

<<创新的本质>>

图书基本信息

书名：<<创新的本质>>

13位ISBN编号：9787801985040

10位ISBN编号：7801985044

出版时间：2006-6

出版时间：知识产权出版社

作者：(日)野中郁次郎

页数：246

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>

<<创新的本质>>

前言

知识管理作为近年来少数流行的理念之一，既让实践者们欢欣鼓舞，也让其他学术领域的学者们为之一振。

自我于20世纪90年代初陆续发表有关文章和出版专著以来，知识管理的理念越来越普及，学术和大众刊物上发表了大量文章，越来越多的组织准备实行知识管理系统和战略。

对于那些依赖高附加值的服务及产品的组织来说，知识管理在许多方面已经能够满足需求。

《创造知识的企业》、《知识创造的螺旋》和《创新的本质》这三本书提供了知识管理理论和实践方面的信息。

可以这样讲，1995年出版的《创造知识的企业》使得整个社会对知识管理的兴趣越来越浓厚。

该著作利用日本著名企业的许多案例着重阐述了知识创造的过程。

近期的几项实证研究也证明，我们所提出的知识创造理论框架是正确的。

《知识创造的螺旋》一书汇集了日本一些著名学者在知识理论和实践方面的最新研究成果。

在这本专著里，我们将理论探讨扩展到组织层面，提供了我们在创造以知识为基础的企业理论方面的尝试。

《创新的本质》是对几家日本企业在以知识为基础的领域所面临范围广泛的问题的研究。

我对李萌博士将这些著作翻译成中文表示感谢，他在知识管理方面有着深刻的体验。

在中国加速向知识经济社会转型方面，这三本著作可以提供广泛的信息。

特别是，这些著作通过理论和各种各样的实例来阐明组织是如何创造知识的，以及组织是怎样对知识创造的过程进行管理的。

可以预计，这些著作特别适合中国的情况，因为日本和中国两国都很重视知识的暗默层面。

虽然外资的进入提高了增长的加速度，但是知识创造将是推动中国经济持续增长的最大可持续力量。

野中郁次郎 2005年10月22日于东京

<<创新的本质>>

内容概要

创新的本质究竟是什么？

本书以产品创新的最新案例，给出了答案——知识创造！

在书中，作者选取了13个企业，详述了13种产品的研发过程，并通过“故事篇”与“解说篇”就每一个创新过程的本质进行了深度解析。

本田公司的旅行车、佳能公司的数码相机、雅马哈公司的吉他、松下公司的洗衣机……两位作者一位是著名知识管理学者，一位是多年来亲历企业管理的资深记者，本书便是两个不同领域的顶尖人物合作的成果。

<<创新的本质>>

作者简介

作者：（日本）野中郁次郎（日本）胜见明 译者：林忠鹏 谢群 野中郁次郎，日本一桥大学国际企业战略学院教授，曾获加州大学伯克利分校Haas商学院的MBA和博士学位，是知识管理领域被引述最多的学者。

1996年，其代表作《创造知识的企业》荣获美国出版商协会“年度最佳管理类图书”大奖，该书也是被引用最多的知识管理类专著。

胜见明，研究员，曾就读于东京大学教养学院，主要著作有《铃木敏文的（统计心理学）》、《索尼的遗传基因》等，此外，主要执笔写作经济、管理领域的文章。

林忠鹏，日本文学博士，东北师范大学外国语学院教授，日本早稻田大学客座研究员，曾连续在日本留学、工作七年，主要从事日本文化、语言、文献方面的研究。

谢群，东北师范大学日本语言学硕士，现从事日本语言的教学和研究工作。

<<创新的本质>>

书籍目录

总序 译者序 中文版序 前言 序章知识管理与独创的工作模式1 第一章完全致力于产品的“理念”9 事例1三得利公司9 保持身体均衡的饮料“DAKARA”攻破POCARI饮料和AQLJARIUS运动饮料阵营的理念的胜利“场”——真正的概念来自与顾客的共鸣 事例2本田技研工业26 雅阁旅行车 追求绝对价值的本田公司用“辩证法”与“假设推理”提炼概念 第二章彻底地活用组织的“知识”47 事例3电装公司48 “二维激光雷达系统”“隐形巨人”神奇的知识创造力 进行深入挖掘的技术人员与横向联合的系统专家之间的争执产生力量 事例4佳能公司63 数码相机“IXYDIGITAL”“知识”重组诞生畅销产品 佳能公司的强大综合力造就“直线模型” 事例5铃木公司78 50毫升踏板车“Choinori”实现了排气量“1毫升=1000日元”的制造知识 将追究本质的成本意识凝结为公司的“模式” 第三章“个体”的投入至高无上95 事例6富士通公司96 “等离子显示板”个体与关系网通过“共创”实现梦想 与美国的“旁观者式管理”不同的“人类原理式管理” 事例7雅马哈公司113 “发光吉他”个人的挑战在组织内掀起了“承上启下”式管理运动 如何创造“朋友的朋友皆朋友”的人际关系 事例8黑川温泉观光旅馆协会126 “黑川温泉”保持“个体与整体”的平衡、创造独特的世界 如何消除“主语逻辑”与“谓语逻辑”的矛盾 第四章充分发挥人的“才能”143 事例9日清食品公司144 高级杯装方便面“具多”“创业家式的中层管理者”所创造的成功品牌 第一个敢于否定自家产品的公司 事例10松下电器公司156 离心脱水烘干洗衣机“追求理想的执着”带来持久的竞争优势 理想的洗衣机诞生于“中式铁锅 事例11 味滋康公司171 “无臭纳豆”“善思勤行”的公司员工将市场与产品相结合 推翻假设后所达到的“真实”出人意料 第五章从根本上重视日常“生活”和“实践” 事例12吉卜力工作室188 《千与千寻》全部素材均来自“日常对话”“主客一体”的吉卜力工作室vs“主客分离”的迪斯尼公司 事例13海洋堂202 “食品玩具”取胜，不靠竞争战略，靠“创意战略” 战略源自反复的成功和失败 总结自己想要做什么？

——脱离“旁观者式”的经营

<<创新的本质>>

章节摘录

版权页：插图：商品开发本部、总裁直属，然而，其实际的“所在地”却没有发生变化。

也就是说，虽然名片上的职衔发生了变化，但工作的地点一直都没有变。

时常在工作现场的沟口芳之说：“旁边一直都是制作胶卷相机的队伍，工作中的交流一直都没有间断

。虽然组织上发生了复杂的变化，但我们在第一线根本就没有这种感觉，一直觉得在做同样的工作。

”而且，真荣田从经营的角度这样说道：“通常，一旦改变了所属的部门，就要改变制造方法，并由该部的试制部门进行试制工作。

但是，相机的试制工作只能在相机本部进行。

所以，我请求说，即使改变所属的部门，也请按照原来的方法制造相机，而且领导也同意了。

”由于与胶卷相机开发部门的工作地点较近，100来人中只有一部分调到了其他部门，大部分还坚持在原来的电子摄像部门。

也就是说，整个组织的知识并没有中断、散失，一直存续着。

要点4通过讨论确定必需的东西 在归总裁直属后的第六年，也就是重归事业部后，开发队伍终于起死回生。

在能够共享“佳能相机遗产”的体制完备之时，其表现是与前面已提到过的，样品IXY系列的“相遇”。

从此以后，开发队伍便开始向“前所未有的数码相机”进行挑战。

过去的Power Shot比IXY大整整一圈多，所以零件是放不到IXY这样的尺寸里面的，无论怎么计算数字都不吻合。

面对着一个几乎不可能解决的课题，作为主管的沟口芳之再次返回到起点，与成员们一起彻底讨论自己要生产的产品。

数码相机必要零件的最低限度是多少？

核心部分应该是什么样的？

减少些功能就能够做得小些，但他们又不想被人说“正因为小，所以这里那里不行”之类的话。

成员们无休止地争论着自己所追求的最佳平衡点在哪里。

数码相机市场一直都是像素的竞争。

如果像素达到200万，即使用商用版进行打印也没有问题，但怎样在电视机上放映画像呢？

对普通人来说，最贴近自己的就是电视。

如果以真正的大众机器为目标，就不可以忽略图像的输出。

有了液晶显示屏，还需要取景器吗？

还需不需要变焦镜头……追求本质性讨论的沟口芳之说道：“标准定得太高，就会想放弃众多功能中可有可无的功能，最终倾向于逃避。

但是大家一起讨论什么才是真正必需的，告诉他们正因为是必需的所以才不能放弃，这是谁都会赞同的。

大家认真提出要求后再进行彻底的讨论，结果几乎保留了所有的功能。

”

<<创新的本质>>

媒体关注与评论

《创新的本质》一书提炼出创造原创性概念所需的两大要素：追求“绝对价值”和强调“个体承诺”

。作者利用野中郁次郎的组织知识创造论对13个日本企业的最新成功案例进行分析，展现这些企业及其
。著名品牌背后鲜为人知的生动故事，也让体现“绝对价值”和“个体承诺”的原创精神更加精彩和厚
重。

——李萌 博士 上海交通大学安泰经济与管理学院 副教授 中国人尊重知识和热爱学习是有传统的

。但真要较起真来，很难说有多少国人能像日本人那样真正彻悟知识底蕴。

并善于通过学习来创造经济价值。

借助野中的知识转化理论及栩栩如生的案例研究，回过头来看看我们自己的所谓“学习”状态，其中
究竟有多少“真实”、“有效”和“经济”的成分？

恐怕会惊出一身冷汗的。

——李宝元 博士 北京师范大学经济与工商管理学院 教授 由于创造性地提出了SECI知识管理模型
，以及对“场”等概念的巧妙嫁接和应用，野中先生已成为十多年来知识管理和创新领域最引人注目的学者。

他对日本企业创新特点的深入剖析独树一帜，其观点和学说广为流传。

本书是野中先生的代表作之一，通过日本企业创新的鲜活案例，以及作者的精妙阐释，这位深受东
西方文化熏陶的管理学大师也许最有资格告诉世人——什么是“创新的本质”。

——吴金希 博士 清华大学科技与社会研究中心 副教授

<<创新的本质>>

编辑推荐

《创新的本质:日本名企最新知识管理案例》是一本通俗易懂的知识管理著作，是野中郁次郎和胜见明两位先生对日本企业经营理念和管理经验的高度概括和总结，同时把这些理念和经验进行了高度的理论升华。

“世界知识运动之父”的智慧、日本著名记者的文笔，在此著作中达到了完美的结合。

<<创新的本质>>

名人推荐

《创新的本质》一书提炼出创造原创性概念所需的两大要素：追求“绝对价值”和强调“个体承诺”

。作者利用野中郁次郎的组织知识创造论对13个日本企业的最新成功案例进行分析。

展现这些企业及其闻名品牌背后鲜为人知的生动故事，也让体现“绝对价值”和“个体承诺”的原创精神更加精彩和厚重。

——李萌博士 上海交通大学安泰经济与管理学院副教授 中国人尊重知识和热爱学习是有传统的，但真要较起真来，很难说有多少国人能像日本人那样真正彻悟知识底蕴。

并善于通过学习来创造经济价值。

借助野中的知识转化理论及栩栩如生的案例研究，回过头来看看我们自己的所谓“学习”状态，其中究竟有多少“真实”、“有效”和“经济”的成分？

恐怕会惊出一身冷汗的。

——李宝元博士 北京师范大学经济与工商管理学院教授 由于创造性地提出了SECI知识管理模型，以及对“场”等概念的巧妙嫁接和应用。

野中先生已成为十多年来知识管理和创新领域最引人注目的学者，他对日本企业创新特点的深入剖析独树一帜，其观点和学说广为流传。

本书是野中先生的代表作之一。

通过日本企业创新的鲜活案例，以及作者的精妙阐释，这位深受东西方文化熏陶的管理学大师也许最有资格告诉世人——什么是“创新的本质”。

——吴金希博士 清华大学科技与社会研究中心副教授

<<创新的本质>>

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>