

# 西门子通信电缆销售商

产品名称	西门子通信电缆销售商
公司名称	浔之漫智控技术（上海）有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:西门子 型号:交换机、通讯模块、通信模块 产地:德国
公司地址	上海市松江区广富林路4855弄大业领地88号3楼
联系电话	13564949816 13564949816

## 产品详情

西门子通信电缆销售商

西门子通信电缆销售商

为什么位于中国的企业的创新活动要以需要为导向？

根据徐亚丁的解释，西方国家因为多年的经济、技术发展，市场相对成熟，需求比较单一，主流技术占据统治地位。即使有一些不同于主流市场的需要，也可以通过改进主流技术来加以满足；但是中国等新兴国家不同地区、不同阶层的市场发展水平差异很大，相应的市场需求也就五花八门。这使得根据需求创新在一定程度上成为了如同西门子这样的制造业企业能否站稳中国市场的关键。

另外一个数据也证实了这一窘境：全国所有医院目前大概有两万台CT机和核磁共振机等大型医疗设备，但却只有6万人使用这些机器，平均每台3人，而且大部分操作者的学历和技术水平并不达标。而在国外，一台机器至少配备十名合格的医生。

这样的缺口为西门子创新提供了“需求”基础。在其中国研究院里，工程师们正津津乐道于一款在线学习软件——“常规技能在岗操练”。软件内含有大量以标准格式描述的、来自高端医院的常规病例。它能够让乡村医院、社区医院医生们以练习写标准病例的方式学习CT机的使用方法和处理与此相关的常规病例。

但卖软件绝不是西门子的WY目的。毕竟这家德国企业擅长的还是设备创新与制造。它Z终希冀的是以“教育”来敲开广袤的中国基层医疗市场的大门。事实上，除了这套用以代替基层医生电脑桌面上偷菜游戏的软件，西门子还开发出了一系列功能设置相对简单、价格也更易接受的CT机。此外，在深圳工厂，类似的高性价比创新产品，MAGNETOM ESSENZA磁共振系统，也刚刚突破1000台销量。

许国祯，西门子(中国)有限公司副总裁兼东北亚区企业传播总监，把“教育者”西门子定位为“行业内的iPhone”。他说：“西门子在很多领域都要教育客户消费者。告诉他们，你应该有这个需求。引导他

们去消费。”

现在，这套培训系统已经在两个县级医院、一个乡级医院和两个社区医院试用。西门子计划将它培育成熟后，不仅向基层医院推介，同时还将向上发展高端医院作为客户。另外一个意外之喜则是，原本只针对基层市场的双排及16排CT机和MAGNETOM ESSENZA磁共振系统推出后，在成熟市场竟也同样大受欢迎。目前，这些产品已经成为了西门子“区域全球化”（把区域市场的创新产品推向全球）的成功样板。这或许说明，多层次的需求不仅仅存在于中国。

## 创新的生态系统

西门子自称是一家“老实”的公司。这至少意味着两层意思：DY，处世遵守底线，不违规逾矩；第二，做事有板有眼，不急功近利。看起来，在创新上，它的确言行合一。

先看它的道德底线。在位于西安的西门子信号有限公司，我们听到了不止一个这样的故事：在地铁信号系统安装调试期间，客户为了加快项目进度，往往要求工程师直接在项目现场修改软件，并将直接将修改后的软件投入运行。但他们总是无一例外地遭到拒绝：因为倔强的西门子坚持任何涉及安全的软件修改必须在其测试中心进行全面的测试，通过测试后才能按照流程发布和投入运行。这样严苛的流程对西门子来说，意味着更多的时间和成本，但为了保证系统的安全和软件配置的可追溯性，它仍然宁愿“舍近求远”，循规蹈矩。

再来看它的德国基因：做事有板有眼。这就需要我们手选参考一下世界Z先进的创新地带——硅谷的模式。全世界一直在嚷着创新，但硅谷为何仅此一家？徐亚丁的解释是，发展于硅谷的公司来来去去，但硅谷的创新生态系统却从未改变。一个合格的创新系统包含以下几个构成部分：创新人才和技术、业务部门的支持，还有与本地企业的互动。此外，与Z终用户联合创新和与政府的关系维系也很重要。