

Design 高 等 学 校 教 材

创新设计 方法及应用

© 刘晓宏 编著



化学工业出版社
教材出版中心

高 等 学 校 教 材

创新设计 方法及应用

◎ 刘晓宏 编著



化学工业出版社
教材出版中心

北京

创造力人人都有,只是发挥的程度不同罢了。研究表明,创造力并非是自然而然地产生的,而是经过人为的努力才会产生。任何人都可以学会变得更具有创造力。当你掌握了创新方法以后,大多数人将惊异地发现自己能够具备丰富的创造力。

本书从创新方法入手,分四部分进行论述,分别讲解了创新的意义、创新思维、创新方法和成功案例。力求打破学科界限,以利最大限度地激活学生的创意思维。本书收集了许多人们身边的创新实例来对方法论进行详实地说明,以深入浅出地讲解,激发每一位读者的潜在创造力。通过对创新设计方法的研究和努力推广,让每一个人都充分解放思想,散发活力,成为充满创意的高素质人才。

本书注意紧密结合当前的社会实际,既注意基础理论的阐述,又注意一般知识的介绍,尽量突出其指导性、实用性和可读性,通过大量的实例通俗易懂地将理论融于实践中,案例灵活,语言生动,针对青年的特点进行选材,亲和力好,可读性强。适用的读者群广。

本教材既可作为高等院校艺术设计和工业设计专业的基础课教材,也可作为其他各专业的选修课教材,还可作为自学者的自学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

创新设计方法及应用/刘晓宏编著. —北京:化学工业出版社, 2006.6
高等学校教材
ISBN 978-7-5025-8938-7

I. 创… II. 刘… III. 产品-设计-高等学校-教材
IV. TB472

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 067603 号

编 著: 刘晓宏
责任校对: 李 林

责任编辑: 张建茹
封面设计: 于 兵

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)
印 装: 北京彩云龙印刷有限公司
开本 787mm×1092mm 1/16 印张 12 ¼ 字数 229 千字 2010 年 9 月北京第 1 版第 2 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 38.00 元

版权所有 违者必究

工业设计专业教材编写委员会

主 任：程能林

副主任：黄毓瑜 徐人平 李亦文

委 员（排名不分先后）：

程能林	黄毓瑜	徐人平	李亦文
陈汗青	孙苏榕	陈慎任	王继成
张宪荣	宗明明	李奋强	谢大康
钱志峰	张 锡	曾 勇	宁绍强
高 楠	薛红艳	李 理	曲延瑞
张玉江	任立生	刘向东	邱泽阳
许晓云	范铁明	万 仞	花景勇
林 伟	李 斌	刘晓宏	

序

化学是研究物质的变化和规律的一门学科。设计是研究形态或样式的变化和规律的一门学科。一个是研究物质,包括从采掘和利用天然物质到人工创造和合成的化学物质;一个是研究非物质,包括功能和形态的生成,变化及其感受。有物质才有非物质,有物才有形,有形就有状,物作用于人的肉体,形作用于人的心灵。前者解决生存问题,实现人的生存价值;后者解决享受问题,实现人的享受价值。一句话,随着时代的进步,为人类不断创造一个和谐、美好的生活方式。

其实,人人都是设计师,人们都在自觉或不自觉地运用设计,在创造或改进周边的一切事与物,并作出判断和决定。设计是解决人与自然,人与社会,人与自身之间的种种矛盾,达到更高的探索、追求和创造。通过设计带给人们生活的意义和快乐。尤其在当今价值共存、多样化的时代下,设计可以使“形”获得更多的自由度,使物从“硬件”转变成与生活者心息相通的“软件”,这就是“从人的需要出发,又回归于人”的设计哲理。有人说设计就是梦,梦才是设计的原动力。人类的未来就是梦的未来。通过设计可以使人的梦想成真,可以实现以地球、生命、历史、人类的智慧为依据的对未来的想像。

化学工业出版社《工业设计》教材编写委员会成立于2002年10月。一开始就得到各有关院校的热情支持和积极参与。大家一致认为,无论是“由技入道”还是“由理入道”设计教育的目的都是让学生“懂”设计,而不只是“会”设计。大家提交的选题,许多都是自己多年设计教学实践的经验、总结和升华,是非常难能可贵的。已出版的书在社会上和设计教育界引起广泛的关注,并获得专家的好评和被大多数院校选用,认为这套书起点高、观念新、针对性强、可操作性高。经过编委会的讨论、交流、结合国内现有设计教材的现状,在第一批教材的基础上,又列选以下工业设计专业的教材或参考书准备陆续出版:

《设计与法规》(武汉理工大学陈汗青、万仞);

《积累、选择、表达——德国现代设计教育方法研究与实践》(齐齐哈尔大学宗明明);

《设计方法论》(深圳大学李亦文);

《设计信息学》(昆明理工大学徐人平);

《设计管理——企业产品的识别设计》(湖南大学花景勇);

《设计美学》(上海大学张宪荣);

《设计心理学》(长春工业大学任立生);

《设计的视觉语言》(南京航空航天大学薛红艳);

《设计表现技法》(福州大学林伟);

《设计数学》(昆明理工大学徐人平);

《设计与视觉法则》(上海大学张宪荣);

《快速设计开发与快速成型技术》(昆明理工大学徐人平);

《产品数字化设计技术及应用》(北京服装学院孙苏榕);

《工业设计的创新与案例》(北京工商大学高楠);

《产品形象设计》(桂林电子工业学院宁绍强);

《标志设计》(兰州理工大学李奋强);

《创新设计方法及应用》(福州大学刘晓宏)

《布言布语——服饰手工艺》(齐齐哈尔大学宗明明);

《西洋服装史图鉴》(齐齐哈尔大学范铁明);

以上工业设计专业教材及参考书的出版力求反映教材的时代性、科学性与实用性,同时扩大了设计教材的品种及提高了教材的质量。最后,我代表编委会感谢化学工业出版社的大力支持和帮助,使这套系列教材能尽快地与广大读者见面。

《工业设计》教材编写委员会

主任 程能林

2004年7月5日

前言

创新是一个国家、一个民族实力的象征。在科学飞速发展的今天，创新是社会前进的真正动力。

胡锦涛总书记指出，“自主创新能力是国家竞争力的核心，是我国应对未来挑战的重大选择，是统领我国未来科技发展的战略主线，是实现建设创新型国家目标的根本途径。”温家宝总理指出，“自主创新是科技发展的灵魂，是一个民族发展的不竭动力，是支撑国家崛起的筋骨。没有自主创新，我们就难以在国际上争取平等地位，就难以获得应有的国家尊严，甚至难以自立于世界民族之林。”

党和国家把创新提高到如此高度，同时由于创新总是面向未来、研究未来、追求未来、创造未来，因此拥有良好的创新设计能力是每一位设计师梦寐以求的。作为一名大学教师深深感到应该把创新当作头等大事贯穿到我们的教学活动中去，基于此着手编写了这本《创新设计方法及应用》，力图通过我们对创新设计方法的研究和努力推广，让每一个人都充分解放思想，散发活力，成为充满创意的高素质人才。

不要把创新和想出解决问题办法的能力仅仅同天才人物联系在一起，其实所有的人都具有创造及发明的能力，只是程度不同罢了。事实表明，当你掌握了创新方法以后，大多数人将惊异地发现自己也具备惊人的创新能力。

本书从创新方法入手，以实际应用为例，分为四部分进行论述，分别讲解了创新的意义、创新思维、创新方法和成功案例。力求打破学科界限，以利最大限度地激活学生的创意思维。本书收集了许多我们身边的创新实例来对方法论进行详实地说明，通过深入浅出地讲解，激发每一位读者的潜在创造力。

本书注意紧密结合当前的社会实际，既注意基础理论的阐述，又注意一般知识的介绍，尽量突出其指导性、实用性和可读性，通过大量的实例通俗易懂地将理论融于实践中，寓教于学，寓学于用，因此，本教材既可作为高等院校艺术设计和工业设计专业的基础课教材，也可作为其他各专业的选修课教材，还可作为自学者的自学参考书。

由于本人学识有限，书中难免存在一些不妥之处，恳请大家批评指正。

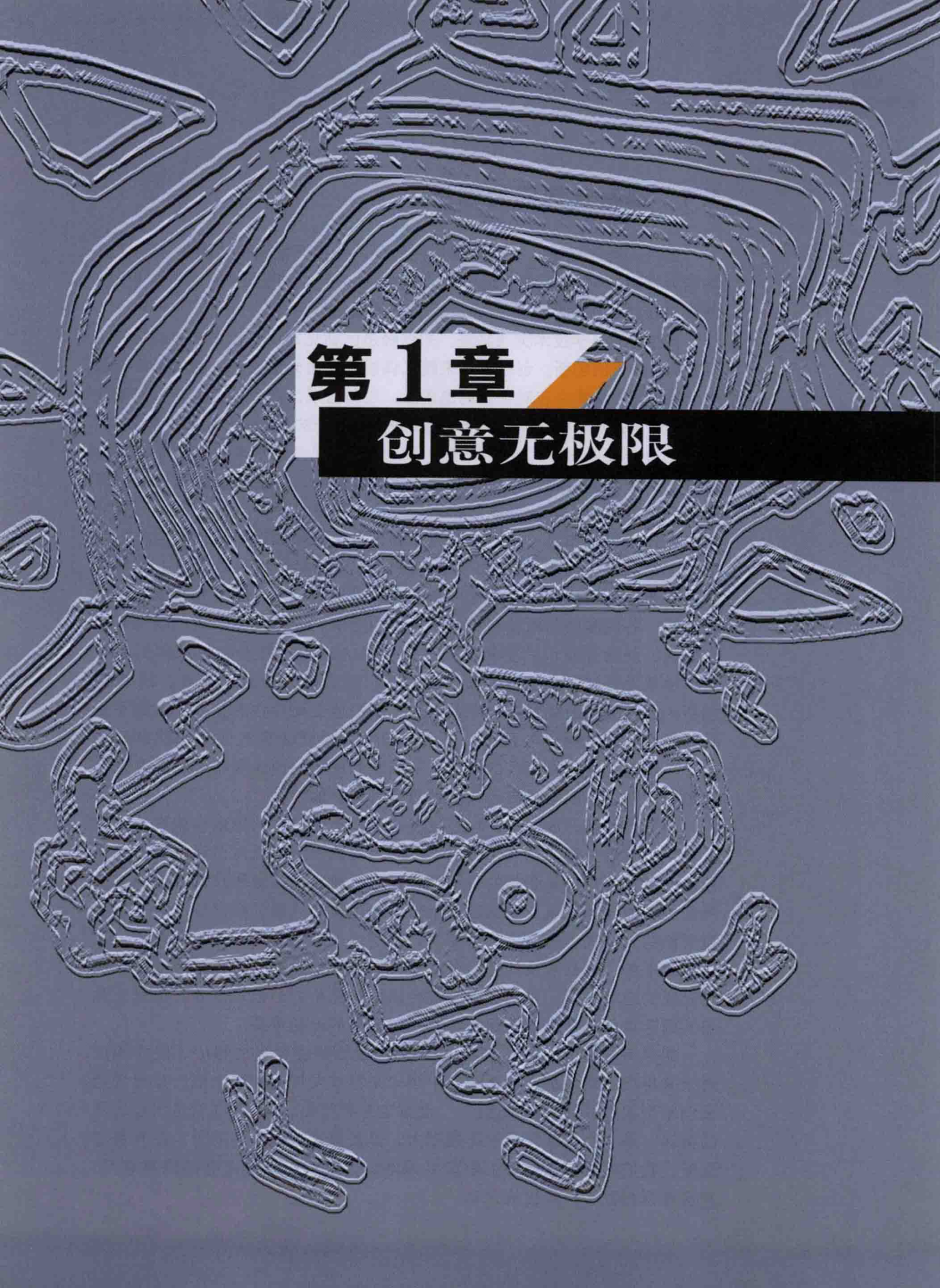
福州大学工艺美术学院陈锦红老师和陈铭疆同学为本书画了不少插图，福州大学工艺美术学院许多同学为本书提供一些案例，在此表示感谢！

编著者

2006.5.1

目录

第1章 创意无极限	1
1.1 创新及创新的作用	2
1.2 创新思维的基本过程	4
1.3 创新能力的开发	8
第2章 用创新思维放飞创意	17
2.1 突破出创意——突破思维障碍实现创新的方法.....	18
2.2 发散出创意——发散思维在创新设计中的应用.....	31
2.3 想像出创意——想像力在设计创新中的作用.....	43
2.4 灵感出创意——灵感思维在设计创新中的应用.....	58
2.5 逆反出创意——逆向思维在设计创新中的应用.....	65
第3章 创新设计方法及应用	77
3.1 发现出创意——发现能力在创新中的作用.....	78
3.2 激励出创意——智力激励法在设计创新中的应用.....	91
3.3 组合出创意——组合设计法在设计中的应用	100
3.4 设问出创意——设问创新法在设计创新中的应用	110
3.5 联想出创意——联想设计法在设计中的应用	123
3.6 列举出创意——列举创造法在设计创新中的应用	139
3.7 类比出创意——类比设计法在设计创新中的应用	148
3.8 变出创意——多元思考方法在设计创新中的应用	165
3.9 聚焦出创意——聚焦创造法在设计创新中的应用	172
第4章 成功案例	183
4.1 让失败变为成功——3M 自粘胶带.....	184
4.2 让音乐跟我走——随身听	185
4.3 “减”出新天地——微波炉.....	189
参考文献.....	193



第1章

创意无极限

1.1 创新及创新的作用

当今人类已经进入了一个崭新的时代——由开发自然资源进入到了开发脑力资源的时代，越来越多的人已经意识到：21世纪是创新的世纪，创新将在社会生活的各个方面发挥越来越大的作用。

当今世界科学技术突飞猛进，知识经济已初见端倪。新兴产业的兴起主要靠的是知识的创新。创新已越来越从偶然性走向必然性，人类从来没有像今天这样把力量集中在对创新的追求上。创新已成为当今社会生产力的解放和发展的重要基础和标志，在推动社会进步、经济发展上起着重要的作用。

上海一位资深的大学校长曾对学生们说，现在技术垄断已经成为国际斗争的一个重要问题，民族要生存，国家要富强，就要培养自己的大批有高度创新能力的人才，要靠创新来创造中华民族的新时代，来赢得民族的未来。知识经济作为一种以知识为基础，直接依赖知识和信息的生产、扩散与应用的新型经济，将在21世纪各国的经济发展和国力增强中发挥越来越重要的影响和作用。从这个意义上也可以说，国与国之间的竞争力就是各国、各民族的创新精神和创新能力的竞争。因为没有创新，就没有科学发现，就没有知识的更新，就没有科学的进步，就没有技术的日新月异，也就没有经济的快速增长，更谈不上综合国力的迅速提高。21世纪创新人才的竞争是关系到一个国家、一个民族生死存亡的竞争，这绝不是耸人听闻，而是科学的预见。一个对国家、对社会有责任感和使命感的人，一定要正确把握时代的特点，从国家和民族的前途和命运的高度来认识创新问题，不断增强自己的创新意识和创新能力。

中国自改革开放以来，科技发展水平和产业结构的技术构成发生了重大变化，劳动力素质也有了相当提高。但总的来看，面对日新月异的科学技术变革，面对日益强化的资源环境约束，面对以创新和技术升级为主要特征的激烈国际竞争，中国自主创新能力薄弱的问题已经日益成为发展的瓶颈制约。加快提高自主创新能力，是“十一五”时期引导中国经济发展的重要任务，这是加快转变经济增长方式的迫切需要，是推动产业结构优化升级的迫切需要，是增强中国综合国力和竞争力的迫切需要，也是在激烈的国际竞争中从根本上保障国家经济安全的迫切需要。

胡锦涛总书记指出，“自主创新能力是国家竞争力的核心，是中国应对未来挑战的重大选择，是统领中国未来科技发展的战略主线，是实现建设创新型国家目标的根本途径。”温家宝总理指出，“自主创新是科技发展的灵魂，是一个民族发展的不竭动力，是支撑国家崛起的筋骨。没有自主创新，我们就难以在国际上争取平等地位，就难以获得应有的国家尊严，甚至难以自立于世界民族之林。”

加快提高中国科技自主创新能力，对于全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化，对于中国应对世界新一轮科技革命和产业革命的挑战，具有十分重大的意义。要坚持把推动科技自主创新摆在全部科技工作的突出位置，坚持把提高科技自主创新能力作为推进结构调整和提高国家竞争力的中心环节，加快建设中国特色的国家创新体系。

松下电器公司的创始人松下幸之助曾言：“今后的世界，并不是以武力统治，而是以创新支配。”20世纪最杰出的经济学家之一熊彼得先生认为，企业家领导企业发展成功的原动力就是创新。可见要发展、要成功，必然是从创新入手，惟创新才能脱颖而出，才能发展自己，才能在竞争中取胜。

1.1.1 创新

何为创新？“创新”的英文为“innovation”意义为“更新、变革、制造新事物”。在《现代汉语词典》中，“创新”的解释是：抛开旧的，创造新的。

创新是人类的一种高级创造活动，是人在社会发展的实践中扬弃旧事物、旧思想或旧方法，把新设想或新成果成功实施并获得更高效益的运作系统。它既可以是一种设想、一种行为、一种成果，也可以是一种意境、一种价值等。创新具有多个侧面，根据所强调的方面不同，对创新会有不同的定义。创新并不一定是全新的东西，旧的东西以新的形式出现或与新的方式结合也是创新。创新也不一定非是一件物品，它也可以是一种无形的东西。目前，对创新较为一致的看法是：创新是新设想（新概念）发展到实际和成功应用的阶段。

1.1.2 创新的作用

创新是人类社会发展的主旋律。假如没有创新，人类只能仍然停留在茹毛饮血的野蛮人时代；如果没有层出不穷的新产品、新技术、新工艺、新材料，人们就不可能享受如此丰富多彩的现代生活。创新，不断向人类提供着物质和精神的新成果。正是这些新成果，构成了人类社会的精神文明和物质文明，推动着人类社会向新的高度不断迈进。

创新的作用是带你走向成功。众多科学家、政治家、军事家、文学家、企业家等的成功，在于他们立足于创新、得益于创新，若他们因循守旧，囿于“旧观念”、“老框框”，就不可能在时代的潮流中有所建树。一个现代企业惟有锐意进取、不断创新，才能使企业的产品一代一代更新，使企业充满活力，在激烈的市场竞争中稳操胜券。同时，创新还能使资金匮乏、技术力量薄弱、设备陈旧、工艺落后的企业，在不利条件和逆境中争得生存的空间和发展的机会，即所谓创新创造生命力。

以“力波”啤酒为例：啤酒是平民化、日常化的饮品，因为它的普通，在平常日子的回忆中很可能会忽略它，但稍经点拨，你就会发现在你喜时、怒时、哀时、乐时，始终有它的陪伴。就像是你的家人，相处的日子久了，他们的陪伴已成为一种习惯，你可能常常因为什么事而忽略了他们，但是他们的陪伴对你始终都是最不可缺少的。

力波在上海有十多年的历史了，可以说力波的诞生就是为上海人度身定做的，多年来已经同上海人结下了难以割舍的情感，力波与上海的渊源及力波在上海的历史积淀，是竞争对手无法具备的独特资产。只是十多年过去了，人们对它的感受已经习惯并归于平淡。但是，人们选择啤酒时会带有感性的成分，基于这一点，啤酒广告与消费者的感性沟通是很重要的。力波啤酒的广告从感性角度去切入，点一下力波同上海的渊源，让人们回复对力波的喜爱和认同，同时打动那些初来上海打拼的年轻人，不失为明智的做法。于是，两首脍炙人口的歌让力波啤酒再现生命力，在激烈的市场竞争中立于不败之地。

上海力波啤酒的广告歌：

“上海是我长大成人的所在，带着我所有的情怀；第一次干杯，头一回恋爱，在永远的纯真年代。追过港台同胞，迷上过老外；自己当明星，感觉也不坏；成功的滋味，自己最明白。旧的不去，新的不来；城市的高度，它越变越快。有人出去，有人回来，身边的朋友越穿越新派。上海让我越看越爱。

好日子，好时代。我在上海，力波也在！”（2001年《力波啤酒，喜欢上海的理由》歌词）

“每天在黄浦江畔，外滩的外面是海。所有的精彩，是因为我碰上很好的年代。哪里都想去就去，机会它说来就来。大师们再怎么厉害，也要来上海比赛。早晚我会有车，跑得跟世界一样快。多少条马路，多少种海派，世界其实很小，上海倒是个很大的舞台。这里有力波啤酒，有我更好的将来。”（2003年《多少上海人，多少喜欢上海的理由》歌词）

1.2 创新思维的基本过程

创新思维既然是有一定运行机制的多元综合系统，人们就可以通过创新思维实践的研究，概括出创新思维的运行规律，以便对创新思维全过程有一个清晰的把握。

历史上许多学者对创新思维过程提出过许多不同的模式，具有代表性的有以下几种：

① 美国创造学奠基人奥斯本提出的“寻找事实——寻找构想——寻找解答”的3段式；

② 英国心理学家沃勒斯提出的“准备——酝酿——明朗——验证”的4段式；

③ 美国实用主义者杜威提出的“感到困难存在——认清是什么问题——搜集资料进行分类并提出假说——接受或抛弃实验性假说——得出结论并加以评论”的5段式。

模式的不同，只说明不同的学者对创新思维所划分的阶段和强调的重点有

所不同。总的来看,各种模式基本上都离不开“提出问题——酝酿解决——发现新方案——验证成果”这几个阶段。正如中国清代学者王国维在《人间词话》中,曾用借喻手法生动描绘的从向往到苦思再到惊喜于发现的3个境界:

昨夜西风凋碧树。独上高楼,望尽天涯路。

衣带渐宽终不悔,为伊消得人憔悴。

众里寻他千百度,蓦然回首,那人却在灯火阑珊处。

下面以艺术设计中的色彩构成的采集与重构为例,来说明创新思维的基本过程。

课题:以京剧脸谱为素材进行采集与重构

第一阶段:提出问题

以京剧脸谱为素材进行采集、提炼、变形、优化、解构并重新构成一幅具有创造力的新画面。

第二阶段:发散酝酿

这一阶段是面对提出的问题寻找解决办法。如果问题较简单,可能酝酿时间较短就会找到解决问题的办法;如果问题较复杂、难度大,则往往需要耗费较长的时间和精力,苦思冥想,反复揣摩,甚至达到废寝忘食的地步。为了解决问题,人们可以从各个方面、各个角度寻找解决问题的办法,既要考虑各种传统方法,又要开拓新思路、寻找新办法。

首先去收集各类的京剧脸谱,然后进行分类整理,分析其色彩配置、形态元素构成、组成方式等,从中寻找设计的突破口,如图1-1。



图 1-1

由于人们长期形成的习惯思维方式的情性作用，一般总要先从传统的方法上找办法。而当传统方法不能解决问题时，必然要求要有足够的突破力及创新意识，以摆脱传统思维定势的束缚，而这个重要的转化正是破旧立新的关键。如果不能过这一关，就不会产生新思路，也就不会有创新思维。

第三阶段：顿悟创新

这一阶段常常是在长期酝酿并多方面寻找解决办法当中突然在瞬间出现意想不到的解决问题的办法。在思维中出现的联想或沟通，人们称之为“灵感”或“顿悟”。这种在顿悟时认识到事物本质联系的能力，被称为直觉思维，它是一种由感性快速进入理性的穿透性认识能力。正是：众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处。

众多的京剧脸谱，通过分析可以发现其色彩配置基本规限在红、黄、蓝、绿、黑、白几个颜色之间。以此为设计的突破口，于是，就可以利用红、黄、蓝、绿、黑、白等色彩，用富有代表性的符号形态进行重构，创造出新的视觉形象，如图 1-2。



图 1-2

但也应当看到，“灵感”或“顿悟”绝不是天上掉馅饼或凭空产生的神意，而是在一条前后贯穿的逻辑长链中，是心理上受到某种刺激，使大脑皮层上的某些兴奋点受到激发而建立的一种偶然联系。从思维角度说，它就是一种意外的联想。产生联想，并不意味着思维运行的终结，而是要以此联想为基础，沿着新思路的逻辑轨道继续运行下去，直到产生完整的解决问题的新方案。

顿悟的结果就是提出解决问题的新方案，从逻辑程序上说，即提出假说。科学发展的历史已证明：任何科学发现都要经过假说阶段，经过多次实验论证，最后才能形成科学理论。也就是说，任何创新过程中所提出的解决问题的新方案，都可看做是假说，还需要进一步加以检验。

第四阶段：验证假说（决策）

新设想或新方案经过一番酝酿终于产生，但它是否有效可行还是问题。

此时，必须要从顿悟中冷静下来，对新设想的假说要审视其科学性及其实施的可能性，进行可行性论证。验证的方式可依新方案的具体情况进行，或个人进行小型试验，或集体展开讨论，以便作出最后决策。

以图 1-3 的脸谱新方案为例，可以把它交由大家去讨论，看大家是否认同这是抽象化的脸谱设计。

第五阶段：成功实施

创新思维不能停留在论证思维决策阶段，它必须延伸到成功的实施，因为只有获得更高价值的成功实施，才是真正意义上的创新思维。创新思维的成功实施是创新思维成果的最终价值体现，它是创新思维模式的必要组成部分。有没有“成功实施”阶段，也是创新思维与一般创造性思维的重要区别。

就拿脸谱的重构方案来说，如图 1-4，如果大家都认同这种抽象化的脸谱设计，对形象的认知与所确定的设计目标没有差异，就可以进入实施应用阶段，如把它用在广告或其他领域中。只有进入使用阶段，才能说所确定的设计完成了。



图 1-3

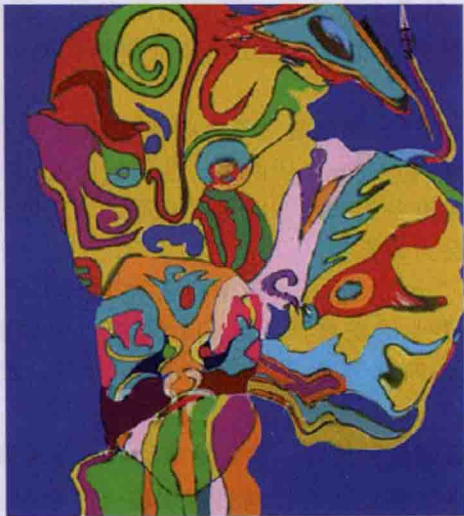


图 1-4

实际上，成功实施阶段是创新思维的外化或物化过程，是创新决策付诸实施的完成阶段。在实施过程中，要保证新设想的成功，就必须使制定的最佳决策得到贯彻落实。在实施过程中，还可能遇到意外的新情况、新问题，以及来自外界的干扰、阻碍，因此仍需要保持并发挥创新思维的独创性和能动性，继续解决新问题，排除一切干扰，使创新举措获得理想的

结果。

综上所述，创新思维的基本过程是一个由现实需要而发现问题，经过发散酝酿、顿悟创新、验证假说、作出决策，最终成功实施的多元综合系统。

1.3 创新能力的开发

俗话说：能人靠脑子吃饭，笨人靠力气活命。简而言之，就是能力强的人比普通人更善于运用正确的思维方法。所以，成功的捷径就是要勤于思考，要善于思考，要掌握正确的方法，要勇于实践。

(1) 要记住“一”、“三”、“五”、“七”

所谓“一”，指的是“一股精神”。每一个人都要以一股坚韧不拔的精神投身到创新活动中去，只有这样才能高度投入、干劲十足。在任何时候都要对自己说：“I can! I will try!”

所谓“三”，指的是“三个臭皮匠”。俗话说：“三个臭皮匠，胜过诸葛亮”，就某个人来讲，可能他的知识、经验不是最高的，但通过大家的群策群力，能够发挥出臭皮匠精神，那么，其创新能力就有大幅度提高。

所谓“五”，指的是“五个指头”。每个人有每个人的特长，每个人有每个人的作用。在一个团队中，他们就像人们手上的手指一样，虽然各有长短，但各有各的作用，既可互补不足，又可分工协作。因此，只要精诚合作，自会力量无穷。

所谓“七”，指的是要掌握七种有利于创新思维发挥作用的方法。成功人士事业的发展离不开创新思维，而创新的思维需要向传统思维挑战，只有如此才能更好地发挥创造力。发展创新思维的七种方法如下。

1 吸纳各种创意。创意是成功人士求发展的最大能量或资源。有一位在保险业取得成功的推销员对拿破仑·希尔说：“我从来不让自己显得精明干练。但我是保险业中最好的一块海绵，我尽量吸收所有良好的创意。”正如古人所云：“兼听则明”。

2 尝试变化。这是一个瞬息万变的世界，要想求得更大的发展，就必须尝试着去变化。比如一个人完全没必要整天守着一路线，不妨换条路回家，换一家餐厅吃饭，或换个新的剧院看戏，去交新的朋友，过一个同以前完全不同的假期，或计划在这个周末做两件从来都没做过的事。

3 积极进取。悲观的人永远都不会成为成功人士，成功人士总是充满信心地面对未来的发展。

拿破仑·希尔曾经说有这样一位女学员，她只学了4年商业课程，但是她在4年之内已经开了第4家五金店了，这可真是了不得的成就。因为她在刚开始创业的时候，只有3500美元的资金。她不仅缺乏经营经验，还要应付同其他人的激烈竞争。

拿破仑·希尔问她是如何取得这样的成就的？她是这样回答的：“我学到了有关成功的生意见。这是每一个商人都该学会的。那就是，刚开始懂得不多没有关系，最重要的是，在开业后，你学到什么以及如何应用。”

看来要在激烈的竞争中发展壮大自己，就必须时刻保持创新的心态并积极进取。

4 以更高的标准要求自己。成功人士在追求发展的过程中，都会不断地为自己设定更高的标准，不断寻找更有效的方法，或者降低成本以增加效益；或者用比较少的精力做更多的事情。“最大的成功”永远属于那些认为自己能把事情做得更好的人。事业的发展如逆水行舟，不进则退。通用电器公司有这样一个口号：“进步是公司最重要的一项产品”。你的心理态度决定了你的能力。你觉得你能做多少，你就做多少。如果你相信自己能做得更多，那么你就能创造性地想出各种办法。

5 善于学习。成功人士为求得更大的发展，总是在孜孜不倦地学习。学习有很多种渠道，如何向别人学习以提升自己的创造力至关重要。

你的耳朵就是你自己的接收频道，它为你接受很多的资料，然后转变成创造力。人们当然不会从自己说的话里取得什么收获，但是却能从“提问题”和“听”中学到不少的东西。

一个人身份越高，地位越高，他就越知道怎样“鼓励别人说话”，反而是地位低的人，才擅长滔滔不绝地讲话。所以说无论是哪个行业的杰出领导人，他们花在请别人说话上的时间，都比他们下达命令的时间要多。杰出的领导人在决定一件事情时，通常都会问：“你对这件事怎么看？”、“提个建议好吗？”、“如果遇到这种情况你会怎么样？”、“你对这件事有什么反应？”。这表面上看非常稀松平常，但是实际上却为他以后的发展做了很好的铺垫。

6 善于把握良机。成功人士不会放弃任何一个发展良机，哪怕这个机会只是偶然的一个灵感，他们都会用发展的眼光对待它。

7 激发灵感。成功人士永远都不会满足自己目前的成就，他们擅长于以各种方法激发自己的灵感。创意是思想的果实，但只有经过适当的管理、策划，才会在发展中挖掘它的最大价值。这就如同每一棵松树都会结很多的种子，但是可能只有其中的一两个才会最终成为大树。因为松树的