

# 不断创新是企业文化的灵魂

胡其锋

**摘要：**企业从要素驱动转为创新和市场需求的驱动，企业创新文化需要大家共同培育和参与，激发每个人的创造力是企业创新文化建设的目标

**关键词：**创新 需求 企业需求

在充满机会和挑战的时代，为应对日益复杂、动荡和多元的世界，我们需要创造性的思维方式和系统的认识论。同时随着企业从要素驱动转为创新和市场需求的驱动，创新已经不仅仅是挂在墙上的企业文化宣传口号，更应该内化为企业文化的灵魂，具象为可执行的行动方案。

目前被推向风口浪尖的互联网产业就给了我们很多启示：百度的图片搜索、百度大脑项目的启动，以及成立百度深度研究院等都能稳固其在人工智能方面的全球地位；腾讯保持其社交基因，顺应中国的人口红利和互联网的渗透，从 QQ 到微信，及各种游戏应用的不断创新，都让其在互联网风云变化的环境中始终占据强大份额；阿里巴巴引领的中国电商发展，其顺应市场，大胆尝试的移动互联网电商的努力以及其日益突显的在民间金融的影响力等，这些让其获得了全球赞誉；而 360 在信息化高速发展的今天，也专注于互联网安全领域并在强大竞争压力下占有一席之地。类似的例子还有很多，像小米对客户的深入把握等，这些都是中国企业从科技、市场、服务等社会的方方面面在创新上做出的努力和取得的成就。

就个人而言，人的一生，归宿都是一致的，但是之所以每个人生存的意义不同，不仅是由于经历不同，更为起决定性因素就是思想和眼界的不同，而思想和眼界均来自知识的积累和实践的思考，知识积累和实践思考的过程就是不断创新和超越自己的过程。其实，创新并不是高不可攀的发明创造，每个人每天都与创新同在。以现有的思维模式提出有别于常规或常人思路的见解为导向，利用现有的知识和物质，在特定的环境中，本着理想化需要或为满足社会需求而改进或创造新的事物、方法、元素、路径、环境，并能获得一定有益效果的行为就是创新。

江西众加利高科技有限公司一贯重视员工的综合发展，提倡个人不断完善自我，在具体事务中寻求最佳方法，这也给大家充分发挥和思考创新的机会，小到处理日常事务，大到参与公司重大项目，都给到大家自由发表心中所想的自由。创新如何转化为企业文化的核心驱动力，这就要求公司每个人都能在各自岗位上不断思考和改进工作。

就我们的日常工作而言，以下这些方法都可以称之为创新：

1. 从小事做起，培养善于思考的习惯，于细节处发现改进方向，创造新的更完善的解决方法。

2. 从身边做起，着手熟悉的事务，思考和发现新的事务，提升洞察力。

3. 善于挑毛病，思考事情行动动机，以终为始，以结果为导向，发现问题，提出解决方案。

4. 求异思维，接受不同意见，多站在对方角度理解问题，可以让我们看问题更全面。

5. 逆向思维，当问题遇到瓶颈或困难时，转变思维困境，学会逆向思维，你会看到很多你一直没看到风景，找到不一样答案。

6. 协同创新，善于与人合作，利用头脑风暴等方式，分享观点，共同探讨，寻找最佳方案。

以上这些方法只是抛砖引玉，引发更多的思考创新的方法，形成创新思维的习惯。

在创新驱动的体制下，企业的创新工作应该把握如下几点：

#### 1. 围绕市场需求而创新

一切创新都应该基于市场需求和客户体验。围绕市场需求进行创新，尤其在产品和技术创新方面，产品经理和技术人员要做到一切围绕市场，一切依靠市场，从市场中来，到市场中去。一旦发现新需求，立即到客户现场了解客户具体需要解决的问题。对老客户定期回访，听取客户对使用我们产品的反馈。因为只有满足了客户需求的产品才会有市场，而不断依据市场需求创新产品、提升技术，才能保持持续竞争力。小米手机在手机市场的异军突起，正是说明这点。小米始终以客户为中心，把客户当朋友，不断优化客户体验，才能在如此短的时间内建立起了小米帝国，拥有庞大的移动互联网活跃用户，正是这些用户成就了今天的小米。

#### 2. 鼓励提出不同意见

鼓励提出不同意见，是企业创新的核心。企业做到海纳百川，减少信息不对称，让每个人都能自如发表意见，提出合理化建议，积极填写产品质量信息反馈单，让决策者作出最贴近各方需求的决策。

### 3. 创新必需宽容失败

不是所有的创新都能获得成功，对于技术创新来说，对于客户需求的把握程度以及技术等发展趋势的理解程度，都可能影响产品创新的结果，对于管理创新来说，企业的沟通方式和深入程度不同以及创新的管理的好坏，都会给企业带来不一样改变。因此，对待创新我们要有宽容的态度。在讨论问题时，不要否定别人的想法，即使这个想法很可笑！在新产品上市后出现这样那样的问题，我们不要埋怨谁，而是要主动承担责任，积极想办法改进产品，解决问题。

### 4. 创新必须建立互联网思维

互联网是人类知识和经验传播方式革命性的改变，让互联网成为创新的有力工具，帮助你快速创新。

### 5. 创新永无止境

地球不停转，世界在发展，创新永无止境！曾经的手机巨人诺基亚因为没有创新触屏技术和及时把握移动互联网趋势倒下了；百年化妆品企业雅芳坚持旧的商业模式，拒绝变化，缺乏推动创新原动力也没落了；同样案例还有很多，企业要发展就不能停止创新的步伐。

每个人都是企业文化的主体，企业创新文化需要大家共同培育和参与，我们有创新的潜力，我们要释放自己的创新能量。激发每个人的创造力是企业创新文化建设的目标。只有员工创造力兴旺起来了，企业才能生生不息，代代相传，最终实现百年老店的愿景。