

颠覆式创新：企业实现突破的15种方式



[颠覆式创新：企业实现突破的15种方式 下载链接1](#)

著者:让-马贺·杜瑞

出版者:中信出版社

出版时间:2016-10

装帧:平装

isbn:9787508664064

当一位中国国家领导人被问到什么是影响中国长远未来的关键因素时，回答是：“创新

、创新、再创新。”

我们生活在一个高度依赖创新的世界。创新，不言而喻对企业、产业和国家间竞争越来越具有决定性的影响。作者指出，社会对创新的讨论大多乏善可陈，仅仅停留在更新层面。这本书并不是要告诉你发现创新和产生创新的*钥匙，而是试图让你明白渐进式的进步和变化并不是真正的创新，真正要做到创新需要打破惯例向着公司的愿景方向去颠覆，去改变。

让-马贺·杜瑞是创新领域的领军人物，颠覆广告之父，在法国广告业享有至高无上的地位和荣耀。在本书中他既提供了颠覆的理论，也提供了诸多公司的实践案例。本书深入浅出地详细介绍了15种能够引导企业通过创新实现大变革的方法，并通过宝洁、乐高、苹果、特斯拉以及中国的小米、*和海尔等典型的公司案例加以诠释。书中还为我们提供了实现颠覆式创新的方法，以及对企业创新的指导，比如作者提倡我们应该设立“颠覆日”，组织“开放式短会”，多问几遍“如果……会怎么样”，从点滴中把颠覆式创新融入企业的血液和基因中。

这本书出自广告业的资深前辈，无疑对中国当下勤于创新，希望变革，在绝望中挣扎希望找寻出路的企业有极大的借鉴意义。

本书。

作者介绍:

让-马贺·杜瑞 (Jean-Marie Dru)

毕业于巴黎商业高等研究学院，法国资深广告人、颠覆广告创始人。自2008年起担任全世界排名前十的广告网络公司——TBWA全球主席一职至今。1971年，他加入宝洁公司开始广告生涯，并迅速升为执行创意总监。1977年，加入了扬罗必凯广告 (Y&R) 巴黎分公司并担任董事总经理，两年后成为该公司的首席执行官。1984年，创立BDDP集团，并担任主席，BDDP集团后并入TBWA。此外，他还是欧洲广告协会成员以及巴黎政治大学的教授。2008年，因其多年来在广告领域和商业活动中的杰出贡献，被授予法国荣誉军团勋章。

目录: 序言 // IX

引言 为什么营销应该推动创新 // XI

第一部分 颠覆与创新

01 颠覆与创新：说得多，做得少

为什么还要提创新？ // 003

颠覆的本质 // 005

02 颠覆式创新的方法

创新求变，创新求新，创新求伴 // 008

不拘一格求创新 // 009

03 帮想象力装上引擎

设立颠覆日 // 013

如果……会怎样 // 015

第二部分 颠覆式的创新方法

04 众包：开放式颠覆

小米：边设计边制造 // 025

乐高：与“粉丝”共同创造 // 027

宝洁：打开大门 // 028

05 结构性颠覆

日产：致力于横向协同 // 034

美国国防部高级研究计划局：有限时间规则 // 035
公司实验室的创新使命 // 036
赛富时：创新催化剂 // 039
创客、创客实验室和精益管理 // 041
06 基于资产型颠覆
亚马逊：基础设施是核心资产 // 048
迪士尼、杜邦和苹果：关注历史资产的价值 // 049
法国邮政：做别人没有做过的事 // 051
07 逆向式颠覆
节俭之道：事半功倍 // 055
拉法基：逆向创新的顽强生命力 // 058
巴黎欧莱雅：重心正在转移 // 059
08 可持续性驱动型颠覆
Toms：给予创造收入 // 065
飞利浦：LED 灯的发明 // 067
麦当劳：为当地尽一份责 // 068
超级 U 体系：让每个人都获利 // 071
09 复兴式颠覆
苹果：手机屏革命 // 074
罗斯嘉德工作室：智能公路 // 075
新描绘器：重回19 世纪 // 077
10 数据驱动型颠覆
气象公司：全球数据最丰富的系统 // 080
亚马逊：关联订单系统 // 082
比利时联合银行：机会发现工具 // 083
11 基于使用习惯的颠覆
海尔：从打破常规到创新 // 088
M-Pesa：手机里的银行 // 089
Wibbitz：文本转换成视频 // 090
博柏利：老牌奢侈品的数字战略 // 091
12 价格引导型颠覆
Logan 汽车：分解报价的艺术 // 096
Spotify：免费增值模式 // 097
ZipDial：免费产品和服务也能赚钱 // 098
13 附加服务型颠覆
Darty：客户服务3.0 // 104
Medissimo：智能药盒 // 105
安联保险：颠覆保险业 // 106
14 合作关系引导型颠覆
当Sixt 租车遇上宝马 // 110
出人意料的“联姻” // 111
15 品牌引导型颠覆
特易购：积少成多 // 119
万豪国际：旅·获精彩 // 120
Zappos：幸福管理 // 121
米其林：绝不妥协 // 123
16 卓见驱动型颠覆
巴黎欧莱雅：美容品行业的真正玩家 // 128
大卖场：乱中有序 // 130
网飞：比客户自己还了解他们自己 // 132
法国国营铁路公司：意见悖论 // 133
17 商业模式颠覆
苹果：iTunes 带来的生态系统 // 139
特斯拉：储存阳光 // 141

阿里巴巴：庞大的生态系统 // 143
空中食宿：没有陌生人的世界 // 145
18 预期驱动型颠覆
未来日本 // 150
发明明天 // 151
第三部分颠覆式品牌建设
19 颠覆式战略
想象一个愿景 // 162
今天的愿景是明天的惯例 // 165
去创造颠覆 // 167
20 实时颠覆
开放式短会 // 170
实时吸引计划 // 172
法铁实况 // 174
结语 // 177
• • • • • ([收起](#))

[颠覆式创新：企业实现突破的15种方式 下载链接1](#)

标签

思维

商业

创新

颠覆

创业

创意

管理

得到听书

评论

论据很多，但是论点真的站得住吗？

disruptive innovation check list，但总结得不怎么样。

例子还不错，分类很尴尬。

实战案例剖析

一开始觉得很糟糕，很多絮絮叨叨的解释，翻译的也乱乱的。那十五个创新方法的分类也有一种散乱的感觉。但那些案例是真的很不错，带来一些想法。看到最后42问清单的部分，把15个创新方法做了单词式提炼，反而清晰了很多

渐进式发展不等于创新

【简单听】过去，颠覆只关注战略。企业和品牌愿景都是为今后若干年设计的，而今天，颠覆必须更加灵活，必须变得“快餐化”，具有流动性。微创新对小企业可能是伪命题，只有在颠覆环境下才有可能进行颠覆。

从一些创造性的公司中总结归纳了20个颠覆创新的方法 适合思考借鉴
但内容相对浅显概括

领袖和跟风者的区别在于创新，而创新的唯一特征是“颠覆”

过去，颠覆只关注战略。企业和品牌愿景都是为今后若干年设计的。而今天，颠覆必须更加灵活，必须变得“快餐化”，具有流动性。

42个“如果……会怎样”的提问激发创新还不错

案例都是好案例，核心思想也没毛病，就是作为一本“综述”，略显狭隘

作者归类了15种不同的创新，但每类创新都未抽象对应的特征及方法。收获一般，只能作为对创新的一般性解读物。

[颠覆式创新：企业实现突破的15种方式_下载链接1](#)

书评

人人都在谈创新，那究竟什么是创新？
渐变式改进不应该称为创新，想人所未想、做人所未做才是，用流行的话语如“创造新物种”——乔布斯的iPhone和马斯克的Tesla电动车，小米的互联网口碑营销等等。
当我们发现惯例与新潮流有差距，其实就有一个创新的机会有待开发。新书《...

基本原理 and 新旧知识 1.
第一种颠覆，颠覆组织团队。重组团队，思考业务环节，调查、研究、改革。 2.
第二种颠覆，颠覆商业模式。换一种生产方法——个性化，追求完美顾客体验。 3.
第三种颠覆，完全开放，没有秘密。让客户看得到生产，看得到反馈，看得到别人的推荐，甚至...

[颠覆式创新：企业实现突破的15种方式_下载链接1](#)