

王健

王健等著

王者的智慧

The Wisdom of the Winner

新经济时代的创新思维方法

这个世界既不是有钱人的世界，也不是有权人的世界，它是有“新”人的世界。这才是王者的智慧。

山西出版集团

山西出版集团

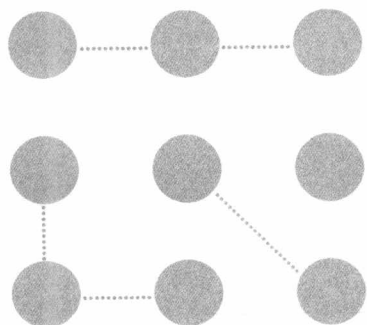
山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

王健等著



王者的智慧

The Wisdom of the Winner

新经济时代的创新思维方法

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团

山西出版集团
山西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

王者的智慧：新经济时代的创新思维方法 / 王健等著.
太原：山西人民出版社，2008.3
ISBN 978-7-203-06057-4

I.王… II.王… III.创造性思维—思维方法 IV.B804.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 029892 号

王者的智慧——新经济时代的创新思维方法

著 者：王 健 等

责任编辑：赵 宏

选题策划：北京汉唐阳光

装帧设计：思想工社

出 版 者：山西出版集团·山西人民出版社

社 址：太原市建设南路 21 号

邮 编：030012

电 话：0351-4922220 (发行中心)
0351-4922235 (综合办)

E-mail: fxzx@sxskcb.com

web@sxskcb.com

Renmshb@sxskcb.com

网 址：www.sxskcb.com

经 销 者：山西出版集团 山西新华书店集团有限公司

承 印 者：北京市通州兴龙印刷厂

开 本：787mm × 1092mm 1/16

字 数：360 千

印 张：22.125

印 数：1-5000 册

版 次：2008 年 3 月第 1 版

印 次：2008 年 3 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-203-06057-4

定 价：38.00 元

版权所有 侵权必究

财富不在自己的口袋里，而在人们对你的记忆中。对一个人而言，再多的财富也是身外之物。我们的今天是由昨天决定的，我们的未来在现在。我坚持认为，做一百个第二不如做一个第一，第一会让人们记住，会产生王健老师提出的巨大的优势富集效应。

——中国工业经济联合会主席团主席、恒源祥集团董事长 刘瑞旗

中国的企业已经到了一个新的关头，智慧资源是我们继廉价土地和劳动力之后能发掘的最后一座金矿。王健老师在我们东方希望做了四次演讲，给我们留下了深刻的印象。我希望本书能带给更多企业以创新的启迪，把创新作为中华文明复兴的真正动力。

——CCTV 中国经济年度人物、东方希望集团董事长 刘永行

中国的企业要持续发展，中华人民共和国要成为世界强国，最重要的环节是提升国民素质和企业家的创新能力。王健老师的创新思维讲座给我留下了深刻的印象，希望每一个有责任心的中国人都能从中得到启迪。

——管理教育大师、慧泉（中国）国际教育集团总裁 余世维

“每一个生命都是一个奇迹，每一条小路都是一种可能”，“每一片落叶都有自己的理由”……王健教授深入人心

的演讲像雨露一样催生了我生命的春天，这就是我为什么连续十次跟听王老师课的原因，他有一种改变人生的力量。

——清华大学“总裁卓越领导”第一期学员 徐淑国

收获要比想象的多得多，原想来这里（王健老师的讲座）看一看，没想到收获这么多，王健老师讲授的“优势富集理论”，强烈震撼了我，企业的创新发展永无止境。

——浙江威力锻压机械有限公司员工 董铭

王健老师举了很多事例。影响最大的莫过于给我们一条新的思路，换个角度，也许我们的路会越走越宽。好比是我们要过河去对岸摘桃子，桃数有限，只有一根独木桥连接两岸，想过的人又很多，如此情况下，一味地排队等待，并不是最佳的方法，也许等我们能过河时，桃子已经没有了。但是我们如果坐船走水路，在别人等待的过程中，也许已经把满筐的桃子运回来了。

——一位网名是“心事新说”的网友的博文

本人有幸在我们铁岭广电大厦聆听到了我国著名的创新思维研究者和传播者——王健教授的精彩报告，实在难得有这样的机会啊。真是人外有人、天外有天啊！我听过许多专家教授的报告，但是有王老师这样水平的真是不多，不拿讲稿，声情并茂，举止潇洒，抑扬顿挫，思维如流水。我是很有收获！

——一位名叫赵德远的网友的博文

创新——我们别无选择

1605年是科技时代的黎明时刻，英国哲学家弗朗西斯·培根向人们预言：“凡不应用新良方者，必将遇到新的邪恶，因为时间是最伟大的创新者。”

大约400年后，在一个可以预期的更伟大时代的黎明时刻，先哲的声音如洪钟大吕回响在我们耳边，哪一个民族再敢错失又一次千载难逢的历史良机？

这是又一个狂飙突进的时代，这是一个需要巨人而且肯定会产生巨人的时代，这是一个欢欣鼓舞与捶胸顿足、生存与死亡、天堂与地狱同时并存的时代，岩浆正在聚集，新的造山运动正在开始。

这个时代最重要的关键词也许只有两个字——创新。

创新是历史发展的引擎

究竟是什么引领人类走出洞穴从此告别其他动物？究竟是什么让人类从树上下来，坐在开着空调、播放着音乐的咖啡屋里？当我在IBM手提电脑前打下这一行字时，不得不感叹，在这黑色的、可触可摸的怪物背后究竟隐藏着一种什么样的力量？历史是怎样一步步走到这儿的？马克思说：“自然界没有创造出任何机器，没有制造出机床、铁路、电报、走锭精纺机等等。它们是人类劳动的产物，是变成了人类意志驾驭自然的器官或人类在自然界活动的器官的自然物质。它们是人类手创造出来的人类头脑的器官，是物化的知识力量。”^①

^① 《马克思恩格斯全集》，第46卷下册，第219页

在公认的“劳动”和“手”创造历史的哲学解释背后，也许还存在着一种更为深刻的精神驱动力。原始人类敲打第一块石片和我们今天在电脑键盘上敲击字母所用的同一种工具——手，也许并没有发生多大的革命，但历史却已沧海桑田。

从石片到电脑键盘，人类走过了无数历史细节，除了“勤勉”和“组织”，连结所有细节的是一种强大的“累加”力量。换句话说，人类历史中存在着一种渐进然而却又非常稳定的潮流——知识和物化的知识随时间而“累加”。牛顿一生的经验被提炼为几条原理，累加到一个普通中学生的大脑中，经验变成了“维他命”，一口就吞了。

这就带出了一个本体性的问题：决定“累加”的是什么？

我们知道，人与猴子的最大差别是：人的经验可以累加从而引起质变，而不是简单的重复。那么，在累加过程中不断发展的经验和知识系统究竟加进了什么？什么是发展？上个世纪最伟大的经济学家之一熊彼特认为，经济的发展：

是从内部产生的这样一种变化，那就是，它这样来代替这种体系的均衡点，从而新的均衡点不能从旧的均衡点以许多无限小的步骤去达到。你不管把多大数量的驿路马车或邮车连续相加，也决不能从而获得一条铁路。^①

也就是说，只有一种异质的加入，经验和经验之间的累加才具有了递进性。人类正是依靠这种递进性才获得了不同于其他动物的大前提。这种“异质”的另一个名称就是——创新。

的确，在人类的起源和文明的发展过程中，我们需要土地、阳光和汗水，然而，真正让我们摆脱饥寒交迫的却远不是这些有形的物质资源，而是深藏在我们灵魂中的创新意识和与时俱进的创新能力。物质与精神，究竟是什么在实际地推进历史？1997年美国发射的“探路者”登上火星，其精确程度达到以毫秒计算，误差率不超过万分之一，传回的照片其清晰度也比21年前发射的“海盗”号要提高10倍，而其成本只有“海盗”号的五分之一。^②于是我们直观地看到了知识、科学、创新在历史演进中的主体作用。换句话说，巨大的效益主要来自于不断累进的知识和建立在这一

① 熊彼特：《经济发展论》，商务印书馆，1990，第75页

② “探路号”只花了近2亿美元，而“海盗”号耗资达10亿美元

基础上的伟大智能。所以马克思才会斩钉截铁地说：“随着工业的发展，现实财富的创造较少地取决于劳动时间和已耗费的劳动量……相反的却取决于一般的科技水平和技术进步，或者说取决于科学在生产上的应用。”^①

这样我们就看到，“经济发展”实际上是熊彼特所说的“一个体系内部所发生的一种经济变化，即一种生产方法的新组合，而这种新组合是由创新引起的一个动态的质变过程”。而所谓的创新，熊彼特理解为五种情况：a. 采用一种新的产品——也就是消费者还不熟悉的产品——或一种产品的一种新的特性。b. 采用一种新的生产方法，也就是在有关的制造部门中尚未通过经验检定的方法，这种新的方法决不仅是建立在科学领域里的新发现的基础之上；而且也可以存在于商业上处理一种产品的新的方式之中。c. 开辟一个新的市场，也就是由有关国家的某一制造部门以前不曾进入的市场，不管这个市场以前是否存在过。d. 掠取或控制原材料或半制成品的一种新的供应来源，也不问这种来源是已经存在的，还是第一次制造出来的。e. 实现任何一种工业的新的组织，比如造成一种垄断地位（例如通过托拉斯化），或打破一种垄断地位。总的来说，就是“实现生产要素的新组合”。^②

这样我们就看到，曾经令许多经济学家担心的事，即随着人口的不断增长，土地和稀缺能源、金属矿物资源所带来的利润的不断减少，经济增长将被遏制……这些悲观的预见，已经被深藏在人类头脑中的更伟大的资源——创新所推翻。微软公司除了漂亮的办公大楼和咖啡，并没有耗用多少自然资源，然而，它却“仿佛从地下唤起了巨大的生产潜力”，人们做梦都不曾想到“如此巨大的生产能力潜伏在社会劳动里”，在惠泽世界的同时，微软也拿到了丰厚的利润。所以舒尔茨说：“空间、能源和耕地，并不能决定人类的前途，人类的前途将由人类才智的进步来决定”。因为“经济增长并不是由于资本、劳力等生产要素的增加所引起的植物性增长，而是创新所引起的增长”。（熊彼特）

从某种意义而言，一切征服都是精神性的，美国知识产权的出口额早在1999年就已达到370亿美元，超过飞机或通讯设备的出口，麦当劳和肯德基征战全世界的绝不是有形的鸡肉、面包和微笑，而是物质背后的标准、流程和品牌。

① 《马克思恩格斯全集》，第46卷下册，第217页

② 殷凤：《卓尔不群的创新者》，河北大学出版社，2001，第51页

新经济时代的生存模式——创新型组织

如果说“学习型组织”是20世纪后半叶为了适应知识经济时代的到来而创建的新的组织形式的话,那么,在21世纪——一个更为壮阔的新经济时代,创新型组织的建立将会成为不可阻挡的历史潮流。

1. 创新型组织出现的历史必然性

一个无可争辩的事实是,人类文明的加速期已经到来。大约50万年前,人类找到了火并且开始了直立行走;大约25000年前,人类开始使用语言并学会栽培植物和蓄养动物;大约10000年前,人类进入农耕时代,艰难地度过了蒙昧时期和野蛮时期;大约250年前,人类开始了轰轰烈烈的工业革命,文明时代的序幕拉开,人类进入了机器和电子时代;大约50年前,第二次工业和技术革命开始,人类进入了原子时代;大约20年前,第三次科学技术革命开始,人类进入了知识经济时代。

随着网络和电子商务时代的来临,人类生产和交换方式将又一次发生革命性变化,与此相适应,经济形式也将发生新的质变,知识经济正在向更高形式的经济——“智慧经济”转换。

今天,我们正处在一场大变革的前夜,人类自身所创造的网络空间正在彻底重塑人类社会的空间,电子商务正在打破一切经济领域的“封建割据”,人类的生存空间正在被重新定义。在信息世界里,全世界有将近10亿个入口可以让人们随时踏上高速公路,进行精神上的“十字军东征”。知识洪峰时代的到来和由网络技术导致的信息交易成本的降低将使每一个人成为一个真正的创新主体,仅仅是一个“成交方式的闪念”,仅仅只有20多年时间,就使“戴尔”们成就了恺撒般伟大的帝业。在一个“赤脚不怕穿鞋的”时代,一个普通的电脑黑客竟然拥有着可能征服整个世界的激动。社会的信息化正在从骨子里改变着我们的生活方式和生活态度。

在宏观上,新的困惑也正在出现,金融巨头索罗斯在瑞士“世界经济论坛”上无奈地说:“冷战后形成的世界体系如政治上的联合国、金融上的世界银行和国际货币基金组织、贸易上的WTO已经无法适应日益爆炸而走向全球互动信息化的今日世界之需要”,旧秩序正面临前所未有的考验。

于是,一种新的文明构造正在形成,一种新的、以“智慧”为中心的经济生态正在崛起。如果说知识经济是以知识为中心的资源配置经济的话,那

么，智慧经济在本质上，就是以智慧为中心，对一切资源进行最优化配置的经济。知识和智慧的最大区别在于：知识是死劳动，是过去时态和完成时态的劳动；智慧则是活劳动，是现在进行时态的劳动；知识可以传递、复制和模仿；智慧在本质上需要的是创新。

在工业和复制的时代，知识是一切价值的中心，“知识就是力量”（培根）是这个时代的最强音，一切以知识为核心的资源整合能达到效益的最大化。

在新经济时代，智慧是一切价值的中心，“智慧才是真正的力量”（布朗基）将成为一种新的价值标准。一切资源（包括知识资源）将以智慧为核心重新整合，所有的技术、资金、人力、专业知识都将以“点子”、“战略策划”等为核心进行新的配置。

在智慧经济时代，企业将从寻找稀缺资源进化到寻找“稀缺智力”，从挖掘人力资源、财力资源向挖掘“智力资源”过渡。

因此，一切迹象表明，整个社会将可能从以知识为中心的组织形式向以智慧为中心的组织形式过渡。适应这一历史性转换，全社会在“学习型组织”的基础上将会逐渐形成一种全新的组织形式——创新型组织。

2. 企业是创新型组织的主体

熊彼特创新理论的核心是“企业家精神”。一个真正的企业家，不管他有什么样的功利目的和伟大的道德抱负，在熊彼特眼里只有一个衡量标准——用创新来寻求垄断利润。垄断一旦形成，经济生活的简单平衡就被打破，新一轮资本运动便开始。

尤其重要的是，创新先发生于个别企业，因而可以产生垄断利润和超额利润。而利润和垄断利润的出现，打破了经济生活的“循环流转”，使静态的经济成为动态的经济，使简单再生产的静态均衡变成动态均衡，从而使经济生活进入资本主义经济发展过程。可见，创新是经济发展和资本主义产生的关键。^①

如果说，熊彼特的理论只是对资本主义上升阶段某一特定过程分析的话，那么，进入21世纪，创新就已经成了企业家生死存亡的关键。美国《财富》杂志2001年最新统计：企业家成功的经验：“第一是创新，第二是创新，第三还是创新。”

^① 殷凤：《卓尔不群的创新者》，河北大学出版社，2001，第51页

既然创新已经成为一个企业生死存亡的关键，那么，在企业内部建立起以创新为核心价值的组织形式——创新型组织就将是直接最经济的管理模式。马克思说：“一切创造力都需要表现这种力量的场所，需要从它所引起的反应中吸取进行新的创造的力量。”^①

一个系统（社会或者企业等）能否产生持续的创新能力，能否激发起系统内每一个成员发自内心的创新需要，能否将所有资源以是否有利于创新产出进行最合理的配置，能否形成一个有机的创新整体，关键取决于能否出现一种有利于创新的制度安排，从而达到一种外部制度与人的内在创新要求的适配性。

在这方面，中国著名企业海尔集团正进行的尝试是有意义的，正如张瑞敏所强调的：

管理的国际化不是管理模式的国际化，而是人的国际化。把人变成企业有价值的资产，使人能够成为创新的资源。员工的创新是企业最有价值的资产。管理的本质不在于控制员工的行为，而在于给员工提供创新的空间。所以我认为企业的每一个人应该在开放的系统中创新，这与不同历史阶段的国际化管理是有区别的。我们今天的管理国际化应该是在一个开放的系统，使每个人有一个创新的空间，换句话说每个人都要成为一个SBU（策略事业单位，即自主创新的主体）。

当然，海尔还没有真正建立起严格意义上的“创新型组织”，因为创新型组织也将像学习型组织一样，应该有一整套严密的制度体系，从企业理念到核心价值，从企业文化到员工精神，从绩效考评到奖惩制度，从员工创新培训到视觉传达设计等一切元素，将完全以创新为主体重新设计。其最终目的，是创造出一个新的组织形态，从而在企业内部，接着在行业之间，最后在全社会最有效地动员一切创新资源，实现创新效益的最大化，并以此促进社会的进步，因为“创新是一个民族进步的灵魂”。

20世纪40年代末，IBM预言全世界只需5台电脑，可现在我们一个办公室就有6台；20年前，比尔·盖茨曾出口狂言“640兆内存就足够满足任何要求”，今天，对一个好胜心强的中学生来说，640兆的内存已经太委屈了。这个世界已经面目全非了。

杰克·韦尔奇在即将结束GE公司CEO生涯的最后一次演讲中，几乎是

^① 梅林：《马克思传》，人民出版社，1965，第281页

充满恐惧地说：

这将成为一个全新的游戏：你闻所未闻的变化正在以你闻所未闻的速度进行着。

这也正如CA软件公司总裁王嘉廉所预言的：

我相信我们正处在一个新世界的开端。

有理由相信，从现在开始，10~20年时间里，将可能进入人类历史上最激动人心的时代，也许我们将会面临一个完全陌生的文明。所有的准备也许都是多余的——除了思维方式。

王健

目 录

评论选摘

序言：创新——我们别无选择

第一篇 创新, 新经济时代中的后坐力

第一章 创新思维概述	3
一、创新的含义与类型	3
1. 创新的含义	4
2. 创新的类型	4
二、创新活动的过程及其模式	7
1. 华莱士 (G · Wallas) “四阶段论”	7
2. 艾曼贝尔 (T · Amabile) 创造性活动过程模式 ..	7
3. 邓克 (K · Duncker) 的创造模式	8
三、创新活动的外部条件	9
1. 社会文化环境	9
2. 教育环境	11
3. 科技学术环境	13
第二章 创新主体特征	15
一、智力	16
二、认知	19
1. 问题解决和推理	19
2. 判断和决策	23
三、人格	26
1. 天真好奇	27
2. 自信独立	28
3. 专心致志	28
四、动机、情绪及知识	29
1. 动机	29
2. 情绪	32
3. 知识	34

第二篇 创新,去敲碎束缚思维的壁垒

第三章 偏见思维 41

一、偏见的类型 44

1. 经验偏见 44

2. 利益偏见 46

3. 位置偏见 46

4. 文化偏见 48

二、偏见的心理机制 49

1. 心理期待 49

2. 心理归纳 51

3. 心理图式 53

三、正确对待偏见 56

1. 偏见的不可超越性 56

2. 正确对待偏见 57

第四章 惯性思维 60

一、惯性思维的表现形式 61

1. 强势惯性 61

2. 前提惯性 62

3. 语境惯性 63

4. 群体惯性 63

二、惯性思维的误区 65

1. 线性思维 65

2. 模式化思维 67

3. 惰性思维 68

第五章 权威思维 71

一、权威思维的表现形式 72

1. 有形权威 73

2. 无形权威 77

二、克服权威思维障碍 80

1. 正确认识权威思维 81

2. 学贵有疑——要有质疑思维 84

3. 要有实践精神 87

第三篇 创新,激活思维中沉睡的因子

第六章 发散思维 93

一、发散思维与创新 93

二、发散思维的形式 96

1. 结构发散 96

2. 因果发散 98

3. 属性发散 100

4. 关系发散 100

5. 功能发散 102

三、发散思维是一种生存态度 103

1. 一支铅笔的用途 103

2. 穆罕默德的回答 104

四、发散思维方法论 105

1. 有趣的魔方法 105

2. 魔球扩散法 106

3. 多湖辉发散法 107

4. 奥斯本简表法 108

5. 原型启发法 116

第七章 联想思维 120

一、联想思维概述 120

二、联想思维种类 121

1. 相似联想 122

2. 接近联想 123

3. 对比联想 124

4. 自由联想 125

三、联想思维训练 126

1. 头脑风暴法 128

2. 强制联想法训练 131

3. 类比联想创新法 132

第八章 形象思维 135

一、形象思维的概念 135

二、形象思维特征及其媒介 136

1. 形象思维特征	136
2. 形象思维媒介	139
三、形象思维训练	146
1. 洞察力	147
2. 形象思维记忆力训练	150
3. 想象力培养	152

第九章 系统思维

一、系统思维的概念	155
二、系统思维的技法训练	156
1. 整体法	157
2. 综合法	160
3. 结构分解法	168
4. 要素法	170

第十章 逆向思维

一、逆向思维——一种生存智慧	175
1. 普适性	175
2. 新奇性	176
3. 叛逆性	177
二、逆向思维——一种经营策略	177
1. 100人管一人	177
2. 给糖哲学	178
三、逆向思维——一种光明思维	180
1. 底线思维	180
2. 坏消息就是好消息	182
四、逆向思维——一种方法论	183
1. 方位逆向法	184
2. 属性逆向法	188
3. 因果逆向法	189
4. 心理逆向法	190
5. 心理逆反法	191
6. 雅努斯式思维法（对立互补法）	194
7. 缺点逆用法	199

第十一章 灵感思维	203
一、灵感——一种至关重要的思维	204
1. 什么是灵感	204
2. 灵感的一般特征	207
3. 灵感的类别	208
二、灵感——一种神秘的心理机制	219
1. 灵感思维的心理学阐释	219
2. 灵感产生的基石	221
3. 灵感产生的因变量	225
4. 灵感的产生境界	228
三、灵感——一种可能培养和激发的技能	229
1. 时间漂移	229
2. 梦境控制	230
3. “灵感场”的营造	231
4. 瞬间信息捕捉	233
5. 果断抓住直觉	234
6. 思维跳跃问题	236
第四篇 创新,登上巅峰的一种新收获	
第十三章 超界思维	241
一、超越预设前提	242
二、超越问题属性	245
三、超越技术的边界	247
四、超越规则的边界	248
第十三章 偏移思维	253
一、偏移思维	253
1. 天文与心理偏移	255
2. 非主流偏移	255
3. 思维的第二落点	257
二、换轨思维	259
1. 换轨思维的低成本性	261
2. 换轨思维的工具意义	262
3. 换轨思维与慧眼	263
三、换轨思维的普遍价值	265