

<<技术创新学>>

图书基本信息

书名：<<技术创新学>>

13位ISBN编号：9787302031239

10位ISBN编号：7302031231

出版时间：1998-11

出版时间：清华大学出版社

作者：傅家骥

页数：417

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>

<<技术创新学>>

前言

广泛深入地开展企业技术创新是实现我国经济增长方式两转变的重要内容。借鉴国外技术创新的研究成果和成功经验，密切结合中国实际，对技术创新的机制、过程、方式、作用、战略、组织和政策进行系统的探讨具有重要的理论意义和现实意义。世界经济的发展历程，已雄辩地证明：技术创新是人类财富之源，是经济发展的巨大动力。在不同的经济发展阶段，技术创新都一直推动着经济的发展，尽管在各个阶段发展的方向和表现形态有所不同。

伴随着以知识为基础的经济增长时代的来临，知识密集型产业在产业结构中的比重日趋上升，知识对经济增长的贡献日益增大，知识在经济发展过程中发挥着越来越关键的作用。但是，知识的作用本质上是科学技术的作用。

在以知识为基础的经济增长中，企业仍是社会的基本经济细胞，企业在社会经济中的核心作用不会改变，科学技术仍然是推动经济发展的第一生产力。

在企业日益成为创新主体的条件下，知识的生产将更多地源于企业，这已被发达国家的实践所证明。从这上意义上讲，以知识为基础的经济增长的实现仍要靠企业的技术创新。

没有活跃的技术创新，“知识的生产、扩散和应用”就缺少实际载体，而且这一点在未来将显得尤为重要。

正是基于前述客观事实，清华大学经济管理研究所才长期致力于技术创新研究。

<<技术创新学>>

内容概要

本书是清华大学技术创新研究课题组长期研究的成果，是系统论述技术创新过程、机制、要素、方式、战略、组织、作用、政策和理论的学术专著，是探索建立“技术创学”这一新学科的努力。

<<技术创新学>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 技术创新的概念一、技术创新研究的简单回顾二、技术创新概念的界定三、技术创新的基本类型四、主要的创新源第二节 技术创新的作用一、技术创新与实现高质量经济增长二、技术创新与提高企业经济效益三、技术创新与新产业的发展四、技术创新与提高企业竞争力第三节 技术创新的支持系统一、技术创新的制度条件二、企业家的素质要求三、符合中国国情的创新战略四、政府对企业技术创新的支持注释第二章 技术创新过程第一节 技术创新过程分析一、企业技术创新过程模型二、持续创新过程分析第二节 创新过程管理一、创新计划的制定二、创新构思的形成与评价三、开发过程控制四、创新阶段整合第三节 创新成功的因素一、几项著名的创新调查结果二、创新成功的过程因素三、创新成功的其它因素第三章 创新产品选择第一节 企业创新产品选择的研究范畴一、创新产品选择的基本问题二、创新产品的空间选择三、影响企业创新产品选择的主要因素第二节 创新产品的空间选择：产品族方法一、创新产品族的概念和意义二、企业创新产品族的选择过程第三节 我国企业创新产品选择中存在的问题一、观念刚性导致的思维局限性二、体制缺陷导致的企业行为扭曲三、方法失当导致的决策失误四、企业创新产品选择的要点注释第四章 自主创新第一节 自主创新的含义和特点一、技术突破的内生性二、技术与市场方面的率先性三、知识和能力支持的内在性第二节 自主创新战略的优缺点一、自主创新的优点二、自主创新战略的缺点第三节 自主创新与我国企业创新战略一、自主创新的宏观战略意义二、自主创新的微观战略意义第四节 实施自主创新战略应注意的问题一、充分利用专利制度保护知识产权二、灵活恰当地进行技术转让三、注意自主创新产品的自我完善四、重视对创新后续环节的投入第五章 模仿创新第一节 模仿创新的含义和特点一、模仿跟随性二、研究开发的针对性三、资源投入的中间聚积性第二节 模仿创新战略的优劣势分析一、模仿创新与产品竞争力二、模仿创新与企业竞争力三、模仿创新战略的劣势第三节 模仿创新与我国企业创新战略选择一、模仿创新与创新资源的优化配置二、模仿创新与技术扩散三、模仿创新与经济发展阶段四、模仿创新战略在我国企业中的实施效果第四节 实施模仿创新战略应注意的问题一、正确领会模仿创新战略的内涵二、妥善处理知识产权保护与模仿创新之间的关系三、强化对企业模仿创新能力的培植四、把握好模仿创新启动的时机第六章 合作创新第一节 合作创新概述一、合作创新的含义二、合作创新的必要性三、国际大公司的合作创新第二节 合作创新体制一、政府主导企业参与合作体制二、政府诱导企业自主合作体制三、政府倡导企业自由合作体制第三节 合作创新的组织模式一、合同创新模式二、项目合伙创新模式三、基地合作创新模式四、基金合作创新模式五、研究公司合作创新模式第四节 共生经济与合作创新一、共生经济的概念二、共生经济与合作创新三、影响合作创新共生经济的因素第五节 企业合作创新案例一、日本的VLSI合作创新二、美国的McC合作创新第七章 技术创新集群第一节 技术创新集群概述一、创新集群的类型二、T型创新集群三、国外对创新集群的研究第二节 企业内的创新集群一、企业的技术积累二、企业内创新集群的模式三、企业内创新集群形成的原因第三节 企业间的创新集群一、企业间创新集群的类型二、企业间创新集群形成的原因第四节 创新集群的集群经济一、企业内创新集群的集群经济二、企业间创新集群的集群经济第五节 集群模式选择与创新集群培育一、企业内创新集群模式的选择二、企业间创新集群的培育第八章 技术创新转换成本第一节 转换成本一、转换成本的概念和表现二、转换成本产生的根源第二节 转换经济一、转换效益二、技术转换的经济特性第三节 转换阻力一、技术转换阻力及其效应二、技术转换对策第九章 市场创新第一节 市场创新度与市场创新的基本方式一、首创型市场创新二、改创型市场创新三、仿创型市场创新四、市场创新度的选择第二节 市场创新域、创新点与创新源一、产品创新域二、需求创新域三、顾客创新域四、市场创新点的选择五、市场创新源及其开发利用第三节 市场创新风险分析一、市场风险二、技术风险三、组织风险第十章 组织创新第十一章 技术积累第十二章 技术创新能力分析第十三章 技术创新的激励第十四章 技术创新扩散第十五章 技术创新与经济增长质量参考文献

<<技术创新学>>

章节摘录

市场是供求关系的总和。

所谓新市场，也就包含着新的市场供给、新的市场需求和新的市场关系等方面的新的市场要素。

只要改变其中任何一种市场要素，就会改变市场状况，从而形成一个新的市场。

所谓市场创新域，是指市场创新者可以选择的、能够引起现有市场发生变化并导致新市场出现的各种市场要素的总和。

由于影响和制约市场变化的相关因素很多，所以，市场创新者可以选择的市场创新域也很多。

由于各种相关的市场要素之间也是相互影响和相互制约的，所以，各种市场创新域之间的界限并不是绝对的，有些市场创新活动必须同时在若干个市场创新域里展开。

所有的企业都面临着十分广阔的市场创新域，关键在于如何选择适当的市场创新域。

有些实力雄厚的大企业也许可以在一个比较长的市场战线上展开攻势，同时在若干市场领域里进行市场创新。

而对于绝大多数企业来说，一般不宜进行全方位的市场创新。

即使是对于少数市场领先者来说，也不可能同时在所有的市场领域里进行全面的创新。

要选择有利的市场创新域，就必须对各种不同的市场创新域进行划分。

下面我们将分别从产品、需求、用户等不同的角度，来讨论市场创新活动的不同领域、维度及其组合与选择问题。

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>