

创新者的解答



[创新者的解答 下载链接1](#)

著者: (美) 克里斯托森

出版者:中信出版社

出版时间:2010-6-1

装帧:平装

isbn:9787508620190

《创新者的解答》讲述为了追求创新成长机会, 美国电信巨子AT&T在短短10年间, 总共耗费了500亿美元。企业为了保持成功记录, 会面对成长的压力以达成持续获利的目

标。但是如果追求成长的方向出现偏误，后果往往比没有成长更糟。因此，如何创新，并选对正确方向，是每个企业最大的难题。

因此，如何创新，并导向何种方向，便在于创新结果的可预测性一而此可预测性则来自于正确的理论依据。在《创新者的解答》中，两位作者总结了一系列的理论，指引所有需要由可预测的新商机取得成功的经理人，成为破坏者（disruptors），而非被破坏者（disruptees）。

《创新者的解答》中所述的重要观点—“破坏性创新”，适合政府、企业、组织、个人用以拟定竞争策略、突破成长障碍。如果你怀疑成长终究会碰到极限；如果你不确定新的投资布局，到底会是钱坑、还是钱山，你将在这本书中找到解答。

作者介绍：

克莱顿·克里斯坦森（Clayton M. Christensen）

哈佛商学院教授，因其在企业创新方面的深入研究和独到见解，被尊称为“创新大师”。克莱顿·克里斯坦森是畅销管理经典《创新者的窘境》一书作者，此书被《福布斯》评为20世纪最具影响力的20本商业图书之一，并获得多项其他图书奖项。

迈克尔·雷纳（Michael E. Raynor）

工商管理学博士。德勤研究院的主任之一，该研究院是德勤会计师事务所和德勤咨询公司的智囊领袖团队。常与来自不同产业重要客户共事。雷纳任职于加拿大伦敦市的李查爱维商学院，担任企管硕士班与企业经理人教育研习班的教授。雷诺的研究、著作与顾问咨询重心，放在创新与企业策略上面，探索如何应付透过创新手段不断维持成功的挑战，同时寻找适当方法，帮助经理人应付及善用不确定竞争环境持续变动的需求。

目录: 前言

第一章 被迫成长

第二章 怎样秒杀最强的竞争对手？

第三章 客户想购买什么样的产品？

第四章 谁是最佳客户？

第五章 选择正确的业务范围

第六章 如何避免商品化

第七章 你的公司有破坏性创新的能力吗？

第八章 是管理战略发展流程

第九章 好的收入和坏的收入

第十章 高管在领航新成长时应该扮演的角色

尾声 传递接力棒

致谢

· · · · · (收起)

[创新者的解答](#) [下载链接1](#)

标签

商业

创新

管理

创业

战略

思维

企业战略

克里斯滕森

评论

不就是：人无我有，人有我优，人优我廉，人廉我转。 //老祖宗厉害啊。

有看没有懂，估计要管理过一个公司或开办一个企业的人才知道这书在说啥。太悲惨了，挣钱还要看这种书无异于是自己找苦吃，那些看得津津有味的人只能对他们说佩服了.....

非常棒，在资源、人力等方面都不占优势的小企业如何才能战胜行业巨无霸，做出了全面且有实践意义个观点，以及胜利后如何避免商品化等境况应对，前半本尤其突出。

了解破坏式创新的模式和方法。

对于在《创新者的窘境》里面提出的破坏性的创新，给出一种较为系统的理论，从需求、切入点、组织能力、流程、高管等方面提出了建议。比较印象深刻的还是提到的奶昔的案例，真正用户的需求不是设计者坐在那里参考各种数据和案例设计出来的，而是实在调研出来的，如果奶昔只是用来打发时间的，在其它方面改进有什么用呢？

醍醐灌顶！

创业维艰，一个企业的创新的脚步是永远不停停下来的，因为时间在变、市场在变、消费者在变，通过破坏性创新和延续性创新来保持基业长青。

本书内容很不错，相较于其他的商业书籍，《创新者的解答》提供了更加简要的核心观点——破坏性创新和延续性创新，让人印象深刻。本书的注解很不错！

: F270/4264-12

过度与不足服务 满足消费者消费的条件

等草创期过了以后，还会回来再看的。其实说了那么多，无外乎投资人和管理人的长短期利益有冲突导致大企业被破坏性创新企业打败，作者说的都很好，但其实还有更粗暴简单治标治本的方式来避免：学马云和刘强东，任有多少投资人，公司控制权牢牢握在自己手上，不用看投资人脸色，想怎么折腾怎么折腾。

挺不错的书，虽然案例都有点老，但是对破坏式创新的概念解释的很到位

这本书的主题是大公司如何创新，这个前提很重要，不是给小公司写的

至此读完了Clayton M. Christensen的创新三部曲。很多东西是知易行难,而创新是知难行也难。三部曲之首《创新者的窘境》意在建立一个理论,而这本《创新者的解答》的目的在于告诉管理者如何使用理论。本书对于如何识别具有创新精神和能力的企业提供了绝佳的评分表,这个工具对投资者而言是无价之宝。

很好的书,就是读起来比较辛苦

企业成长的关键,在于成为破坏者,而非被破坏者。

可能是因为在手机上面断断续续的看的吧,没看到太多逻辑。整本书看到的都是,用简短的观点作为承上启下的句子,串联了过去曾经出现过的各行各业创新的故事,IBM、索尼、HP等等大公司的故事赫然在列。需要用联想式思维去萃取个中逻辑,并为日后的创新寻找参考。

在商业书里算比较有料的了。对创新行为与创新中遇到的问题与tip作了比较好的总结。
◦

适合更高端的人读。

非常好。讲战略,也就涉及定位,居然关乎市场营销,而且讲得透彻。预测性的市场分析,关键内容是消费者所处的环境而非消费者。

[创新者的解答 下载链接1](#)

书评

克里斯森的创新三部曲中,《创新者的解答》最为重要。《创新者的解答》将《创新

者的窘境》中的真知灼见细化成了若干可操作的建议，而又不至于像《远见》一样过于拘泥细节而丧失了战略高度。

这本书的第一个关键词是“市场”。与很多人的观念不同，克里斯坦森的创新概念的核...

Christensen在《困境与出路》中说明了许多市场营销书籍没有说明的一个问题：如何进行市场分析和细分？他的建议是依据消费者环境而不是消费者进行市场细分，通过这种以环境为基础的市场细分获取破坏性的市场立足点。

进行预测性的市场分析，通常需要了解消费者购买和使用产品...

世界杯开始了，总觉得日子有些不同，虽然只是每天睡觉前看一会儿集锦。发个《创新者的解答》读书笔记，比较零散。开篇，一个很有趣的例子：

你去看医生，在你描述自己的症状之前，医生就塞给你一张处方，告诉你：“这种药，吃两片，明天早上再打电话告诉我你的情况。”“但...

《创新者的解答》由中信出版社于2010年6月出版。

这位作者的另外一本知名之作是《创新者的窘境》，观点独到，值得一读。

破坏性创新是创业者挑战巨头最有胜算的一副牌，这种破坏会很容易让巨头陷入两难境地，不跟可能会丢掉用户，跟会丢掉收入。但这种优势并非来自于勇于自宫的破坏者的远见卓识，只是两类企业所处的环境条件不同而已，成熟企业会尽量采取利益最大化的策略，迎合利益最大化的客户和...

2010年就读过克莱顿的《创新者的窘境》和《创新者的解答》，由于机缘今年又读了一遍。通过这个系列，让我对为什么大企业会失败有了另一个层次的认识，对企业如何做好也有了初步想法。

谈及书的内容之前先八卦一下。2009年和2013年，我读到两篇管理杂志由各自主编写的卷首语。前...

那年，我所在的企业面临很大困境，无意间购买。所知其论证结构为破坏性增长，依我看实际上大体与差异化市场细分有关。本书除了讲述围绕产品周围的，诸如市场，价格，服务的差异化以外，还重点说明了企业的竞争力远不止做自己最擅长的事情，而是做客户看重的事情。它还以鲜明的...

相比10年前的那本经典之作《创新者的窘境》，这本书有了进一步的有机拓展。零消费市场、低端消费市场破坏；从消费行为角度（即客户想要完成的任务）来细分市场；货品化与反货品化的价值链，进而引发的交互专利性或开放模块化的竞争格局；应急型与谋划型流程的应用的本质等等.....

在豆瓣开了一个专栏，主要写投资自我管理方面，欢迎关注：<http://read.douban.com/column/93927/>

这本书比较具有研究精神，学者手笔。不过略有遗憾的是没有讲清楚，创新方法是如何产生的，如果有一本书能够解答“Jobs为什么能产生某种产品的构思”则最好。
创新的能力是何其...

如果你是个旁观者，这本书与另一本《创新者的窘境》一样，不会让你觉得有什么价值——因为你不用担心自己的组织会衰亡、被淘汰、业绩直线下滑，裁员或不得不重新找工作。

相反，如果你是成功企业的高管、企业在过往的历史中还曾经打过多次胜仗，那么，你得小心了。与中国的...

我是先看的英文版前几章，最近发现有中文版开始看的。书里面的一些理论对创新有很好的帮助，很帮助人思考。

本书的目的性很明确，不同于其他畅销的管理类书籍，这本以战略管理为主要内容的书从时间和空间上给与读者一个系统的设计思路，并且给出了设计战略所需要的工具和模型。

以专业的角度分析了各种案例所带来的启示，更适合具有一定管理理论基础的人群阅读，如果对管理理论不甚...

破坏性创新成立的前提条件是破坏创新者技术革新快于被破坏者，而且还需要持续；这个对破坏创新是否限定了适用的情况。

另外，面对新进入者的竞争，被破坏者难道不会采取防御手段，而不是坐以待毙或者主动撤出低端市场，比如在低端市场降价甚至亏本，反正高端市场能赚钱。拼多...

用户 组织 产品 市场 理解用户 找到需求缺口 满足合适用户 提供差异化产品
提供合适的产品架构 搭建组织架构 现实是：公司总想公司要做什么
公司的愿景与未来是什么 而不去考虑市场用户到底需要什么 用什么来满足
如何提供解决方案 为什么是公司做 为什么是现在这个时间周期来...

只有当一种说明行为导致成功的理论说明了结果会随着环境的变化而改变时，我们才可以相信这个理论。管理学中，永远都不会缺少万金油式的说教，但是理论描述的不应该仅仅是单一环境下的行为导致结果，更应该是在变化莫测的商业环境中，如果做合适的行为变化。破坏性的创新...

春节七天，用逗猫余下的时间读了《创新者的解答》，很幸运在作者本系列三部书中先读了这一本，书中有多处对前一本《创新者的窘境》中案例的进一步分析，对如何在商业环境中开展创新给出了很好的解答。^ ^跳级阅读赚到！
这本书更适合在大公司做创新业务的团队或者在深耕垂直行...

企业拥有资源的多少和竞争结果并无太大关系。

创新的两种类型：延续性 (sustaining) 创新和破坏性 (disruptive) 创新。
我们的产品最适合哪些客户

市场推广的艺术性在于市场细分：寻找出那些需求相似的客户，确保同种产品就能满足他们的要求。市场细分不应基于产品属性、客户属...

[创新者的解答 下载链接1](#)