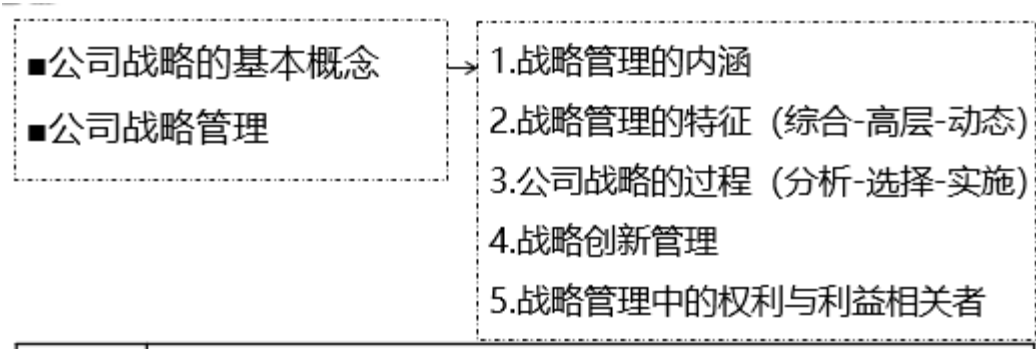
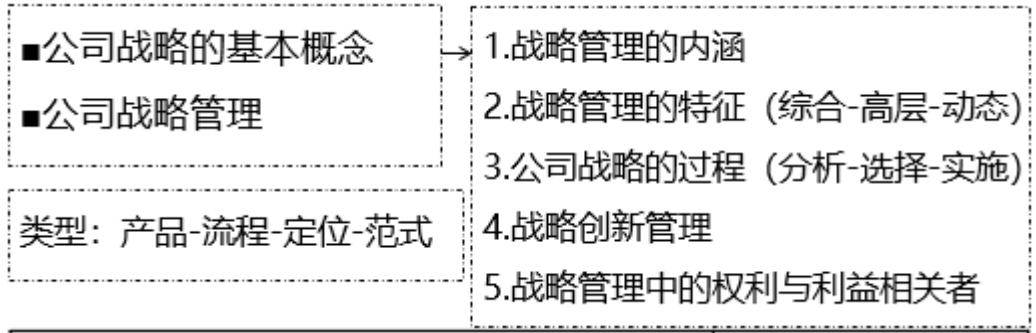


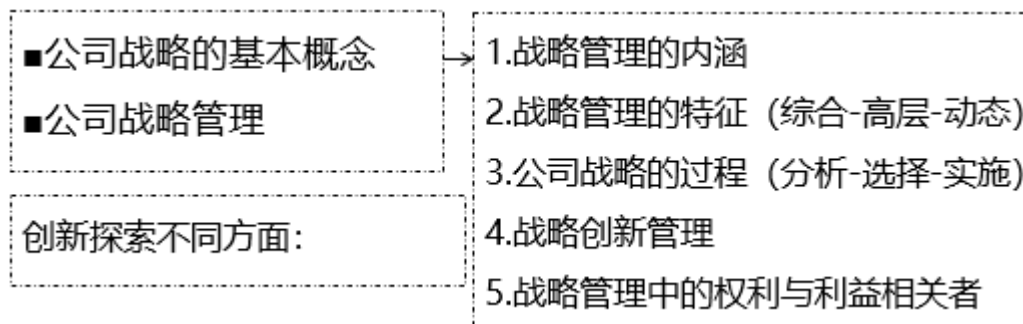
第四部分：考点内容



概念	解释
含义	企业战略创新是指企业为了获得可持续竞争优势，根据所处的内外部环境中已经发生或预测会发生的变化，按照环境、战略、组织三者之间的动态协调性原则，并结合企业组织各要素同步支持性变化，对新的创意进行搜索、选择、实施、获取的系统性过程。
重要性	1. 创新是企业适应不断变化的外部环境、确保自身生存发展至关重要的能力 2. 创新是企业获得可持续竞争优势最主要的来源 3. 创新是维持企业可持续竞争优势的根本保障



解释	举例
组织提供的产品和服务的变化。创造某种新产品或对某一新产品或老产品的功能进行改进和创新	新设计的轿车、为婴儿车设计的保险等
组织提供的产品和服务的变化。创造某种新产品或对某一新产品或老产品的功能进行改进和创新	新设计的轿车、为婴儿车设计的保险等
产品和服务进入市场的环境的变化	好想你旗下的枣博士之前的目标客户是企事业单位的团购，后来其对该产品进行重新定位，专注于为25岁至45岁的白领女性提供日常休闲食品
影响组织业务的潜在思维模式的变化	安然公司因为财务问题声名狼藉，但是后来意识到水电等公共事业方面范式创新的潜力而赢得了显赫的市场地位



解释	举例
1. 创新的 新颖程度 —渐进性还是突破性	创新管理的一个关键问题涉及创新的新颖程度。从微小的、逐步的提高到改变了人们的思维方式和使用方式的本质性的变化，就是渐进性创新向突破性创新的演进过程。渐进性创新是一系列持续、稳步前进的变化过程，使企业能够保持平稳、正常运转。 创新管理的一个关键问题涉及创新的新颖程度。 渐进性创新是一系列持续、稳步前进的变化过程，使企业能够保持平稳、正常运转。 突破性创新是全面性的变化过程，使企业整个体系发生改变，强调“创造性毁灭”
2. 创新的基础产品和产品家族	要使持续的创新达到理想的效果，途径之一是借助“ 基础产品 ”或“ 产品家族 ”这一概念。 所谓产品家族 ，是指在同一种核心产品的基础上，通过共用生产设备和类似的加工过程而生产或制造出来一组形态各异而功能相同或相似的产品。
2. 创新的基础产品和产品家族	所谓基础产品 ，则是产品家族中的核心产品。依托一个稳健的基础产品或可以扩展的产品家族，可为创新提供一定范围的延展空间。
3. 创新的层面—在组件层面还是架构层面	认识创新机会的重要视角还有创新的层面。有些创新改变了 组件层面 ，有些创新则改变了整个 系统架构 。成功的创新要求管理者能够掌握和使用关于组件的知识，也要掌握如何将这些组件组合在一起的架构的知识（组件的融合）
4. 创新生命周期 —时机	创新的机会随着时间的推移而改变 。在新的行业，围绕着新产品和服务的概念进行创新大有作为。而更为成熟的行业趋向于关注流程创新和定位创新，寻找成本更低、更快捷地销售产品和服务的方法，或者找到并占有新的细分市场