

成都非遗节：生产性保护成新亮点 P15

生产性保护、《公约》到《成都展望》的传承、保护更重要的挑战、非遗的国际视野，是第四届非遗节的重要属性。文化部官员评价道：“本届非遗节有新意、有特色、有水平，已成为在国内外有广泛影响、首屈一指的重大文化品牌活动。”

“大妈”力量与中国经济



上一轮的黄金暴跌中，“中国大妈”一战成名，此次国际金价下跌，“中国大妈”全线套牢。“中国大妈”树立的强悍形象，瞬间消失。“大妈”表象下的消费力量，预示着中国老百姓安全感的缺失，壮举或是套牢背后，都是中国部分民众对中国经济走向有些困惑不安。

P9-12

社评 | Editorial

中国式创新制胜之道

每一个企业都希望通过创新提高产品竞争力，但在如何创新上却有着千差万别。有的企业把企业创新视为企业整体发展战略核心一环，有的企业则把创新视为一种投机行为。故而在企业发展的速度和力度上显示出天壤之别。前者持续发展，后者被时间淘汰。创新确实是企业发展的动力之一。但是如何创新却有着不一样的认识。

“变则通，通则久”，世界上唯一不变的就是变。有个著名的管理学者曾经说过：“世界上任何事情，只要你坚持很好的理念，坚持一种很好的创意，你再很好地把它贯彻下去，那这就是一个创新。”因此，企业所最需要的就是一个持久不断地创新的灵魂，“不创新勿宁死”。

创新不是盲目的而应该是科学的。这就要依据于两个标准，一是否定性自由判断，二是否定性自由选择。否定性本身不单单是一种批判，更是一种界定，一种创新后的继承。有自由判断方可自由选择，这即是强调自由，又是强调规范，我们的一切行为方式都应该在这两个基本点下进行。

全面创新则死，半面创新则活，惊世骇俗之言，无疑是创新理论的一枚重磅炸弹，颠覆了人们对创新的传统思维定式。

中国创新理论研究者实践者周宏桥先生认为创新本质形于外发于内，大“面”守正，小“半”出奇。他认为实践

者对创新有三大核心需求。

核心需求一，按图索骥做创新：如何在有限时间、有限资源的限制下，按照一个可执行的创新方法论，一步一步地做出创新；如何选择创新的方向；需要在什么时候考虑哪些创新要素；具体从哪些维度下手做创新；如何系统化地找到创新切入点或突破点；如何在创新设计阶段就将运营与推广结合起来考虑；如何抓住用户的真实需求或核心价值点，并与产品创新相结合；产品规划、设计、定位如何创新；设计时通常考虑的关键细节是什么；是否有分析创新成功的可能性的方法；创新是否有可复制的规律可循，等等。

核心需求二，创新实施接地气：如何将创新想法与产品实施有效结合；如何面对创新过程中的挫折和问题；自己认为是创新的内容并非客户所需，或当创新的产品没能取得预想的市场效果，或一个创新点等到真正做出来的时候已经不是创新了该怎么办；哪些东西会让你做错事；希望学习到先进的创新管理机制及构建团队创新氛围的方法；新产品试点后反应良好，但与人员配备、运作方式不匹配；如何降低创新风险；小型创新产品与创新团队构建与管理方式；成功创新案例的经验总结与失败创新案例的教训分析，等等。

核心需求三，运营创新两相宜：创新投入较高、调动的资源支持较多，一

旦没有达到预期，之前为调动资源所树立的愿景就会引爆创新团队与现有业务团队的矛盾，把创新项目彻底打死，因为当前业务是企业收入的主要来源，如何有机结合并相互平衡创造全新产品与现有产品的日常运营；如何在早期预判创新结果；如何彻底解决这两个团队的矛盾；如何管理创新才能有序、持续地创新；在成熟的产品体系中如何发掘与时代同步的创新要点；现有产品如何持续创新，等等。

在创新理论方面，从来都是西方思维左右世界，尽管中国也有一些很好的创新思维模式，因为传统的中国分析式思维与西方概念性思维出现偏差，西方世界并不认可中国。如今，中国企业飞速发展壮大，西方企业开始对中国创新理论有了研究和关注。

宏桥先生的“创新模式”引起业界极大兴趣和探讨，对其方法论，结构化地阐述了创新体系、创新方法、创新实施及创新本质四大板块，辅以行业与人文两套案例体系支撑，将创新从时尚口号落实为企业系统化的价值创造实践，帮助实践者融贯三大创新能力：操盘大局的系统能力、触类旁通的关联能力、博采众长的整合能力。

这是一种不同于西方又融汇西方的东方创新思维，给我们提供了一个极具理性建设性的创新思维方向。

特别报道 | Special Feature

P2

八条金融新政支持实体经济首当其冲

P3

深交所上线中国碳排放权交易提速

P4

煤价创新低市场经济面临地方保护挑战

P5

蒙牛入主雅士利或引奶粉收购潮

P6

葛店房地产乱象葛洪花园五证不全也敢卖

维 c 银翘片屡遭质疑波及多家医药公司

P7

转基因食品安全性再遭质疑 专家建议慎食

深度 | Depth

P8

沃尔沃高调推出 S80L 或与福特握手言和

P13

选秀节目又一春收视奇迹能否再现

P14

新型城镇化拉动房地产投资

P16

数据造假股民买单“政策底”救 A 股前景渺茫

P21

杨福梅让慈善之果香飘世界

P22

全民娱乐足球谁的悲哀

P24

苏铭天广告巨头的膨胀与转身