

大学生 创新创业指导

主编 牟顺海 王海军 马秋林



现代教育出版社

大学生 创新创业指导

主 审 王金星
主 编 牟顺海 王海军 马秋林
副主编 姜友维 刘 进 张健建
张红梅
参 编 (以姓氏笔画为序)
马 明 王 朋 刘 强
李 森 何泓位 宋 霞
张 启 张 洁 周 斐
赵久英 胥 涛 徐善玉



现代教育出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

大学生创新创业指导 / 牟顺海, 王海军, 马秋林主
编. -- 北京 : 现代教育出版社, 2014.12

ISBN 978-7-5106-2587-9

I. ①大… II. ①牟… ②王… ③马… III. ①大学生
—职业选择—高等学校—教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 276423 号

大学生创新创业指导

主 编	牟顺海 王海军 马秋林
责任编辑	王春霞 荣 荣
封面设计	盛 坤
出版发行	现代教育出版社
地 址	北京市朝阳区安华里 504 号 E 座
邮政编码	100011
电 话	(010) 64244927
传 真	(010) 64251256
印 刷	廊坊市文峰档案印务有限公司
经 销	全国各地新华书店
开 本	787mm×1092mm 1/16
印 张	17
字 数	330 千字
版 次	2014 年 12 月第 1 版
印 次	2014 年 12 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5106-2587-9
定 价	49.00 元

版权所有 翻印必究

前言

当前，世界新一轮科技革命和产业变革正在孕育兴起，以科技创新、产业创新、商业模式创新、管理创新为主要内容的世界创新浪潮风起云涌，成为推动人类进步和世界经济增长的重要引擎，而人才是推动创新的决定因素和重要支撑。众所周知，人才的培育和成长摇篮在高校，新世纪新阶段，党和国家高度重视大学生创新创业工作，要求采取切实措施，以创业带动就业。努力做好大学生创新创业工作，尤其要做好大学生创新创业教育和指导工作，要普遍开设创新创业课，面向全体大学生开展创新创业能力素质培训工作。近年来，各高校在加强大学生创新创业教育、指导、服务和开展大学生创新创业实践等方面做了大量工作，也取得了一定成效，但这些成效还远远不够，挖掘的空间和潜力仍然十分巨大。

正是基于此，我们组织省内部分高校长期从事就业创业指导的一线教师、管理者，共同编撰了《大学生职业发展与规划》、《大学生就业认知与技巧》、《大学生创新创业指导》等系列教材。这是一套探索性教材，针对当前高校职业发展与就业创业指导教材偏理论、缺实践，偏说教、缺训练，偏普适、缺个性的特点，从职业规划，到就业指导，再到创业教育，分级推进，分类指导，各侧重点。力求让大学生在高校期间，通过系统学习、严格训练、强化提高，在思想认识，观念理念、行为举措等方面取得创新突破，使其就业和创新创业意识增强、观念更新、措施得当、效果明显，提升大学生就业创业综合素质，切实开创以创业带动就业的良好局面。

《大学生创新创业指导》创造性地将理论知识、案例分析、训练活动和测评技术结合起来，为授课教师创新教学方法、增强教学实效，为学生参与实践训练、检测学习效果提供了充足的原始素材和实用工具，充分体现了系统设计创新、结构体例创新、检测手段创新三大特色。

综观全书，我们还可以感受到它俊朗的文风、深邃的内涵和实用的技巧，也可以领略到编者教书育人、励志成才，传道解惑的全新理念和良苦用心。尽管该书有的地方还有待进一步锤炼提升，但总体来看，不失为一本既具探索性、更具创新性的好教材。它作为大学生创新创业指导研究的创新成果，必将为推进我国大学生创新创业指导工作迈上新台阶注入新的活力。

愿本书能真正发挥功效，成为教师创业指导教育的“教学之宝”，也成为大学生开启美好职业生涯、实现成功创业的“枕边之书”。

编者

二〇一四年十月

上编 创新篇

第一章 确立创新意识	2
第一节 何为创新	3
第二节 为何创新	13
第三节 创新意识	22
第二章 激发创意构想	30
第一节 何为创意	31
第二节 创意妙用	36
第三节 创意产生	42
第三章 培养创新能力	50
第一节 创新思维	51
第二节 创新技法	57
第三节 创新过程	63

中编 创业篇

第四章 创业基本素质	72
第一节 创业意识确立	73
第二节 创业素质提升	81
第三节 创业能力培养	91
第五章 创业机遇把握	101
第一节 研判情势	102
第二节 调研市场	110
第三节 选择项目	120

第六章 创业计划编制	129
第一节 创业计划内容	130
第二节 创业计划锤炼	138
第三节 创业计划评价	146

下编 实务篇

第七章 创业生涯规划	154
第一节 科学确立创业目标	155
第二节 深入分析创业要素	164
第三节 展开创业规划行动	171

第八章 创新创业实践	180
第一节 创新创业训练	181
第二节 创新创业实战	192
第三节 创新创业锤炼	204

第九章 创新创业政策法规	212
第一节 创新创业相关政策	213
第二节 创新创业相关法规	222
第三节 企业管理相关法规	228

附录	235
附录一：大学生创新训练项目申请书	235
附录二：大学生创业训练项目申请书	241
附录三：大学生创业实践项目申请书	247
附录四：大学生创新创业训练项目合同书	253
附录五：大学生创新创业训练项目中期验收报告	254
附录六：大学生创新创业训练项目结题报告	259
附录七：大学生创新创业训练项目延期结题申请书	263

参考书目	265
-------------	-----

后记	267
-----------	-----

上

编

创新篇



第一章

确立创新意识

创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力，是个人保持蓬勃朝气和昂扬锐气的力量源泉。创新意识不仅是衡量社会进步和民族文明程度的一个重要标志，也是当代大学生应该具备的基本素养与内在品质，是大学生实现自我价值的客观需求。传统高等教育体制下培养出来的大学生创新意识相对缺乏，往往不能满足现代社会的创新需求。因此，当代大学生应加强创新意识的培养，为打造我们的创新型国家做出贡献。

通过本章学习，你将能够：

1. 掌握创新的内涵和原则；
2. 认识创新的目的是意义；
3. 学会如何确立创新意识；
4. 评估自己的创新意识水平。



第一节 何为创新

人类所做的一切事物都存在创新，创新遍布人类生活的方方面面，如观念、知识、技术的创新，政治、经济、商业、艺术的创新，工作、学习、娱乐、衣、食、住、行、通讯等领域的创新。作为一种不断追求卓越、追求进步、追求发展的理念，创新展示了一种锐意进取的精神面貌和勇于探索的工作态度。现实生活中，创新一词屡见不鲜，那究竟什么是创新？如何创新？认识并掌握创新的内涵和方法，对大学生的学习、实践和将来的就业都具有极其重要的意义。

一、核心知识

（一）创新的含义

1. 创新无所不在

自从 20 世纪 50 年代进入英国消费市场以来，袋泡茶一直是方的。之后的三十多年中，没有一家公司试图改变它们的形状，直到 Tetley 公司开始研究“消费者对圆形茶袋会有什么反应”时，才有了变化。研究表明，消费者感到圆形袋泡茶使用起来更容易，另外每小包有 2000 个小孔适合更好地调制，茶汁能充分溶入沸水中。该公司还人性化地发明了带拉绳的茶包，方便将剩余的水分在杯口沥干，以免滴在家具和地板上。圆形茶袋问世后，Tetley 公司在英国袋泡茶市场上的份额由 15% 上升到 20%，并迅速向全球范围内扩张，发展成为世界上领先的袋装茶品牌和全球最大的茶叶品牌供应商之一。

对于企业而言，从长期来看，仅凭老方法是无法生存的，必须不断探索新的程序和技术，以满足顾客需求，夺取竞争优势，才能不被对手甩在身后。例如，麦当劳正在试验一项技术，把炸薯条的时间从目前的 210 秒缩短到 65 秒；谷歌公司研发的一款“拓展现实”眼镜，具有和智能手机一样的功能，可以通过声音控制拍照、视频通话和辨别方向，以及上网冲浪、处理文字信息和电子邮件等；Everpurse 把手提包变成移动电源，手机半天就没电的日子一去不复返；ProtoGeo 公司的 Moves 把你的 iPhone 变成计步器来追踪记录你走路、骑车和跑步的路线……现实中的创新案例，数不胜数。

2. “创新”概念的内涵

既然创新令人如此着迷，那么，究竟什么是创新？如何实现创新呢？

顾名思义，创新，即创造新的事物。中文“创新”一词，出现较早，不过，词意与现代不同，主要是指制度方面的改革、变革、革新和改造，与现在科学技术创新的内涵不同。《广雅》：“创，始也”，《魏书》有“革弊创新”，《周书》中有“创新改旧”的表述。和创新含义相近的词汇有维新、鼎新等，如“革故鼎新”、“除旧布新”、“苟

日新、日日新，又日新”等。

现代意义上的创新 (Innovation) 一词，原意有三层含义：第一，更新；第二，创造新的东西；第三，改变。进入 20 世纪，创新理论开始出现并形成。1912 年，奥地利经济学家熊彼特第一次把“创新”这个概念引入了经济领域。他提出“创新就是建立一种新的生产函数”，也就是把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的新组合引入生产体系。1985 年，被誉为“现代管理之父”的彼得·德鲁克提出，任何使现有资源的财富创造潜力发生改变的行为，都可以称之为创新。德鲁克认为，一项创新的考验并不在于它的新奇性、科学内涵，或小聪明，而在于推出市场后的成功程度，也就是能否为大众创造出新的价值。

2000 年，经合组织 (OECD) 在《在学习型经济中的城市与区域发展》报告中提出：“创新的含义比发明创造更为深刻，它必须考虑在经济上的运用，实现其潜在的经济价值。只有当发明创造引入到经济领域，它才成为创新”；2004 年，美国国家竞争力委员会向政府提交的《创新美国》计划中提到：“创新是把感悟和技术转化为能够创造新的市值、驱动经济增长和提高生活标准的新的产品、新的过程与方法和新的服务。”

由此可见，创新实际上是人的心理中创造性的成分，是发明或发现一种新的方式来处理某种事物的思维过程，是在已有的知识和经验的基础上进行想象，加以构思，进行新组合，发展新思想，发展新理论，以便产生某种新产品，或者以一种新的方式，解决前人未能解决的各种问题的能力。人类社会发展进步到今天，很大程度上是因为人类思想的更新和实践的推动。可以说，没有创新，历史就会停步不前。

随着创新理论的发展，“创新”向更为广泛的范围应用扩展，不仅包括科学研究和技术创新，也包括体制与机制、经营管理和文化的创新，同时覆盖自然科学、工程技术、人文艺术、哲学、社会科学以及经济和社会活动中的创新活动。在这些领域，“创新”一词所表达的内涵是其原词本义。

趣味故事

美国有一家生产牙膏的公司，产品优良，包装精美，深受广大消费者的喜爱，每年营业额蒸蒸日上。不过，业绩进入第十一年，第十二年及第十三年后，则停滞下来，每个月维持几乎同样的数字甚至有下滑趋势。董事会对近三年业绩表现非常不满，便召开全国经理级高层会议，以商讨对策。

会议中，有名年轻的经理站起来，扬了扬手中的一张纸对董事部说：“我有个建议，若您要使用我的建议，必须另付我 5 万元！”总裁听了很生气说：“我每个月都支付你薪水，另有红包奖励。现在叫你来开会讨论，你还另外要求 5 万元，太过分了！”“总裁先生，请别误会。若我的建议行不通，您可以将它丢弃，一毛钱也不必付。”年轻的经理解释说。“好！”总裁接过那张纸，看完后马上签了一张 5 万元支票给了那位年轻经理。

那张纸上到底写了什么呢？实际上，只有一句话：将现有的牙膏开口扩大 1mm。

总裁马上下令，牙膏全部更换新的包装。有员工不服气地问总裁，“这算什么创新？不就是一条小小的建议吗？没有什么技术科技含量？你给他这么不菲的奖励是不是被他骗了？”总裁反讥道：“这笔奖励发得值，你要是也能这么简单地解决销量停滞问题，为企业创造更多的利润，我也发你奖励。”试想，每天早上，每个消费者多用 1mm 的牙膏，每天牙膏的消费量将多出多少倍呢？这个决定，使该公司第十四年的营业额增加了 32%。

（二）创新的方法途径

创新者的能力是先天的还是后天的？看看爱因斯坦、亨利·福特，或者史蒂夫·乔布斯、马克·扎克伯格，似乎他们都天赋异禀。但深入思考，创新似乎更多是后天形成的，现实中有太多资质同样不凡的人，一生却无甚建树。乔布斯虽然是公认的天才创新者，但他并不懂技术，但这并不妨碍他引领创新的方向，因为他总是能发现创新的机会，然后交给其他技术人员予以实现。由此可见，创新是有迹可循的。既然如此，我们就可以发现其规律，并且源源不断地进行创新。以下三条原则可供参考：

1. 以需求为导向

斯坦福大学的学者在对美国和英国技术创新的来源分析后发现，来自生产需要的创新，在美国所占比例是 31%，在英国是 25%；而来自市场需求推动的创新，在美国所占比例是 47%，在英国是 48%。由此可以看出，市场需求已日益成为保证创新活动获得成功的更为重要的因素，一定程度上可以说“需求是技术创新之母”。

需求，指的就是有能力购买某个具体产品的欲望。举例来说，“听”这种需要，从过去的大空间——中国的编钟、西方的合唱团、人声，逐渐摆脱了空间限制——胶片机、收音机、卡式机，又逐渐摆脱了器物的体积限制——随身听、mp3。这其中不同的声音收录介质，解决了音质的问题，满足了一种对于感观的需求。很多产品在诞生之初甚至是不可想象的，而营销者需要通过种种努力在消费者中创造性勾勒出这一需求。

与此同时，更优秀的公司不仅仅是满足需求，更是通过创造需求，取得行业领先的水平。在苹果产品设计开发思路中，他们更加关注的是创造需求，而不是迎合需求。正如乔布斯所言：“消费者其实并不了解他们真正想要的是什么”，一款革命性产品，足以创造出消费者的需求，培养用户、引导用户开始使用这些产品。在平板电脑 iPad 发布之前，人们甚至不知道这样的产品能有何种用途，一些媒体甚至这样描述 iPad：“想象一下，一个像是蛋饼一样被摊开的 iTouch 将要问世。”然而，iPad 推向市场之后的短短几年间，整个 IT 界迎来了新的“本”时代，大有替代笔记本电脑的趋势。

2. 从小处思考

谈起创新，许多人觉得这个词太高不可及，离自己太遥远，仿佛创新只是科学家的工作。其实，恰恰相反，创新往往可以从小细节入手，日常工作中的小发明创造同样可以带来大效益。

彼特·德鲁克曾写道：“有效创新都从小处开始，而并非宏伟壮阔。”他说得很对。

哪怕一个点子再怎么小，只要一丝不苟地追求下去，价值也会比浮夸不实、哗众取宠的东西要大得多。放眼看看许多大公司，毫无例外地，都出身平凡乃至卑微。微软专注于曾被 IBM 视为鸡肋的软件业务上，而成为世界上最有价值的公司。苹果之所以能靠个人消费型计算机 Mac 震动业界，很大程度上是利用了全球最大数字与信息技术产品生产商 Xerox 忽视了的创新技术。从小处思考的好处之一就是你经得起失败，摔了跟头，站起来，拍拍尘土，再试一次，最后你终究会成功。

同样，创新也不一定只是聪明人的“灵光乍现”或“缪斯的宠儿”，而完全可以成为“普通人的工作”，是机会的发现。1904 年，美国人艾伯特·帕克霍斯在工作期间，看到挂衣服太多的挂衣钩后，他突然灵光一闪，拿起一根铁丝，制成我们现在使用的衣架。这些成功案例告诉我们，创新要从细节开始，创新就在我们身边，就是工作中的每一个细节，把每一个细节做到极致就是创新。细节的创新，可以达到对整个企业发展状况的持续改善，从而获得巨大的成效。虽然每一个细节看上去都很小，但是积累起来就会发生“质变”，创造出完全不同的更好的产品或服务。

3. 多角度创新

我们容易把创新者想象成是独自立于高山之巅的人，他会从山上下来，向世人宣告所得到的启示，但事实是，重要的突破通常来自各个领域知识的集合。通过组合实现创新，是一种极为常见的创新方法，目前，大多数创新的成果都是通过采用这种方法取得的。

组合创新的形式包括：

(1) 功能组合：把不同物品的不同功能、不同用途组合到一个新的物品上，使之具有多种功能和用途。如按摩椅就是按摩功能和椅子功能的结合体，具有计算功能的闹钟也是一种新的组合。

(2) 意义组合：这种组合功能不变，但组合之后赋予了新的意义。比如，在文化衫上印上旅游景点的标志和名字，文化衫就变成了具有纪念意义的旅游商品。同样，一本著作有了作者的亲笔签名，其意义也会不同。

(3) 构造组合：把两种东西组合在一起，它便有了新的结构和新的实用功能。比如，房车就是房屋与汽车的组合，它不仅可以作为交通工具，还可以作为居住的场所。电脑桌也是一种构造组合的结果。

(4) 成分组合：两种物品成分不相同，组合在一起后，就构成了一种新的产品。比如，柠檬和红茶组合在一起，就开发出了柠檬茶。调酒师调制鸡尾酒采用的也是一种不同的成分组合。

(5) 原理组合：把原理相同的两种物品组合在一起，产生一种新产品。比如，将几个相同的衣服架组合在一起，就可构成一个多层挂衣架，以分别挂上衣和裤子，从而达到充分利用衣柜空间的目的。

(6) 材料组合：不同材料组合在一起，不仅可以改善原物品的功能，还能带来新的经济效益。比如，现在电力工业使用的远距离电缆，里面的芯用铁制造，而外层则

用铜制造，由两种材料组合制成的新电缆，不仅保持了原有材料的优点（铜的导电性能好，铁硬不下垂），还大大降低了输电成本。

趣味故事

20 世纪初，埃尔·迪克森太太刚结婚，常在厨房切着手或烫着自己。埃尔·迪克森在一家生产外科手术绷带的公司里工作，他很快就能熟练地为太太包扎，而且成了专家。他想，要是能有一种自己能包扎的绷带，在太太受伤而无人帮忙时，就不用担心自己包扎不了了。

迪克森试了许多不同布料盖在胶带上面，期望能找到一种需要时就能揭下来的材料。他拿了一条纱布摆在桌子上，在上面涂上胶，然后放到绷带的中间，把纱布和绷带连在一起，但试了好多次，效果都不好，一来这粘胶暴露在空气中时间长了就会干，二来黏合性不好，后来，迪克森干脆把绷带改成了胶带，然后把纱布贴在上面。后来，他又想到，这个东西目前只能包扎，并不能更快地止血，他就把纱布浸泡在能止血的药物液体里，一段时间过后拿出来，再把它粘到胶带上……

经过不断地改进，最初的“创可贴”便诞生了。一开始，迪克森把它叫做“即时药布”，公司的主管凯农先生将它命名为 Band-Aid（邦迪）。Band 指的是绷带，而 Aid 是帮助急救的意思。迪克森发明的这种备好的绷带，使美国强生公司发达起来。现如今，这种简单实用、能够包扎小创口的东西很快进入各个家庭，成为家庭生活的必备品。可以说，这项小小的发明给世界带来了极大的方便。

（三）创新与创业

虽然创业与创新是两个不同的概念，但是两个范畴之间却存在着本质上的契合，内涵上相互包容，实践过程中互动发展。

1. 创新是创业的基础，而创业推动着创新

从总体上说，科学技术、思想观念的创新，促进人们物质生产和生活方式的变革，引发新的生产、生活方式，进而为整个社会不断地提供新的消费需求，这是创业活动之所以源源不断的根本动因；另一方面，创业在本质上是人们的一种创新性实践活动。无论是何种性质、类型的创业活动，它们都有一个共同的特征，那就是创业是主体的一种能动的、开创性的实践活动，是一种高度的自主行为，在创业实践的过程中，主体的主观能动性将会得到充分的发挥和张扬，正是这种主体能动性充分体现了创业的创新性特征。

2. 创新是创业的动力与源泉

经济学家熊彼特曾提出，“创业包括创新和未曾尝试过的技术”。创业者只有在创业的过程中具有持续不断的创新思维和创新意识，才可能产生新的富有创意的想法和方案，才可能不断寻求新的模式，新的思路，最终获得创业的成功。

3. 创新的价值在于创业

从一定程度上讲,创新的价值就在于将潜在的知识、技术和市场机会转变为现实生产力,实现社会财富的增长,造福于人类社会。而实现这种转化的根本途径就是创业。创业者可能不是创新者或发明家,但必须能发现潜在的商机和敢于冒险;创新者也并不一定是创业者或企业家,但是创新的成果则是经创业者推向市场,使其潜在的价值市场化,创新成果也才能转化为现实生产力。这也侧面体现了创新与创业的相互关联。

4. 创业推动并深化创新

创业可以促使新发明、新产品或新服务的不断涌现,创造出新的市场需求,从而进一步推动和深化各方面的创新,进而提高企业或整个国家的创新能力,促进经济的增长。

由此可见,创业与创新二者相互相关、密不可分,二者的联合对于解决我国目前就业问题至关重要。由于创新与创业的密切关系,高校在创新教育与创业教育中应该相互渗透融合,弘扬创新创业精神,健全创新创业机制,完善创新与创业的环境,加强产学研结合,加强创新与创业的交叉渗透和集成融合,不断在实践中摸索,推动社会的可持续发展。

趣味故事

有个年轻人来到一家石油公司上班,每天的工作就是检查石油罐盖焊接好没有。这是公司里最没出息的工作,大家都不愿意干这件事。上班第一天,他找到经理要求调换工作。可是经理说:“不行,别的工作你干不好。”

年轻人只好回到焊接机旁,继续检查那些油罐盖上的焊接圈。既然好工作轮不到自己,那就先把这份枯燥无味的工作做好吧!

后来,他发现了一个小小的细节:焊接好一个石油罐盖,一共要用 39 滴焊接剂。

为什么一定要用 39 滴呢?在他以前,已经有许多人干过这份工作,但从来没有人想过这个问题。他开始认真测算试验,结果发现,焊接好一个石油罐盖,只需 38 滴焊接剂就足够了。他非常兴奋,立刻为节省一滴焊接剂而开始努力工作。

原有的自动焊接机,是为每罐消耗 39 滴焊接剂专门设计的,用旧的焊接机无法实现每罐减少一滴焊接剂的目标。他开始研制新的焊接机。经过无数次尝试,他终于成功了。他就是靠着这一滴的成功每年为公司创造了 5 万美元的价值。

他就是后来的石油大王洛克菲勒。

二、经典案例

点石成金的人：零成本办奥运

1978年，美国洛杉矶获得了主办1984年奥运会的资格，在决定组织人选时，尤伯罗斯有幸被选中了。尤伯罗斯的机会就这样来了，他欣然接受任命，担任第23届奥运会组委会主席。

可是，刚一上任，他就发现组委会几乎是个空壳子，既没有办公室，也没有办公用具，银行里也没有账号，一切都是零。尤伯罗斯自己拿出100美元^①，在银行立了户头，又租下一所房子作为组委会临时办公之用。两个月以后，他们才在库尔汉大街的一处由厂房改建的建筑物里正式落下脚。

一开始，许多人都为尤伯罗斯捏了一把汗。因为在这以前，历届奥运会举办的历史都证明，对一个国家一个城市来说：举办奥运会的确是一种光荣，但同时也是一场灾难，一场财政上的灾难。洛杉矶在1932年曾经举办过一次奥运会，那种大规模的浪费使得巨额亏损几乎无法避免。

经过深思熟虑，尤伯罗斯决定一改以往的做法。他采取了一个最省钱又直接的方法：由赞助者提供各个项目最优秀的设施，而赞助者得到的是无与伦比的最佳宣传效果。通过这一举措，尤伯罗斯将大众举办奥运会的热情鼓动了起来，由此树立起奥运会的精神支柱：将举办奥运会与社会经济生活连接起来。此举获得了众多企业的经济支持。

那些企业主们也都很清楚这样的宣传机会十分难得：世界性的盛会，借助现代新闻媒介、电视转播，可以将他们的产品介绍到全球的每一个角落。所以，尽管尤伯罗斯将价码提到不得低于500万美元，并对一些商业广告的范围、区域做了些硬性规定，但那些巨头们还是纷至沓来，都想抢先争取到最热门运动项目的赞助权。到后来，尤伯罗斯不得不按5:1的比例，来确定到底由谁赞助，就这样定下了23家赞助公司。

敢于创新的尤伯罗斯大胆地打破了一个奥运史上久已形成的惯例：以前，无论是广播还是电视转播体育节目一向都是不收费的，而自这一届奥运会起开创了买卖体育节目转播权的先例。经过反复协商与谈判，尤伯罗斯终于以2.5亿美元的高价与美国国际广播公司达成协议。另外，他还分别将转播权卖给了其他国家和地区，收入达7000万美元。

就这样，1984年7月举办的第23届奥运会取得了巨大成功，规模和盛况超过了以往任何一届。奥运会结束后，一系列数字证明了尤伯罗斯的巨大成功。他没有用美国政府一分钱，却赚得盆满钵满。除去一切开支，最后盈利1.5亿美元。

第23届奥运会已经过去多年了，但人们不会忘记在那次奥运会气势壮观的闭幕式上，国际奥委会主席萨马兰奇给尤伯罗斯佩戴象征着奥林匹克最高荣誉的金质勋章的

^① 钟舫. 奥运会的好管家尤伯罗斯. 北京体育, 1984年第3期.

镜头，它将永远铭记尤伯罗斯为世界奥运史所做的开创性的贡献。

困境有时也是机会，机会与现实结合，就会产生创新，尤伯罗斯为我们展示出创新的典范。尤伯罗斯缔造的商业奥运奇迹，改变了以往奥运会赔本的历史，打破了奥运会“非商业化”的规则，首创了奥运会商业运作的“私营模式”，在没有政府资助的情况下，创造了1.5亿美元的盈利，把奥运会变成了人见人爱的“摇钱树”，也将只亏不赚的奥运会从没人敢要的烫手山芋变成了香饽饽，开启了竞技体育竞相与商业挂钩的大潮。尤伯罗斯书写了奥林匹克永恒的传奇，成为美国人心目中开拓者的代表形象，成为年轻人崇拜的创新英雄。

三、基本训练

一分钟创新思维训练

活动目的：培养大学生创新思维

活动步骤：

第一步：游戏准备

教室内学员若干，每人面前的桌子上放上纸、笔。

第二步：游戏规则

指导老师出说第一个词汇，大家由此快速展开联想，在纸上快速写出联想到的词汇，比如，大海——鱼——渔船——天空……在一分钟内联想到的词汇越多越好。

第三步：分享与分析

1. 指导老师让5位学员把自己的答案写在黑板上，以第一个词汇“电”为例，可以联想到：

- (1) 电——电话——电视——电线——电灯——电冰箱——食品——鸡蛋……
- (2) 电——闪电——雷鸣——暴雨——彩虹——太阳——宇宙——外星人……
- (3) 电——能源——石油——战争——伊拉克——美国——科技——强大……
- (4) 电——危险——机遇——成功——能力——艺术——自然——规律……
- (5) 电——风筝——节日——情人——红豆——袁隆平——荣誉——军人……

2. 同学们点评：上述5个答案，哪个属于思维跳跃度比较大的，哪个是思维跳跃度比较小的？

很明显，以上5个答案中，第一组联想词中，词与词之间的联想难度最小，基本上所有的人都能理解。而第五组联想词中，词与词之间的联想难度比较大，作为旁观者，需要思考一下才能弄清楚它们之间是如何联想在一起的。比如，“电——风筝”这两个词是如何联想在一起的，一般人很难想到。

3. 请写出这组联想词的学员为大家解释。

第四步：指导老师继续指导大家，完成以下三个游戏

1. 杯子——()——()……(15个联想词/1分钟)

- 2. 请分析鸡蛋和宇宙有哪些联系?(10 个联系/3 分钟)
- 3. 请分析管理和绘画有哪些相同之处?(10 个相同点/3 分钟)

第五步：总结

世界处于普遍联系之中。正如爱因斯坦所说：“即使是为了得到问题的部分解决，科学家也必须搜遍漫无秩序出现的各种事件，并且用创造性的想象力去理解它们。”通过跳跃性、举一反三的联想思维训练，了解创新意识并学会应用。跳跃联想的跨度越大，思维的速度和灵活性越佳，创新意识越强。

四、综合测评

(一) 测评内容

创新能力测试^①

下面是 10 个题目，如果符合你的情况，则回答“是”，不符合则回答“否”，拿不准则回答“不确定”。

- 1. 你认为那些使用古怪和生僻词语的作家，纯粹是为了炫耀。()
- 2. 无论什么问题，要让你产生兴趣，总比让别人产生兴趣要困难得多。()
- 3. 对那些经常做没把握事情的人，你不看好他们。()
- 4. 你常常凭直觉来判断问题的正确与错误。()
- 5. 你善于分析问题，但不擅长对分析结果进行综合、提炼。()
- 6. 你审美能力较强。()
- 7. 你的兴趣在于不断提出新的建议，而不在于说服别人去接受这些建议。()
- 8. 你喜欢那些一门心思埋头苦干的人。()
- 9. 你不喜欢提那些显得无知的问题。()
- 10. 你做事总是有的放矢，不盲目行事。()

(二) 测评方式

题号	“是” 评分	“不确定” 评分	“否” 评分
1	-1	0	2
2	0	1	4
3	0	1	2
4	4	0	-2
5	-1	0	2
6	3	0	-1
7	2	1	0

① 本量表未做信、效度检验，评估结果仅做参考。