

思维 决定创意

写给设计、策划以及
每一位创意需求者的
实用工具书！



23种获得绝佳创意的思考法

- 这是一个创新的时代！是否有创意决定了竞争力、生存力。
- 创意不是灵思突现的产物，而是恰当思维的结果。
- 从此刻开始，用思维成就创意，用创意成就不一样的人生吧！

余鸿■编著

SIWEI
JUEDING CHUANGYI

中国纺织出版社

思维 决定创意

23种获得绝佳创意的思考法

余鸿■编著

SIWEI
JUEDING CHUANGYI



内 容 提 要

创意对每个人来说都是至关重要的。倘若你希望自己的人生丰富多彩、充满乐趣,那么你就要始终保持自由的创意思维,不断地寻找创意。事实证明,有创意的人生才能充满活力、充满快乐。本书旨在为读者揭开创意的神秘面纱,做读者思考创意的好帮手。本书主要分为3个部分,首先为读者介绍什么是真正的创意,然后介绍了捕捉灵感的5个秘诀,最后介绍了激发创意的8个法则。倘若你希望自己的人生更有趣,想要了解创意及其产生的过程,那么本书将会是你最佳的选择!

图书在版编目(CIP)数据

思维决定创意:23种获得绝佳创意的思考法/余鸿
编著. — 北京:中国纺织出版社,2012.4
ISBN 978-7-5064-7985-1

I. ①思… II. ①余… III. ①创造性思维 IV.
①B804 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 213922 号

策划编辑:曲小月 王 慧 责任编辑:范雨昕
责任印制:周 强

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027
邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231
<http://www.c-textilep.com>
E-mail:faxing@c-textilep.com
北京华戈印务有限公司印刷 各地新华书店经销
2012年4月第1版第1次印刷
开本:710×1000 1/16 印张:17
字数:143千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前言

Preface

随着社会的发展、进步，人们对学习知识的重视程度已经提升到了很高的层面，很多家长为了让自己的孩子接受更好的教育，不惜花费半生积蓄供孩子上重点小学、中学、大学，甚至出国留学，似乎学习已经成为成功的另一个代名词。然而事实真的如此吗？

大脑思维活动的方式可以分为两类，一类是学习、吸收文化知识；另一类是想出新点子、思考新创意。要知道，学习知识的根本目的是为了“温故而知新”，而不是为了学习而学习，所以，从某种意义上来说，思考新创意要比学习旧知识重要得多，毕竟知识都是过时的经验和理论的总结。以往人们经常说“知识改变命运”，其实改变命运的并不是知识本身，而是受知识启发而形成的创造力。创造力是走向成功的关键因素，一味死学习、死读书不仅会固化人们的思维，扼杀人们的创造力，还会对整个社会环境造成消极的影响，降低社会的活力。

过去，人们一直推崇脚踏实地的务实主义者，而轻视那些整天想东想西的创意思考者。在大多数人的观念里老

老老实实上班、踏踏实实生活才是最稳妥的，很少有人想要改变、想要突破、想要创造新发明。

学习的知识越多，学问越大，就越受到社会的尊重；而热爱思考、寻求突破、寻找创意的人则很少受到重视，甚至有时他们还会被认为是不务正业、狡猾、油头。就这样，中国成了模仿力很强、创意力很弱的“世界工厂”。

就目前情况而言，中国对创意的重视程度还远远不够，大多数人还没有认识到潜藏在创意背后的巨大价值。但是既然我们想要发展，想要成功，就必须重视创意，了解创意，掌握激发创意的方法和技巧。这是顺应时代潮流的必然要求，也是大势所趋。

实际上，无论在何时何地，用心思考创意都是非常重要的。比如，不管是什么会议、什么场合，主办人的开幕词大多千篇一律，诸如“女士们、先生们，欢迎大家来参加××……”“尊敬的领导、老师、各位同学，大家晚上好……”“大家好，我是××……”等，这实在毫无创意可言。不管是说话还是写文章，必须得多用心思考，多求新求变，不然听者和读者一定会觉得味同嚼蜡、乏善可陈。美国前总统威尔逊是个演讲高手，也是个创意达人，他说：“即使只是个简短的3分钟演讲，我也会准备一整晚。”威尔逊认为只有富有创意的演讲才能捕获听众的心。由此可见，创意是多么重要啊！

创意对每个人来说都是至关重要的。倘若你希望自己

的人生丰富多彩、充满乐趣，那么你就要始终保持自由的创意思维，不断地寻找创意。事实证明，有创意的人生才更能充满活力、充满快乐。

那么，如何才能产生创意呢？有人觉得读万卷书就能有创意，有人觉得行万里路就能有创意，还有人觉得创意是天赐的福祉，可望不可求……其实这些想法都是片面的，创意往往不走寻常路，你觉得最可能出现创意的地方恰恰是创意避之不及的地方，你觉得最不可能出现创意的地方没准是创意最喜欢的温床。如此说来，创意还真像个调皮的孩子呢！

此外，创意也并非灵感派说得那么虚无缥缈，尽管我们无法找出能百分百产生创意的方法，但是掌握那些根据前人的经历和经验总结出的方法、技巧，也能够帮助人们捕捉到创意。

本书旨在为读者揭开创意的神秘面纱，做读者思考创意的好帮手。本书主要分为3个部分，首先为读者介绍什么是真正的创意，然后介绍捕捉灵感的5个秘诀，最后介绍8种激发创意的法则。

倘若你希望自己的人生更有乐趣，想要了解创意及其产生的过程，那么本书将会是你最佳的选择！

余鸿

2012年2月

目录

Contents

第一篇 你了解创意思考吗：了解创意的10个基本认知

| 你真的了解创意吗 / 2

先有创意，后有发明和发现 / 3

实现你的创意 / 5

我们的创意为什么不见了 / 9

创意思维来源于自然 / 13

| 为什么好学生往往缺乏创意 / 18

学校里很难学到创意 / 19

创意能量和智商高低之间不存在绝对关系 / 23

知识越丰富，创意一定越多吗 / 26

| 创意需要用心去想 / 31

什么是用心想 / 32

用心想就一定会有创意吗 / 36

多用心，创意总会来的 / 39

| 创意的价值取决于思考的价值 / 44

认同感决定创意的价值 / 45

创意达人更喜欢集体思考 / 48

- 聊天也是有学问的 / 51
- 渴求创意的催生剂 / 55
 - 不存在想出创意的制式条件 / 56
 - 你对创意的渴求强烈吗 / 59
 - 创意只是人们获得经济利益的工具吗 / 62
- 创意和模仿是双生姐妹 / 66
 - 左手创意，右手模仿 / 67
 - 知识产权是创意的保护伞 / 70
 - 创意需要物质回报 / 74
- 专业创意、业余创意 / 77
 - 什么是专业创意 / 78
 - 什么是业余创意 / 81
 - 以业余创意人的心态思考创意 / 84
- 创意无处不在 / 88
 - 创意藏在哪里 / 89
 - 创意应用：穿衣搭配的创意 / 93
 - 创意应用：取名 / 96
- 幽默、玩笑与创意有何关系 / 100
 - 没有创意的幽默不是好幽默 / 101
 - 玩笑话也是一种创意 / 105
 - 讽刺中的另类创意 / 108
- 创意出现的选择性 / 112
 - 什么地方更容易产生创意 / 113
 - 陌生的地方适合思考创意 / 116

第二篇 创意何时何地才会出现：捕捉灵感的5个秘籍

创意究竟来自何方 / 122

创意：逼得越紧，逃得越远 / 123

做其他事情的时候，创意不期而至 / 127

迂回前进获取创意 / 131

有了想法就记下来 / 136

创意来得快去得也快 / 137

养成随时随地做笔记的好习惯 / 141

整合灵感笔记，激发创意 / 145

学会忘记，才能得到创意 / 150

清空脑袋，创意才会来 / 151

睡觉是对头脑进行大扫除的最有效方式 / 155

定期与不同领域的朋友进行交流 / 159

学习忘记 / 163

创意不是工作，而是“休息” / 166

小心掉进抄袭的陷阱 / 167

学会放弃也是一种创意 / 171

突发事件是创意的重要来源 / 176

错误中往往隐藏着创意 / 177

戒骄戒躁，敢于质疑常规 / 181

第三篇 如何制造和掌握创意：激发创意的8个重要法则

脑力激荡法则 / 186

要想得到创意，首先要摒弃批评的习惯 / 187

- 放松心情，自由发想 / 190
- 赞美是创意的助推力 / 193
- █ 延长线法则和惯性法则 / 197
 - 思考“延长出的未来” / 197
 - 让思维跟着惯性飞 / 201
- █ 意外发现法则 / 204
 - 什么是意外发现 / 205
 - 从无关紧要的地方发现创意 / 210
- █ 发酵法则 / 214
 - 创意需要酝酿 / 215
 - 创意发酵成熟需要时间 / 218
 - 混合的创意 / 221
- █ 鸡尾酒法则 / 225
 - 整合创意素材，激发新创意 / 226
 - 好的混合创意要比差的原创好得多 / 229
- █ 比喻法则 / 233
 - 小孩是天生的比喻高手 / 234
 - 比喻法的种类 / 237
- █ 组合法则 / 242
 - 用催化剂法激发创意 / 242
 - 打破一般常识、逻辑的限制 / 246
- █ 类推法则 / 252
 - 什么是类推法 / 252
 - 套用数学上的类推比例式 / 256



第一篇

你了解创意思考吗： 了解创意的 10 个基本认知

你真的了解创意思考吗？如果你的答案是肯定的，那么你一定是一个思维敏捷、创意层出不穷的创意达人。创意并不像人们想象的那么遥远，创意其实无处不在。那些伟大的发明和发现都是建立在创意基础之上的，例如，“世界发明大师”爱迪生的白炽灯、留声机、碳粒电话筒、电影放映机、印刷机等一千多项发明，每一项背后都有一个神奇的创意。

思考创意不是一件简单的事情，但也绝非不可实现的难事。只要内心怀着一颗渴求创意的心，用心去想，创意早晚都会光顾你的大脑的。当然，要想获得创意，除了用心，还需要掌握一些必备的创意常识，比如创意和模仿的关系、专业创意和业余创意的概念、创意的价值、创意的选择性……

现在你还认为自己真的了解创意吗？如果你犹豫了，没关系，本章将会为你揭开创意的真相。



你真的了解创意吗

21世纪不是技术革命的时代，也不是产品革命的时代，而是一个思维革命的时代，是一个创意的时代。谁先改变思维方式，谁就站在了时代的最前端；谁先思考创意，谁就把握了时代的先机。你想成为别人羡慕的焦点吗？你想赢得这个时代的掌声吗？你想成为这个时代的胜利者吗？如果你想，那么你首先要做的就是了解创意。

创意，顾名思义，就是具有创造性意义的想法或观念。创意是一种“离经叛道”、打破常规的生活哲学；创意是一种跳出固有思维定式、突破自我的思维方式；创意是一种抛弃一切旧事物、旧思想，进行全新创造的动态过程；创意是一种将情感和理性完美融合的智慧对接。

创意必须是新鲜的、奇特的、令人震惊的、大多数人想不到的。面对皇帝战车上的死结，绝大多数人思考的都是如何用手来解开这个结，而亚历山大想到的却是劈开“高尔丁死结”，这就是创意。

先有创意，后有发明和发现

提到创意，很多人都会条件反射地想到发明和发现。然而正如发明和发现是两个截然不同的词汇一样，它们和创意之间的关系也各不相同。理解发明、发现与创意之间的关系，有助于人们改变固有的思维方式，进而获得理想的创意。

发现是人类社会生产生活的基础内容，主要包含人类对自身内在世界和大自然规律的整体认知以及再创造。发现是人类所有自我能力的中心部分，是人性摆脱束缚、自我解放的最主要的核心之一。发现是人类的自觉行为状态，是制造创意的基本前提。没有发现，就不会有创意；没有发现，就不会有创新行为。

发现主要是寻找并揭开未知事物的存在及其属性，发现的对象是从过去到现在一直存在的事物。比如，2009年美国密歇根州大学的教授们在火星上发现了闪电，之所以说发现是因为在人们发现之前火星上就存在着闪电。

与发现不同，发明主要是创造过去不存在的事物。发明不仅仅是简单地模仿已经存在的事物或理论，如果一项技术成果能够在现有的技术领域中找到与之相同的东西，这项技术成果就不能称之为发明。

一项技术成果要想成为发明必须具备两个条件：一是





这个事物过去从来没有过；二是这个事物的原理、结构，尤其是功能要比现有的技术水平高。通常情况下，发明是继承和创造的结合。一个好的发明需要一个优秀的创意，从而区别于其他事物，展现自身的创新特征。因此，如何寻找和制造创意就显得十分重要了。

很多时候，发现和发明都会具有很高的商业价值，而促使发明和发现产生的创意完全依靠人的思维转动。可以这样讲，创意经常会变成一种投入与产生收益性价比最优的商业行为。比如，英国著名作家J K 罗琳仅凭借自己个人的无限想象力，就写出了风靡世界的《哈利波特》，成为英国数一数二的亿万富翁。再看那些传统制造业，它们需要投入大量的人力、物力、财力，其获利却远远比不上J K 罗琳转动一下思维、动一下笔头。

比尔·盖茨之所以能够成为世界首富有很多原因，重视创意就是其中的一个重要原因。

每年，比尔·盖茨都会到华盛顿的Hood Canal住上一阵，考虑微软公司下一阶段的发展计划。这个时期，所有的微软员工都有资格向盖茨提交一份有关新产品或新服务的创意项目书，盖茨会在Hood Canal认真看完所有的报告。倘若他看中了某个创意，他会立刻飞回位于雷德曼的微软总部，然后和同事们一起执行这个创意。正是这个重视创意的习惯，使得微软公司总是能跑在全球软件行业的创新最前沿。

盖茨花在寻找创意上的时间和精力比许多大公司的总裁都要多，因为他知道只有创新才能保持企业的活力，只有不断地制造创意、挖掘创意，才能不断有新的发现、新的发明，才能适应时代的发展，推出新的产品。

由此可见，在竞争激烈的当今社会，走创意发展之路要比追随前人脚步的成功率高得多。实际上，很多成功的商人往往也是创意天才，因为一个畅销品的产生需要多个创意的紧密结合，比如研发创意、销售创意、推广创意等，任何一个环节都不能出错，否则很可能功亏一篑。

当然，创意的发展也需要一个自由平等的舞台。比如，在欧洲的许多城市都有创意集市，许多普通市民都去这个集市上展示、出售自己的创意产品，诸如原创手工作品等。许多创意天才都是从这个集市中被发掘出来的，他们创建属于自己的创意品牌，成为知名的设计师、艺术家。

创意是一件伟大的艺术，它无时无刻不在影响着人们的生活方式。因为有了创意，人们才会发现那些一直被忽视的事物，发明那些让生活更加舒适、快乐的新产品。

总体来说，创意是发明和发现的原动力，先有创意，后有发明和发现。

实现你的创意

为什么你的好创意会被上司拒之门外？为什么身边的





人会认为你的想法很荒谬？为什么你要墨守成规地做那些无限重复的机械工作？这些问题的答案很简单，因为你没有实现自己的创意。当想法只停留在口头上的时候，一切都是毫无意义的。

很多人都有这样的经历：你有了一个很好的创意却没有付诸行动，没过多久你发现别人正在做这件事，而且做得有声有色。你一定非常后悔吧？为什么付诸行动的那个人不是你自己呢？我们总是把大量的精力花在创意想法上，而不是执行创意的行动上。不断地思考、研究确实能够让你的创意更完善，但是你必须要去实践，这样一切才有意义。

爱迪生曾经说过：天才=99%的汗水+1%的灵感。一个没有创意的人即使再努力也无法成为天才，同样，一个只有创意却不努力实践的人也不可能成功。试想一下，如果扎克伯格没有将自己的创意付诸行动，他现在不可能拥有世界知名的Facebook网站，也不可能年纪轻轻就成为亿万富翁。

其实，我们的思维每时每刻都在运转，不管创意出现的频率是高是低，但它总是会出现的。一旦创意降临，你需要做的就是抓住它，想方设法地实现这个创意。新想法、新学说以及艺术突破等思维创意十分常见，而真正被执行的创意却非常罕见。看起来人们对执行创意并不那么

热衷。尽管那些执著于发现新创意的人们是可敬的，但是发现新创意的目的是什么呢？与其不断去寻找新的创意，不如将当下的创意认真地执行下去。

事实上，每个人都有能力实现自己的创意。美国知名创意门户网站Behance的成功就说明了这一点。Behance公司为无数有创意的人搭建了交流的平台，并促使他们将自己的创意真正执行下去，数以万计的创意达人成功了。这些创意达人将创意这个行业真正地融入到了人们的生活之中，他们发现实现自己的创意要比空想主义有意义得多，而且还能够获得不错的收益，这真是一举两得的好事。

楚天是一家IT公司的JAVA工程师，他热爱编程这份工作，一想到很多人会从使用自己开发的应用程序中获得乐趣，他就觉得非常自豪。

他一直想开发一个像“连连看”一样火爆的手机游戏，只要有时间他就绞尽脑汁地想这件事。一个周末，公司组织员工外出旅游，在河边喂鱼的时候他突然有了灵感，他心想，“或许可以搞一个跟钓鱼有关的应用程序”。周一上班后，他跟自己的主管说了自己的想法，并表示希望得到公司的协助；很快，主管派了两个同事协助他开发这个游戏，在他的率领下，仅用了10天将这个游戏制作完成了。这个游戏上线后非常受欢迎，公司大赚了一笔，楚天也获得了丰厚的资金，并升职做了JAVA业务部的主管。

