找到合适的合作人。但我并不后悔这一建议的提出，终有一天，他们会理解的。但我没有时间去等了。于是，我不断的提醒告诫自己，简单而明确

，大道至简。也不知道我有没有理解上去)

### 3、《创新与创业精神》的笔记-第218页

218任何工作并不需要具有特定的个性，所需要的是人们的勤奋学习，坚持不懈地工作，加强自我约束，善于采纳正确的政策和实践。

250在企业真正需要最高管理班子前，就把班子组建好。但是，这类班子的组建不可能一蹴而就，而且需要经过很长时间才能发挥作用。因为高层管理班子是以其成员之间的互相信任和相互了解为基础的，所以班子从建立到完善需要很长一段时间。据我的经验，最少也需要3年时间（现在导师让我在一个陌生的领域，在二年之内发个自然或科学，也太高估我的能力了，以为我是反自然啊，真是的，无语）

273采用尽其力毕其功的策略时，局外人也许更具有优势，因为他们不了解圈内人早已熟知的事情，所以他们往往会去尝试一些圈内人认为无法做的事情。

277瑞士传说中有关神箭手威廉退尔的故事，早已家喻户晓。故事中，暴君向退尔允诺如果他一次就能射中放在儿子头上的苹果，就能得到赦免。我们都知道故事的结局。可是如果退尔失败了，他不是射死了儿子，就是自己被暴君处死。这种情形与采用尽其力毕其功这一策略的企业家所处的境遇完全相同。因为运用该策略不会产生几乎成功或差不多失败，结果只有两种，要么成功要么失败（所以之前详细周密的计划很重要）

285创造性模仿往往能在高科技领域中发挥巨大作用，其实原因很简单，高科技领域的创新者最不以市场为中心，倾向于以科技和产品为中心。因此，他们常常误解自己成功的原因，并且无法利用和满足自己所创造的市场需求（科技创新者一般都很自负的，不像基础研究者那么谦卑）

288所有警察都知道，一个惯犯会以相同的手法作案，无论是撬保险箱还是侵入某幢大楼实施抢劫。他在案发现场总会留下“签名”，这与每个人特有的指纹是一样的。即使他因此屡次失风，也不会改变自己的“签名”

并非只有罪犯具有根深蒂固的习惯，我们每个人都有，就连企业与产业也是如此，即使这种习惯可能让企业一再丧失其领导地位和市场，但是企业总会把它保留下来。而美国制造厂商所坚持的习惯，则使自己的市场接二连三地被日本人抢走。

如果罪犯被抓获，很少会承认是自己的习惯暴露了行踪。相反，他会找出种种理由，出狱后，他还是会以同样的手法继续作案，随后再次被抓获。同样的道理，因为习惯而导致失败的企业，很少承认自己的习惯有误，它们会寻找各种理由进行搪塞。

289第一个坏习惯，NIH not invented here.这种傲慢的习惯使一些公司或产业深信，除非由它们自己想到，否则任何新发明都不可能有什么价值（不对的啊）第二，目光只盯着那些能使公司获取巨额利润的顾客。提取精华，违背了管理和经济的基本规律，采用这种做法的企业，必定会受到丧失整个市场的惩罚（提取精华的这一弊端现在出现在天朝的许多企业，他们只重视大客户，比如孩子电子电路课上，如果有人能介绍更多的人来学，有更多的人脉，更多的优惠，他们的价格也十分不透明，感觉不太好）。。提取精华就是企图依赖过去的成就获取利润，一旦公司养成了这个习惯，想改都难啊。

290第三个坏习惯是对品质的信赖。产品或服务的品质并非是公司所赋予的，而是顾客授予的，也是他们愿意付钱购买的。制造公司通常认为，如果一项产品制造难度大，成本高，那么这项产品就具有品质，其实不然，产品的品质完全取决于它给顾客带来的用途和价值（在这一点上，我想文章发表的事，可能会有所释怀，我努力了，但品质是读者赋予的，这个逻辑感觉哪里不对啊,可能是考虑了市场规律的因素在里面了）

337每个人需要不断地学习和再学习。

一个人所受的教育程度愈高，他所从事的工作就愈有创业性，他们在学习上面面临的挑战也就愈大。

### 4、《创新与创业精神》的笔记-第112页

112创新机遇的其他三个来源，人口统计数据，认识意义和情绪上的变化，新知识。这三个来源是外部的。它们是社会环境，哲学环境，政治环境以及知识环境的变化。

113人口趋势，人口流动和人口动态的重要性。人口变化，不管是出生率或死亡率，受教育程度，劳动力的构成及参与方面，还是在人口的安置和迁移上。

132当认知发生变化时，事实本身并未变化，但其意义却改变了。它从杯子是半满的转变到杯子是半空的，从把自己视为中产阶级，从而掌握自己的社会地位和经济机遇。这种改变可能会迅速到来，在不到10年的时间内，大多数美国人从自认为工人阶级转变到自认为中产阶级（神啊，我现在还是工作阶级呢，救救我呗）

决定杯子是半满还是半空的因素，是人的情绪而不是事实。它来源于所谓“存在的”经历。

美国人的健康忧虑症比任何健康统计数据更能显示出美国人的价值观，崇拜年轻。

对于认知现象无论是由社会学家还是由经济学家作出解释，都不重要。它一直是个事实。但它往往不能被测量，确切地说，等到它能够被测量时，要把它视为一个创新机遇已经太迟了。不过，它并非奇异和难以理解，而是非常具体的，它能够被确定，被测试，而最重要的是能够被利用。

136像大多数超级明星一样，以知识为基础的创新也是很不稳定，变化无常，而且难以管理的。。。大量不同的知识结合在一起，才使电脑的诞生成为可能。。。只有出现严重的外部危机时，以知识为基础的创新才会缩短前置时间（老天，我都快2年了，外部危机快点来吧，我要支撑不住了啊）

140从知识的出现到转变为可应用的科技，随后开始被市场所接受的时间间隔大约在25年至35年之间。。。以知识为基础的创新第二个特征，这个特征确实独一无二，是它们几乎从不基于一种要素，相反，它们依靠多种不同知识的聚合，而且不局限于科学性和技术性知识。

146以知道为基础的创新，需要对所有必需的要素，不论是知识本身，还是社会经济的因素或认知的因素，进行仔细分析。通过分析以确定哪些要素还无法得到，藉此，企业家可以决定这些缺少的部分是设法去制造出来呢，如同莱特兄弟针对所缺乏的数学知识，作出了重要的决定一样，还是由创新条件还不成熟，最好把它延期。

莱特兄弟向世人展示了如何最有效地运用这种方法。首先，他们全面彻底地考虑要制造一架载人的并且由发动机推动的飞机所必需的知识，然后着手发展欠缺的知识。他们搜集所有可利用的信息后，对这些信息先进行理论上的分析，接着进行风洞测试，然后再进行飞行实验，直到获得制造副翼和调整机翼等方面所需要的数学知识。

当时许多所需要的知识都已经能够得到，例如组织理论以及与管理工作和工作相关的一些知识。我的分析结果还显示这些知识都是零星的，被归属在好几门不同的学科里。然后，我发现了所缺的关键知识，企业的目的，高层管理部门工作与结构的知识，我们现在所称的企业政策和策略以及目标等。我认为，所有这些欠缺的知识都可以创造出来，但是如果没有这类分析，我将永远无法获悉这些是属于哪方面的知识，以及这些正是我所缺少的知识。

如果没有进行类似这类分析，那么几乎一定会面临彻底的失败。其结果或是无法实现以知识为基础的创新。或是创新者丧失创新成果，只是成功地替别人创造了机遇。特别具有启发意义的是，英国人没有能够从自己所进行的以知识为基础的创新中获得丰厚的利益。

148这种分析看似平淡无奇，但科学或技术创新者却很少从事这样的研究。科学家或技术专家不愿意进行此类分析的原因，在于他们认为自己已经知道了结果。因此，这就解释了为什么在大多数情况下，他们并没有进行以知识为基础的创新，而让一个外行在这方面获得了巨大成功。（呵呵，我庆幸希望自己一直是个外行才好。现在的导师，对综述研究嗤之以鼻，从根本上就不重视，现在国人同当年青霉素时代的英国的知识创新一样，对此我感到很无奈。因此，我庆幸自己喜欢写作，喜欢总结，更喜欢写综述，遗憾的是我总是跑题，不能集中自己的专业，就像现在来读这本书一样）

然而，这并非是一种自然规律，而是关系到意愿和自律。事实上，有许多科学家和技术专家，强迫自己去彻底地思考他们所进行的以知识为基础的创新究竟需要什么。爱迪生就是其中一个很好的例子。

### 5、《创新与创业精神》的笔记-第16页

16这种现象解释了为何高科技产业会遵循大起大落的传统发展模式。而遵循这种模式的企业，在经历了高速发展后，会突然被淘汰出市场，随后崩溃，五年内“从赤贫到巨富，然后复归赤贫”。大多数的硅谷公司以及高科技公司，只是发明者，并非创新者，只是投资者，而非企业家。。。在低科技企业中，却实施了有系统，有目的且善于管理的创业精神。

25法国经济学家JB赛说，企业家将资源从生产力较低的领域转移到生产力较高以及产出更多的领域。

(那么究竟如果界定企业家和创业精神)

31任何政策的本质就是不确定性。。。创业精神是行为而不是个性特征，它的基础存在于观念和理论之中，而决非在于直觉。

35创业之所以含有风险，其主要原因是在所谓的企业家中，只有极少数人知道自己在干什么（连我自己都不知道自己在干什么现在）他们缺少方法论，并且违背了基本且众所周知的规则。（规则就是用来打破的）。基于表面上朦胧无形的东西，如人生观，感知和思想倾向的创新，更为艰难，更具风险。

36企业家从事创新，而创新是展现创业精神的特定工具，是赋予资源一种新的能力，使之成为创造财富的活动。事实上，创新本身就创造资源。人类在发现自然界中某种物质的用途，并赋予它经济价值之前，资源这种东西是不复存在的。那时候，每一种植物皆为杂草，每一种矿物皆为岩石而已。

41即使日本人现在仍然实行模仿进口适应他们科技的政策，学习从事属于自己的真正的技术创新。。

。科学研究本身就是相当新的社会创新。。。

47管理部门很难接受意外成功的原因之一，是因为我们往往相信，一切事物是能持续相当长时间的，就一定是正常的，而且还将一成不变地存在下去。因此任何事物，只要与我们已认定的自然规律相矛盾，就会被视为是不可靠的，不健康的，不正常的东西而加以拒绝（可能我也应该警惕这一错误意识思维的出现，必须认识到这种僵固思维的危害性，没有谁能永远笑傲江湖，懂得进退也要懂得世间如此万变的，学会接受这一切，顺势而为。。。读到这里，我想意外的成功，有时我们真的难以预见，前几日，有一篇不看好的文章，参考文献才4篇还是我强行令其加入的，而且2篇是中文的。当我们都并不看好也没有在意这篇时，就在那一天，这篇文章被accepted without any revision.这对于我来说是个不小的冲击，说心里话，我真的没有想到。其实有些事就是这样，是我们固有的思维紧固着我们，之初，我也并不理解导师这种放养的方式，渐渐地我想会有那么一天，我会变成现在导师的样子，也会以动态的眼光看这个世界）

50的确，意外成功通常不被轻易发觉，也没有人会去注意它，更没有人会对它加以重视和利用。而不可避免的结果往往给竞争对手有机可乘，坐收渔利。

55首先，要确保意外事件正被发现，确保它能引起有关人员的注意（孩子说，他用了八年的时间从2岁半到10岁学绘画来练习观察事物的细节，去找芝麻，那现在开始要再用八年来练习全局，找西瓜。于是他开始丢了细节去找西瓜，当我发现注意到时，及时纠正了，必须站在细节的基准上去找西瓜去找全局才行，可以暂时放弃芝麻，但必须随时可以找到。这周回来可能还需聊聊是否对此有所体悟，看看他是否有新发现）

其次，管理部门必须带着问题看待每一次意外成功，1如果我们对它加以利用，它对我们有什么意义，它会引导我们走向何处，我们怎样做才能将它转变成机遇，我们如何着手去做。

### 6、《创新与创业精神》的笔记-第60页

60在西方，处于工人阶级的人在结束了学徒生涯，得到第一份专职工作后，并不期望他们的收入和生活水平会有极大的提高。结他们而言（日本是主要的例外），资深意味着更大的职业保障，而不是更多的收入。中产阶级则不同。

61意外失败要求你走出原来的思路，到外面看看，聆听别人的意见。失败应该总是被当作一种创新机遇的征兆，必须认真对待（我也在想这个问题，杰青优青青千，每一个都没有过，究竟问题出在哪了，朋友说，许多年前规定就是这么定的，国外博士回国在一年以内或在国外做够三年以上的。而其他项目是院里不准我提交，说什么别人之前如何如何诸如此类的。那么我努力坚持执着过，而现在一一败下阵来，可能不仅仅是我准备不够充分，应该有更理性的原因来解释这些失败，需要好好反思一下问题的所在）

62创新，是有组织有系统合理的工作，但它也是既理性又感性的。

62意外事件能使我们从先入为主的观念，假定和原先非常确定的事物中猛醒过来，因此，它是一个丰富的创新来源。。。

70不一致，是事实如何与应该如何之间或者现实情况与每个人对此作出的假设之间的差异和不协调。。。这种断层，能够引发创新，它创造出一种不稳定性，在不稳定中，只要稍作努力，就能产生巨大的效果，并造成经济或社会结构的调整。。。它是定性的，而不是定量的。

91以程序需要为基础的成功创新，五项基本准则：一个不受外界影响的程序，一个薄弱或缺少的环节，对目标明解的规定，解决方法的详细计划能够被清楚地加以确定，应该有更好的方法，即对知识和思想的高度接受性。必须理解需要，感觉是不够的（感觉到哪里不对是不够的）我们了解一项程序，但仍然缺乏解决问题所需的知识，那试试别的方法吧，解决方法必须符合人们的工作方式及人们希望的工作方式。

104当一个产业的发展速度远远超逾了经济和人口的增长速度，特别是这个超逾翻了一倍时，它的结构很可能发生巨大变化。。。对一个快速发展的产业而言，当它的产量增加一倍时，它对市场的认识和服务方式实际上已变得不合时宜了。

106引起产业结构突然改变的发展是，一直被视为彼此间独立的科技聚合在一起。

### 7、《创新与创业精神》的笔记-第148页

148以知识为基础的创新，还需要我们把重点放在策略性上。。。从事此类创新的人，几乎马上就会遇到比预料还要多的竞争对手。只要走错一步，就会前功尽弃，被其他竞争者逾越。1建立一个完整的系统，以控制整个领域。2市场，3专注于一项主要功能。

151斯旺是一个科学家，仅发明了一种产品，而爱迪生却发明了一项产业。因此，爱迪生能够销售和安装电力设备，而斯旺却仍在冥思苦想，希望找到对他的技术成就感兴趣的人。（从科学研究的角度来说，有产业型的科学家，而斯旺当然不是。我觉得这取决于定位，看你想要什么了，如果一个基础研究课题告一段落，就不会继续了，这也是当下天朝所面临的，研究持续性的问题，我们探究了许多基础性的研究，但是技术转化并没有跟上，而天朝对于技术转化类的项目的蔑视和不耻，在这些研究者的心目中，发完论文就大功告成了，就可以评职称，可以再拿大项目了，研究的持续性是一个方面，而这个桥梁总需要有人去建啊。如果政策走向还是一味的偏向基础研究，轻视应用研究，只是一味的求发文章的话，这种思维模式，不能得到及时良好的导向的话，这座桥梁之间的跨度会越来越大，到时搭建都难了。可能我过于杞人忧天了，毕竟天朝的能人很多的，尤其是聪明人一车一车的，我一个人在这担忧，真的愚蠢）

151以知识为基础的创新者，尤其是以科技知识为基础的创新者，必须学习和实践企业管理。。。他们常常鄙视不具有“先进知识”的东西，特别瞧不起同一领域中的非专业人员，他们过于迷恋自己的专长，经常认为“品质”意味着技术的复杂程度，而不是向用户提供价值。（这一点到是真的，现在的导师及团队里的几乎所有人都鄙视我这个外行，鄙视我这个习惯写系统性综述的人，鄙视我什么也不懂，说论文不用我修改照样可以发个期刊。记得是张五常说的吧，烂文章无论发到多么高级的期刊外表多么漂亮，还是个烂文章，有些人有些事，要自己学会看淡些）

163在没有引起大众瞩目的领域中创新，风险就低得多，因为创新者能利用更多时间。从事非科学或技术方面的创新，如社会捂不热，风险同样比较低。但，高风险是以知识为基础的创新固有特征，是我们为了追求它的影响和它引起变化的能力所必须付出的代价。此类创新，不仅改变了产品和服务，还改变了我们观察世界的目光，和我们在世界上所处的位置，最后改变了我们自己。

166成功的发明家，需要不断地发明，他们赌的就是成功几率，如果他们进行足够多的尝试，他们就会成功。（事实上并不是这样的啊）

168聪明创意的创新是附属的，但它应该得到人们的重视和回报，因为它代表了社会所需要的品质，进取精神远大志向和足智多谋。

178成功的创新者都非常保守，可他们必须如此。因为他们并不注重冒险，他们强调机遇。

189事实上，创业精神并不是一种自然现象，也不是一种创举，而是一种踏踏实实的工作。

208对于为创新努力所支付的工资和酬金问题，确定哪些不应该做的比起要详细说明哪些应该做的事要容易得多。两者的必要条件是相互矛盾的，一方面，公司不能向创新人员提供过高的酬金，使他们背负起沉重的精神负担，另一方面，公司又必须给予他们相当的薪水，以充分激发他们的创新热情（唉，我也是没办法，不能用低于最低工资水平的几百块的薪酬，让我去做出什么惊天地泣鬼神的工作吧，我可没那么高尚，我只是普通人，我很现实的啊，所以现在我什么也没有做，而只是在知识储备）



# 《创新与创业精神》

## 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：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)