

<<创新第一课：模仿>>

图书基本信息

书名：<<创新第一课：模仿>>

13位ISBN编号：9789862352618

10位ISBN编号：9862352612

出版时间：2013-7-6

出版时间：臉譜(城邦)

作者：[日]井上达彦

译者：邱丽娟

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>

<<創新第一課：模仿>>

內容概要

好的模仿可以誕生偉大的創新，
4種模式讓你輕鬆踏出創造的第一步！

連創意之神賈伯斯（Steve Jobs）都說：

「好的藝術家抄，偉大的藝術家偷，
所以我們向來對偷取偉大的點子這件事，一點都不覺得可恥。

」
大和運輸是如何搖身變成黑貓宅急便，扭轉頹勢成為物流典範的？

如果沒有美國的Wal-Mart也就沒有今天的豐田汽車，為什麼？

八十年代大型超市大軍壓境，鈴木先生憑什麼讓零售店起死回生，主導新的生活模式？

瑞安航空（Ryan Air）、亞洲航空怎麼能在歐亞市場竄起、改寫旅行的遊戲規則？

舒茲和鳥羽兩位先生從哪裡得到靈感，讓星巴克及羅多倫咖啡成為許多人每天的第一杯？

.....
這些一流知名企業都是靠「模仿」，在重要時刻，從優質與負面的範本中找到逆轉關鍵。

創新從模仿而來

大和運輸發展宅集便事業時，小倉昌男先生不止參考吉野家，在紐約街頭十字路口看到的UPS也給了他莫大的啟發；霍華·舒茲當年如果沒有深入觀察五百家義式濃縮咖啡店，星巴克可能仍然只是西雅圖一家烘焙販售咖啡豆的小店，甚至被迫歇業。

許多企業或商品，在成功前都歷經了無數的觀摩與仿效，因此模仿是追求獨創性或創造力時不可或缺的過程。

模仿是一種知性的行為

模仿不是一味抄襲，照本宣科，如果不慎選學習對象，不深入分析它的事業架構，將會掉進「看似可模仿卻無法模仿」的陷阱裡。

那麼要模仿什麼，該如何模仿？

經由模仿而創新的企業到底是什麼時候、從哪裡、從誰身上、怎麼模仿來的？

從挑選範本到移植創造，正確的模仿將會產生意想不到的力量。

兩種創造性模仿：從典範中學習與反轉負面教材

鑽研競爭戰略及經營模式的日本早稻田井上達彥教授，從各種成功案例中歸整出兩種創造性模仿類型，一種是跨界的正向模仿，從不同領域的優秀模範中獲得靈感，再建構出自己的獨特模式；一種是反轉負面教材的逆向模仿，從業界的不良範本中得到啟發，創造出新的事業。

許多企業在開創之初或面臨困境的當下，都是透過仿效而從他人身上找到創新的DNA，
本書以深入淺出的方式，將其中的逆轉關鍵解讀給所有關注「怎麼做」才能開創新局的人。

王文靜 商周集團執行長、何飛鵬 城邦出版集團首席執行長

吳靜吉 政大創造力講座主持人/名譽教授、徐光宇 統一星巴克股份有限公司總經理

溫肇東 國立政治大學科技管理研究所教授、戴勝益 王品集團董事長

<<创新第一课：模仿>>

好評推薦

<<创新第一课：模仿>>

作者简介

井上達彦

現任早稻田商學院教授。

1997年神戶大學經營學研究所博士畢業。

歷經廣島大學社會人研究所管理學專業助理教授、早大商學系助理教授(兼任研究所商學研究夜間部MBA課程)，2008年至今擔任現職，2011年9月起兼任經濟產業研究所(財)研究員及The Wharton School of the University of Pennsylvania研究員。

2003年獲得經營情報學會論文獎。

研究領域是競爭戰略及經營模式(商業模式)。

主要的著作有《資訊技術與事業系統的進化》(白桃書房)、《事業系統戰略：事業的模式與競爭優勢》(合著、有斐閣)、《日本企業基本戰略的變遷》(聯合編寫、白桃書房)、《獲利引擎理論：把技術轉為收入的模式》(編著、白桃書房)、《專業人士告訴你如何經營組織》(共著、有斐閣)。

。

<譯者簡介>

邱麗娟

一九七三年生，台北人。

畢業於輔仁大學日文研究所。

譯有、《絕對做得到的持續術》、《絕對不會輸的交涉術》、《熱門商品是這麼創造出來的！》等書。

<<创新第一课：模仿>>

书籍目录

全書目次

前言 模仿的反論

模仿為創造之母 抄襲曾經是美德 模仿是知性的行為 模仿的兩種類型

第1章「天才的謎題」：暗喻與創新

從暗喻到原來如此 跨界模仿 在模仿中追求獨創 跨海模仿

模仿的連鎖效應 模仿什麼對象？

第2章「印度露天攤販」：把該模仿的本質模式化

架構的模仿 清涼飲料的範例 模仿「事業架構」的意義 超越業界的共通性有哪些？

印度露天攤販的商感 攤販的生意邏輯 模仿架構的關鍵概念：經營模式 跨業界尋找共通性

正向模仿與逆向模仿 單純的模仿 配合狀況再創造 獲得新想法：本質性轉移

第3章「黑貓的革命」：四大要素與五大步驟

高利潤的秘密 商業模式分析架構：P-V A R 創業、改變的五大步驟

大和運輸宅急便解析 四項要素的整合性

第4章「兩間咖啡店」：創造性模仿

咖啡店的模仿 星巴克的範本 羅多倫的範本 相同對象不同架構 徹底模仿催生創造性

第5章「四種學習對象」：要模仿誰？

如何模仿？

模仿的四種模式 單純模仿 反面教材 橫向發展 自我否定 溯本追源

第6章「守破離」：跨越範本和現實的距離

代理學習的好處 多範本學習才是王道 複眼模式化：模範、反面都要看 守破離模式

星巴克的守破離 守破離和辯證法 鄉村銀行的辯證法 運用PIV A R模式

第7章「陷阱」：看似可模仿卻無法模仿的公司

獨一無二的公文教研會 自學自習與量身式學習：給顧客的提案價值 活用獨自研發的教材：

舞台後方的指導 公文教研會的網絡：深層資源 以教材為共通語言，事務局為「黑衣人」

獨到的定位 為什麼無法單純模仿公文教研會？

從模仿起步的難以模仿者 教材的誕生

第8章「反轉」：逆向思考的模式化

戲劇化的再逆轉 任天堂的部分逆轉模式 全錄的商業模式 佳能的商業模式

第9章「做法」：模仿他人的「模仿方式」

模仿的目的是什麼？

為了競爭而採取的模仿 為了創新而模仿 相信模仿的力量

<<创新第一课：模仿>>

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>