

下一个大机遇



[下一个大机遇_下载链接1](#)

著者:[美] 克里斯蒂安·特维施（Christian Terwiesch），卡尔·尤里奇
著，伍慧琼，许岚 译

[下一个大机遇_下载链接1](#)

标签

评论

就是读读，像我这样的普通打工者应该是很难抓住机遇的！

送货还算及时送货还算及时，内容也不错，很有启发的

在瞬息万变的社会，我们能否抓住机遇是很重要的

送人的书，应该不错哦

书的质量很好，价格适中，内容很好，适合有志向的人阅读。

读完之后，对企业管理有了更深刻的理解，也知道了其意义

创新带来机遇，机遇带来改变。

超级划算!书也不错的!

买了这么多好书，购物真是太好太方便了

值得拥有值得拥有值得拥有

喜欢湛庐文化出的书，出经管学书最好的公司之一

活在当下，了解未来的发展趋势，才能做到活在当下

湛庐文化出品 下一个大机遇 给又准备的你。

送货快，书也是正版的，价格实惠，还会再来

不错，好书，先看起来。

质量好，送货快，书也是正版的。非常满意

有一些启发性的内容，可以一看

送货速度快，价格便宜，包装都不错。

早就听说过这本书了。。。。。

不错，京东信的过 不错，京东信的过

大致翻了一下，很不错，值得看看

正版，质量好 速度快 非常满意

大危机中有大机遇，当前危机机遇在那里？

还可以，正在使用中，总体满意，服务好

还没来及看， 是正版，这周末安排看

书很好，内容非常丰富，开阔眼界

发货速度很快，书很不错。

就是冲着书名来读读看，内容还可以

采购过程控制谈判技巧

这本书很不错，强烈建议买~

好书值得一看，可细细品读

还没看呢，应该不错吧

应该不错吧，还没看。

给家人买的，反馈说还不错。

好看，发人深省，耐人寻味

书，是我选择的，不错不错 喜欢

这次买书是冲着买的基本书中之一

正版，速度也很快。不错

书还不错 内容精炼 值得推荐

内容写的很不错还在读中

看到简介的第一眼，就决定买了

机遇是给有准备的人的。

值得一看的好书，很好看

还行 用的蛮不错的 呵呵呵

还可以的呢还可以的呢

不错的一本书，推荐阅读！

正版书，励志书，启迪心灵！

不过很喜欢，写的不错

非常好！质量也很好！

不错的书！不错的书！

希望有介绍的那么好啊

别让机遇擦肩而过~~

正版、不错。。。。。。。。

好~~非常的棒~！！~

暂时没发现缺点

东西还比较好

经管课上老师推荐的书，买来读读

以前的机遇过去了，在你不知不觉间，这个世界，一些普通的人，成了不普通的人，如马云，如比尔·盖茨，如乔布斯……但莫灰心，“江山代有才人出，各领风骚五百年”，这些精英们成功，除了机遇，还有可循的规律。读读这样的书，还是很有启发的。

见仁见智吧，不解析。不过我个人觉得，不适合我这种人看

不错的书 值得看看 内容不错

正在看中，现在还不能知道能学到什么

内容尚可，读读也行，但不是非常好

内容还不错， 还算值得一读

不错的书，可以看看。

朋友买的，感觉还行。。。

机会在哪里，在本书里。。。。。

好书好书好书好书好书好书好书好书好书好书

我是冲着封面才购买的，粗略浏览了一遍，感觉比较枯燥，有些句子翻译得也让人一头雾水。

很好

没读出什么，没读出什么

不错

111

说的内容不好，不值得购买。

今天刚刚拿到书，这本《美1.美》..克里斯蒂安·特维施1.克里斯蒂安·特维施（..1.）..卡尔·尤里奇1.卡尔·尤里奇写的下一个大机遇很不错，1.下一个大机遇如何创造和选择最佳机遇作者为全球排名第一的沃顿商学院教授，他们长期致力于创新领域的研究，参与过多家企业的创新实践。他们对自己多年研究与实践成果进行精心提炼，将之浓缩为一堂世界上最受欢迎的创新课。

2.微软、苹果、德勤、默克制药、华纳兄弟、陶氏化学等全球知名企业正在实践的创新法则！

3.创新竞赛就是机遇的竞赛。如果你正在寻求创新，你一定能在下一个大机遇如何创造和选择最佳机遇中找到你的下一个大机遇！

4.麻省理工学院斯隆管理学院副院长斯蒂芬埃平格，微软公司全球创新管理销售战略部主管唐理查德森等联袂推荐。克里斯蒂安特维施和卡尔尤里奇是全球商科排名第一的沃顿商学院知名教授，他们开设了世界上最受欢迎的创新课。他们认为高效益的创新不止

来源于增加研发投入，更来源于系统地辨识更独特的机遇。

创新竞赛就是机遇的竞赛。源于企业内部的机遇与源于企业外部的机遇集结在一起，相互竞争、优胜劣汰，最终，只有能够带来最高预期效益的特殊机遇才能突出重围，只有找到这个特殊机遇的企业才能成功。

从苹果无视传统推出更重、更大、更贵的，到默克在一万种化合物中找到舒之降，再到是伦敦为了在2012年奥运会上取得佳绩进行的选手选拔，下一个大机遇作者用来自各行各业的案例印证了自己提出的创新法则的有效性。第一章创新的竞赛，就是机遇之间的竞赛

设计师在为设计标志时利用了创新竞赛。他们构思了数百个想法，并将其中的23个做成图标。最终，一个最为抢眼的设计成为的标志。创新的竞赛，就是机遇之间的竞赛，所有参赛者同台竞技，只有最优秀的才能脱颖而出。

要详述竞赛的细节，可以参考美国偶像（）电视选秀节目。

作为最受欢迎的电视节目之一，美国偶像吸引了超过3000万名观众，并进行了全球转播。在每一季中，制作单位会到诸多美国城市进行海选，成千上万做着明星梦的表演者在评委面前展示自己。每个城市只有大约100名选手可以进入第二轮比赛，这一次他们面对

的评委团也更加强大。入选者随后被筛选至40名，他们可前往好莱坞继续参赛。在好莱坞，每位选手要表演规定的歌曲清单中的一首歌，再表演一首自选歌曲，并参与各种群体表演。最终，胜出的24名参赛者在系列电视节目中继续表演，而观众则负责投票选出心中的冠军。

这部电视节目的主要目标是娱乐观众，而每一轮比赛中评委尖酸刻薄的点评同样是收看的亮点。然而，从成千上万其貌不扬的普通人中进行海选，并发现真正会在未来赢得格莱美奖，甚至奥斯卡奖的艺人，这

克里斯蒂安特维施和卡尔尤里奇是全球商科排名第一的沃顿商学院知名教授，他们开设了世界上最受欢迎的创新课。他们认为高效益的创新不止来源于增加研发投入，更来源于系统地辨识更独特的机遇。

创新竞赛就是机遇的竞赛。源于企业内部的机遇与源于企业外部的机遇集结在一起，相互竞争、优胜劣汰，最终，只有能够带来最高预期效益的特殊机遇才能突出重围，只有找到这个特殊机遇的企业才能成功。

从苹果无视传统推出更重、更大、更贵的，到默克在一万种化合物中找到舒之降，再到是伦敦为了在2012年奥运会上取得佳绩进行的选手选拔，下一个大机遇作者用来自各行各业的案例印证了自己提出的创新法则的有效性。第一章创新的竞赛，就是机遇之间的竞赛

设计师在为设计标志时利用了创新竞赛。他们构思了数百个想法，并将其中的23个做成图标。最终，一个最为抢眼的设计成为的标志。创新的竞赛，就是机遇之间的竞赛，所有参赛者同台竞技，只有最优秀的才能脱颖而出。

要详述竞赛的细节，可以参考美国偶像（）电视选秀节目。

作为最受欢迎的电视节目之一，美国偶像吸引了超过3000万名观众，并进行了全球转播。在每一季中，制作单位会到诸多美国城市进行海选，成千上万做着明星梦的表演者在评委面前展示自己。每个城市只有大约100名选手可以进入第二轮比赛，这一次他们面对

的评委团也更加强大。入选者随后被筛选至40名，他们可前往好莱坞继续参赛。在好莱坞，每位选手要表演规定的歌曲清单中的一首歌，再表演一首自选歌曲，并参与各种群体表演。最终，胜出的24名参赛者在系列电视节目中继续表演，而观众则负责投票选出心中的冠军。

这部电视节目的主要目标是娱乐观众，而每一轮比赛中评委尖酸刻薄的点评同样是收看的亮点。然而，从成千上万其貌不扬的普通人中进行海选，并发现真正会在未来赢得格莱美奖，甚至奥斯卡奖的艺人，这个过程本身就拥有令人难以抗拒的巨大吸引力。

美国偶像代表着创新竞赛很多参赛者同台竞技，但适者生存。在本章中，我们介绍创新竞赛，并向你展示公司如何使用创新竞赛。我们列出可用于改善你的创新竞赛的管理杠

杆，并将竞赛定位于创新管理和产品开发这一大背景中。英国伦敦作为2012年奥运会的东道主，对于金、银、铜牌有着强烈的渴望。在近几届奥运会赛事中，英国都跻身前十大奖牌获得者，但他们对此并不满足。因此，在2006年，英国奥林匹克协会宣布开展一项运动来增加该国的奖牌数。伦敦发出20-4-2012倡议，即取得20枚金牌、总排名第4，对150万名英国儿童进行评估，他们的年龄从11到16岁不等（在2006年），并从中选拔出最具运动天赋的儿童备战奥运会的比赛，例如柔道、羽毛球、赛艇等。在

许多媒体和图书在描绘创新（机遇）时，常常用“闪电”、“火花”来形容，意思是说创新（机遇）稍纵即逝、难以把握；而领导过成功创新项目的一些企业家，也乐意推波助澜，制造创新的神秘化形象。新引进出版的《下一个大机遇》一书驳斥了这种观点，这本书的两位作者分别是美国沃顿商学院运营与信息管理学教授克里斯蒂安·特维施，以及该校创新、企业家以及产品研发方向的教授卡尔·尤里奇。书中将对创新的严谨系统管理，定义为创新竞赛，强调只有经过类似于选秀PK、体育竞赛一样的创新竞赛，特殊机遇的价值才能得到充分发掘并转入到商业实践中，为开发者、推动者带来收益。第一，激活机遇。创新竞赛始于对机遇的把握。企业可以通过内部个人与团队的创造力量来集合大量的创新机遇，具体方法包括：创造条件让员工在工作环境中实现个人激情、引导对现状不满的员工在烦恼激励下推出替代激励，率先将只提供给企业客户、大客户的产品或服务形式向普通顾客提供，在企业内部让员工讨论社会、环境、技术或经济趋势并由此构想可能由这些趋势所促生的创新机遇，分解细化现有产品与服务的功能，召开客户、供应商、行业专家参加的创新研讨会，重点发掘创新活跃并有能力表述及试验创新的员工的热情，等等。此外，也可以通过外部观察，从客户、供应商、竞争者、大学和其他公司那里觉察机遇。

第二，筛选机遇。接下来，以效率和准确性为原则，转入对机遇的筛选，这是创新竞赛的资格赛阶段。克里斯蒂安·特维施和卡尔·尤里奇就此提出建议说，可以通过类似于选秀PK的回合制，逐步缩小机遇的范围。他们在书中还提供了由创新战略审计、价值地图、属性地位、使用人类学、技术地位、核心竞争力和能力、技术生命周期等要素组成的一套工具，来帮助企业根据战略需要来进一步筛选机遇。

第三，评估机遇风险。如前述，许多创新根本无法启动（转为商业实践，或缺乏启动的技术支持），另有不少创新在获得初期成功后也无法避免最终失败。这就是为什么创新机遇、项目需要评估短期机遇和远期机遇的原因。书中第6章列出高露洁某款新型牙膏、默克公司某款糖尿病新药、维珍集团推出的消费者太空旅游市场三个案例，分别说明了有限风险、短期风险高、远期机遇不确定下，分析评估的具体方法。

第四，建立最优机遇组合。明星球队的战绩，常常不如几名球星加名气不大的实力球员组成的球队，原因就在于搭配效力不强，球员之间发挥出的配合水平不够。创新组合管理同样如此，至少要考虑五种相互依存：市场的同型装配、平衡开发与探索、平滑收入、资源的平滑要求、对外部风险的套期保值。

第五，让创新机遇转化为成功。首先，生成机遇的（样本）数量和商品化的数字之间的比率越大，企业创新的质量越高，转化为产品或服务的质量也就越高；其次，建立有利于创新转化的公司环境，混合规划、协调、集中化、分权四种内在存在矛盾关系的特性应实现在企业制度体系和文化中的均衡，要让每个创新机遇彼此之间可以实现竞争、均能接受质量评估。

如果说在华尔街的头十年让利弗莫尔声名鹊起，这些经历铺平了他在20世纪20年代逆势敛财道路的话，那么之后的20多年可谓这位独行侠几度游走于天堂和地狱之间的历练。他生活奢靡，讲究排场，结交社会名流，但交易起来却格外注重“个人隐私”。利弗莫尔在股票、期货市场的努力和拼搏，为他带来了几辈子挥霍不完财富。谨慎选择时机是一切成功交易的基础。鲁莽行动往往代价惨重。我之前就是因为太急躁，没有衡量

准确时机，就错失了一笔100万美元的利润。每当我跟人家讲述这段经历的时候，我都羞愧难当。多年前我曾一度看好棉花市场，当时我坚信棉花的价格会大涨。但是市场却没有如我预期的那样开始马上大幅上扬。交易时机未到，这种状况我们都碰到过。但是，就在我肯定了自己的判断没多久，就开始入场进行棉花交易了。我首次交易就买进了20000包。这一订单让这个本不活跃的棉花市场价格上浮了15点。然后，当我买入最后的100包成交后，市场在24小时内回落到我买入之前的价格水平。接下来几天，市场一片沉寂。最后，我很无奈地售出了手中所有的棉花。加上所支付的佣金，我损失了3万美元。当最后一批100包棉花从我这里转手的时候，价格是那一拨儿回落的最低点。几天后，市场情形好转，我的乐观情绪再次占上风。此前转手棉花实属无奈，其实我从来就没有真正放手这笔交易，而且我一直认定棉花市场必定会有很大的上涨。于是我又重新买入了20000包。历史再度重演：我的批量买入抬高了市场的棉花价格，然后下跌，再遭重创。我不想继续等待，又一次抛售了我手中的货物，最后一笔成交价还是历史新低。我在短短6个星期的时间里，买入卖出的动作重复了5次。每一次都让我赔25000~30000美元。我对自己的愚蠢感到厌恶，就这样，这次投机不仅让我没有半点成就感，还让浮躁的心态吞噬了近20万美元的资本。我赶紧给自己的办公室经理哈里·戴芝传达了这样的消息：在我第二天上班前，请将棉花交易收报机移除。我再也不要关注棉花市场行情了。这太让人泄气了。这种情绪对于一个长期从事投机活动、想要保持头脑清醒的人来说特别不利。接下来发生的事情让人大跌眼镜！就在我把棉花行情收报机拆除两天后，当我全然丧失了对棉花行情的兴趣后，这种商品开始走俏，市场大幅度上涨，一路涨了500点。在这次棉花价格飞涨中，只发生了一次40点的正常回落。我就这样搞砸了本可以大有可为的交易。我的失败有两方面原因。首先，我不够耐心，没能等到价格最利于自己的时候，即市场心理成熟时，进行交易。我早就知道如果棉花按照每磅12美分的价格出售，就意味着棉花价格上涨风潮即将来临。但是，我没能管住自己。

[下一个大机遇_下载链接1](#)

书评

[下一个大机遇_下载链接1](#)