

# 創新產品 & 創造市場

陳敬智

## 迎接全新的 21 世紀

- 新世紀 充滿了生機、充滿了幻想、充滿了變動。
- 新世紀 靠腦力、智慧、創新等知識資本競爭的知識競爭時代。
- 新世紀 人的肉體、心智、靈魂都要賦予全新的視野。
- 新世紀 網際網路資訊的時代。

## 知識經濟時代

知識經濟：將知識與資訊，作為生產力中決定的要素，進行生產、交換與分配，使創造知識和應用知識的能力與效率，成為經濟發展的關鍵。

- 創新 是一個民族進步的靈魂，是國家興旺發達的不竭動力。——江澤民
- 創新 是台灣競爭力的根源。——邁可波特
- 創新與創意——新經濟領袖必要特質。——菲奧莉娜
- 創意——上帝賜給人類的最好禮物——美國著名經濟學家 J.A.Schumpeter 熊彼特

## 企業創新的五種方式：

1. 開發一種新產品（或改進產品質量）。
2. 採用一種新的生產方法。
3. 開發一個新市場。
4. 獲得一種原料或半成品新的供給來源。
5. 實行一種新的企業組織形式。

## 創新產品的價值

- \* 商品價值 > 商品價格 > 成本
- \* 新產品售價 = 硬體商品價值 + 軟體商品價值

一套洋裝：硬體商品價值 + 軟體商品價值

(8000 元) = (3000 元) + (5000 元)

電腦軟體：硬體商品價值 + 軟體商品價值

(50000 元) = (5000 元) + (45000 元)

要創造新時代的產品價值

- \*產品創新      \*技術創新
- \*觀念創新      \*策略創新
- \*價值創新      \*用途創新
- \*組織創新      \*通路創新
- \*行銷創新

## 商品復活

價值創新：把舊商品調整、改變包裝、形式、行銷、定位、品名、內容、通路。讓商品在奄奄一息中再度復活。

## 創造市場

新力創始人兼董事長盛田昭夫說：我不是著眼於服務市場而是在於創造市場。

### \*市場驅動的公司 (market-driven company)

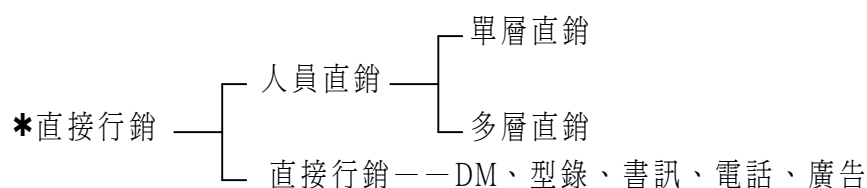
把重心放在研究當前的顧客，以找出它們的問題，並蒐集新想法，測試預計改良的產品與行銷組合改變。它們的投入造成產品顯著的改良而非大幅度的創新。

### \*驅動市場的公司 (market-driving company)

此種公司創造出新的市場，或細分產品類別，或改變遊戲規則，他們大量的推出新產品、服務，改變做生意的方式，建立新的價格點，發展新的通路，把服務提昇至不可思議的地步。

## 通路創造市場

\*基督教書房（國內、國外）



\*地區經銷、總代理

\*一般書局、便利超商

\*網路行銷

\*資料庫行銷（資料倉儲）

\*特殊通路

## 基督教的文字事工

將上帝的話，福音的信息，以文字記載在各種不同的材質上，並編輯、複製。透過傳播發行，讓基督的道，得以宣揚、延續、傳遞，直到永遠。

## 閱讀多元化

文字出版工作，隨著時代資訊數位化，網際網路的發展潮流，對傳統出版已造成衝擊。

從創作、編輯、製作、印製、發行、通路、交易形態都有重大的改變。

比爾蓋茲預測：「十年之後，以數位化形式出版的書籍將超過傳統印刷書籍，到了 2018 年甚至完全被電子書所取代。」

**創新、多元是新世紀重要的課題。**

## 創造市場

\*產品創造市場

\*通路創造市場

\*價格創造市場

\*服務創造市場

\*社會脈動、趨勢創造市場

## 暢銷書的條件

好的內容 + 編排、包裝 + 行銷 x 被讀者閱讀時所產生的共鳴 = 暢銷

## 創新產品的價值

1. 擴張業務。
2. 開發新市場。
3. 提昇企業利潤。
4. 增加新顧客或擴大對現有顧客的生意。
5. 建立或保持在產業中的領導地位。
6. 帶動其他產品的補貨與銷售。
7. 提高同工的生產力。

## 激發創新的主要元素

1. 支援冒險與變革
2. 容忍錯誤
3. 適當的獎酬

### 創新的類型：

1. 漸進式創新：從原有產品不斷改善，使其更符合消費者的需求。
2. 構築式創新：把既有的科技重新整理、串聯、和組合而產生的創新。
3. 不連續式創新：開發新產品。