



21世纪高职高专精品课程系列

创新思维与 创新技法 新编

主 编 曹莲霞

副主编 赖光宝 孙桂秋



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



21世纪高职高专精品课程系列

创新思维与 创新技法 新编

主 编 曹莲霞

副主编 赖光宝 孙桂秋



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

创新思维与创新技法新编/曹莲霞主编. —北京:中国经济出版社,2010.1

ISBN 978-7-5017-9455-3

I. 创… II. 曹… III. 创造性思维-高等学校:技术学校-教材 IV. B804.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第151858号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址:www.economyph.com

责任编辑:伏建全(电话:010-68321948,13511003425)

责任印制:张江虹

封面设计:崔力

经 销:各地新华书店

承 印:北京市昌平新兴胶印厂

开 本:787mm×1092mm 1/16

印张:13.5 字数:270千字

版 次:2010年1月第1版

印次:2010年1月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5017-9455-3/F·8327

定价:26.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,由我社发行部门负责调换,电话:68330607

版权所有 盗版必究

举报电话:68359418 68319282 国家版权局反盗版举报中心电话:12390

服务热线:68344225 68341878

前 言

近几年来,在创新教育培养过程中,我们深深地感到对学生创新能力的培养是一件非常愉快的事,在整个学习过程中充分贯彻了“以学生为主体”的原则,深入贯彻了“寓教于乐”的教育理念,在整个教学过程中同学们可以充分地与实践、练习过程中愉快地学习、细心地观察、特别地思考,可以充分表达自己独立的见解,还可以充分地借鉴别人的认识成果,在不知不觉中提高了同学们的观察能力、思考能力、综合分析能力,提高了同学们的综合素质。

《创新思维与创新技法新编》是几位一线教师在几年的教学实践中,对创新教育实践教学的总结。各位老师深入研究高职高专院校学生的实际,根据高职高专院校学生的培养目标,在创新教育过程中,我们旨在培养学生积极向上的健康心理,培养学生良好的自信,培养学生灵活的创新思维方式,培养学生严谨科学的做事态度,培养学生恒久的耐心、坚强的意志和团队协作的能力,培养学生勇于实践、敢于创新的精神。

随着整个社会就业形势的变化和学生就业压力的增大,培养学生的创新能力和创业意识、创业能力是当务之急。所以,本教材在深入培养学生创新思维和创新技法训练的基础上,增加了运用创新思维进行创业或应用创新方法取得事业成功的典型案例,旨在揭示创新思维在职业活动中所具有的重要作用,也期望能给

不同行业的职业劳动者予以借鉴。

当你的创新能力增强了,当你的创新成果面世了,那么,如何让它绽放出更美丽的光芒,如何让它实现更大的社会价值呢?在这里我们还为同学们介绍了“挑战杯”全国大学生系列科技学术竞赛的知识,增加了知识产权、专利保护方面的内容,希望大家积极参与、积极实践,有更多的成果拿来服务社会。

编者

2009年8月

目录|CONTENTS

第一章 创新的基本原理	1
第一节 什么是创新	2
第二节 为什么创新	7
第三节 创新的基本原理	11
第四节 创新能力	14
第五节 创新者应具备的素质	17
训练 1	25
第二章 克服消极思维定势 善于发现创新点	27
第一节 消极思维定势及克服方法	28
第二节 善于发现创新点	36
训练 2	41
第三章 创新思维	45
第一节 发散思维	46
训练 3-1	50
第二节 收敛思维	52
训练 3-2	57
第三节 联想思维	61
训练 3-3	67
第四节 质疑思维	69
训练 3-4	74

第五节 逆向思维	75
训练 3-5	81
第六节 想象思维 直觉思维 灵感思维	85
训练 3-6	95
第七节 组合思维	95
训练 3-7	100
第四章 创新技法	101
第一节 智力激励法	102
训练 4-1	110
第二节 联想类比型技法	110
训练 4-2	117
第三节 设问类技法	118
训练 4-3	126
第四节 分析列举法	128
训练 4-4	134
第五节 组合型技法	135
训练 4-5	141
第五章 创新创业案例 20 则	143
训练参考答案	169
附录一	177
附录二	192
附录三	196
附录四	200



第一章 创新的基本原理

人类社会发展进步的历史就是不断创新的历史。人类学会了驾驭马匹以代替步行,当还觉得马车仍不够快时,就幻想着能够像鸟一样自由飞翔,于是就有了汽车,有了飞机。人类就在不断创新中得到飞速发展。

世界首富比尔·盖茨在一次演讲中说道:可持续竞争的唯一优势来自于超过对手的创新能力!

彼得·德鲁克说得更直接:要么创新,要么死亡!

在科技进步日新月异、国际竞争日趋激烈的今天,如何大力提高我国的自主创新能力,增强国家的综合国力和企业的市场竞争力,已成为关系国民经济和社会发展的重大问题。胡锦涛总书记反复强调,自主创新能力是国家的核心竞争力,也是企业生存和发展的关键。他进一步提出,必须坚持把培养造就创新型科技人才作为建设创新型国家的战略举措。

第一节 什么是创新

一、创新的含义

1. 创新

■ 犹太商人的经营之道 ■

多年以前,在奥斯维辛集中营里,一个犹太人对他的儿子说:现在我们唯一的财富就是智慧,当别人说一加一等于二的时候,你应该想到大于二。纳粹在奥斯维辛毒死了几十万人,父子俩却活了下来。

1946年,他们来到美国,在休斯敦做铜器生意。一天,父亲问儿子一磅铜价格是多少?儿子答35美分。父亲说:“对,整个得克萨斯州都知道每磅铜的价格是35美分,但作为犹太人的儿子,应该说3.5美元。你试着把一磅铜做成门把手看看。”

20年后,父亲死了,儿子独自经营铜器店。他做过铜鼓,做过瑞士钟表上的簧片,做过奥运会的奖牌。他曾把一磅铜卖到3500美元,这时他已是麦考尔公司的董事长。然而,真正使他扬名的,是纽约州的一堆垃圾。1974年,美国政府为清理自由女神像翻新扔下的废料,向社会广泛招标。但好几个月过去了,没人应标。正在法国旅行的他听说后,立即飞往纽约,看过自由女神像下堆积如山的铜块、螺丝和木料后,未提任何条件,当即就签了字。纽约许多运输公司对他的这一愚蠢举动暗自发笑。因为在纽约州,垃圾处理有严格规定,弄不好会受到环保组织的起诉。就在一些人要看这个犹太人的笑话时,他开始组织工人对废料进行分类。他让人把废铜熔化,铸成小自由女神;把水泥块和木头加工成底座;把废铅、废铝做成纽约广场的钥匙。最后,他甚至把从自由女神身上扫下的灰包装起来,出售给花店。不到3个月的时间,他让这堆废料变成了350万美元现金,每磅铜的价格整整翻了1万倍。

犹太商人用智慧换来了成多少倍增长的财富,他们靠的是什么呢?最重要的是创新的精神。那么到底什么是创新呢?

“创新”一词早在《南史·后妃传·上·宋世祖殷叔仪》中就曾提过,“创新”是创

立或创造新的东西的意思。创新的英文是“innovation”，起源于拉丁语，它有三层含义：更新、创造新的东西、改变。

新华词典中说创新是抛弃旧的，创立新的。其实，对旧的不完全是抛弃，更确切的应是扬弃。

但在知识经济时代人们更多的是引用国际上经济方面的创新理论。“创新”作为经济学的一个概念，最早是由诺贝尔经济奖获得者熊彼特提出的。1912年，哈佛大学的教授熊彼特第一次把创新这个概念引入了经济领域。换句话说，是他从经济的角度提出了创新，他认为创新就是建立一种生产函数，实现生产要素的从未有过的组合。同时，他还从企业的角度提出了创新的五个方面：产品创新，就是指要生产出一种新的产品；工艺创新，就是使用新的生产方法；市场创新，就是指市场的开辟；要素创新，也就是在生产中引进新的生产要素；以及制度创新，也就是企业的管理制度，管理体制和管理结构方面的创新。被称为“管理学之父”的德鲁克认为“创新可以作为一门学科展示给大众，可以供人学习，也可以实地运作”；20世纪60~70年代，人们越来越认识到，创新是一个多主体、多机构参与的系统行为；到了80年代，人们又提出了国家创新系统的概念和理论。

创新 指人类为了满足自身的需要，不断拓展对客观世界及其自身的认知与行为，从而产生有价值的新思想、新举措、新事物的实践活动。

具体地讲，创新是指人为了一定的目的，遵循事物发展的规律，调动已知信息、已有知识，开展创新思维，对事物的整体或其中的某些部分进行变革，产生出某种新颖、独特、有社会价值的新概念、新设想、新理论、新技术、新工艺、新产品等新成果的智力活动过程。

2. 创新的要素

创新的目的 满足需要。需要包括两层含义。一是指个人需要（如衣、食、住、行等）；二是团体或社会需要（如企业技术改造、构建和谐社会等）。

创新的主体 人类。这里人类包含两层含义。一是指个人（如自然人的发明创造）；二是团体或组织（如国家创新体系的建立）。

创新的客体 客观世界。包括自然界、人类社会以及人类自身的思维规律。

创新的过程 就是不断拓展和改变对客观世界（包括人类）认知与行为的动态活动本身。

创新的核心 就是创新思维。就是指人类大脑不断向有益于人类的方向动态化的思考改变的过程。

创新的关键 就是突破，包括量的突破和质的突破。创新不一定是绝对全新的东西，一些旧东西融合新的元素，配以新的形式，也可以叫做创新。只要它满足了人们进步的某些要求即可。

创新的结果 有两种。其一是物质的,如新产品的产生;其二是非物质的,如新思想、新观念的产生。

二、创新的特征

1. 目的性

任何创新活动都有一定的目的,这个特性贯彻于创新过程的始终。人类的创新活动是一种有特定目的的生产实践。比如:科学家进行纳米材料的研究,目的在于发现纳米世界的奥秘,提高认识纳米材料性能的能力,促进材料工业的发展,提高人类改造自然的能力。没有目的的创新是盲目的创新。

■ 康师傅方便面 ■

康师傅方便面在投产以前,台湾顶新集团下属的顶新公司并没有什么好产品。投资什么产品呢?他们是这样分析市场机会的:首先,中国有12亿人口,每个人都需要吃饭。如果投资于人们基本生活需要的产品,市场空间一定很大。而在人们的基本生活需要中间,“食”是排在第一位的,也是最基本的所以他们决定投资于食品。接着,投资于什么食品好呢?他们经过观察,发现大陆市场有两个特征。一是人口结构中双职工人数最多,他们回家吃饭的时间问题常常不能解决;二是中国的流动人口特别多,旅途中的吃饭问题常常难以解决。如果要做食品的话,以做方便食品为好。最后一个问题是,做哪一种方便食品好哪?考虑到方便顾客的使用,便于加工、运输、储存等因素,选择方便面,就是非常顺理成章的事情。就这样,1992年康师傅方便面在大陆全面推出以后,很快后来者居上,一举夺得了领导品牌的地位。截至1995年,康师傅方便面在3年内销售额增长了60倍;1999年,在《消费行为和生活形态年鉴》上,全国146个方便面品牌中,有2/3的人认为康师傅是其中的第一品牌。现在,康师傅从方便面起家,产品已经扩大到了饼干、矿泉水、米果、饮料等领域,这些都是与它的市场开拓策略息息相关的。

2. 价值性

价值是客体满足主体需要的属性,是主体根据自身需要对客体所做的评价。创新的目的性使创新活动必然有自己的价值取向。创新活动的成果满足主体需要的程度越大,其价值越大。一般来说,社会价值越大的创新成果,将越有利于社会的进步。相反,没有社会价值的创新,将无益于社会进步,也就没有任何社会意义。

■ 遥控信号干扰器怎么用? —— 盗车贼用高科技偷车 ■

“一个‘干扰器’,可以让周围10米内的汽车中控锁遥控信号失灵,车门无法锁

上。用这种方法,西安两名盗车贼三个月内盗得 20 余辆汽车。”日前,西安某媒体报道,西安市公安局在侦破去年年末的多起汽车及车内物品失窃案时发现,这些盗车案件与以往犯罪分子砸破车窗或撬锁行窃方式不同。盗车贼通过一种“电子干扰器”,使周围 10 米内的汽车中控门锁失灵,待车主认为车已锁好并远离后再从容实施盗窃。记者了解到,目前用类似“干扰器”偷盗汽车的案件在全国一些大城市频发,郑州去年也曾发生过多起类似的车辆被盗案件。

“遥控信号干扰器主要针对奔驰、宝马、凌志、奥迪、丰田、本田、大众系列等高档车。体积小,比打火机稍大一点,可直接握入手心操作,隐蔽性强。操作简单,只有一个开关,打开就处于干扰状态。”“汽车遥控信号屏蔽器,有效距离为 40 米,工作时可以让接收机完全接收不到遥控信号,失去遥控功能。内部有电池作电力供应达八小时。”

那么,这种汽车信号干扰器为何能让车门“假锁”呢?记者采访了某汽车服务站的技师李师傅。他告诉记者,汽车遥控干扰器其实就是一种信号屏蔽器,当车主使用遥控器关闭车门锁时,使用者利用干扰器发射电磁波,干扰遥控器发出的电子信号,使装在车上的主机不能接收到信号,而车主往往误以为车门已经锁好,待车主离开后,窃贼就可以打开车门进行盗窃。这种遥控信号干扰器其实是现在汽修行业普遍使用的电控系统检测仪被一些人“升级改造”而成的。

遥控信号干扰器仅就技术而言是一个很好的创新,为了保证考试的公平、防止电子手段作弊在各种考试过程中普遍得到应用。但是,盗车贼用高科技偷车这种做法是以危害社会为目的,就违背了创新价值性的原则。坚决反对打着创新的旗号进行违法犯罪活动。

3. 超前性

创新是对已有事物的改革和革新,是一种深刻的变革。创新以求新为灵魂,具有超前性。这种超前是从实际出发、实事求是的超前。

■ 汽车行业的创新 ■

进入 21 世纪,人类不得不面对汽车发展带来的能源和环境问题。因此,节能和环保自然成为汽车技术发展的主要方向之一。丰田汽车公司社长渡边捷昭去年在东京举行的丰田环境论坛上表示:“全球的汽车过去 5 年增加 1 亿辆,汽车已经对能源和环境构成了巨大挑战,如果不能解决地球环境和能源问题,就不会有汽车的未来。”

4 月 22 日是“世界地球日”,每逢此时,各大车企均会趁势展示其最新的节能环保成果、计划或理念。能源与环保,已成为当今全球车企要面对的首要课题。在这一领域,全球汽车业的领头羊丰田已硕果累累。以丰田雅力士为代表的车辆“小型化”战

略,正在为中国等全球新兴汽车主力消费国,作出节能环保的实际贡献,提供健康和谐发展的借鉴意义。

4. 新颖性

创新不是模仿、再造,因此,新颖性是创新的首要特征。创新是对现有的不合理事物的扬弃,是革除过时的内容,确立新事物。新颖性就是“前所未有”,一是指科技发展史上的原创性成果,世界范围内前所未有,是高水平的创新;另外还包括创新主体能产生出相对主体自身来说前所未有具有的新思想、新成果。前者我们叫它绝对新颖性,后者我们叫它相对新颖性。对于现实的个人,只要他产生的设想和成果是自己独立思考或研究成果的成果,就算是相对新颖的创新。

一个人若能达到发明或思考对自己来说是新东西的程度,那么就可以说他完成了一项创造性行为。

——照相机的发明者爱德华·兰德

一个三岁的儿童发现他能用积木做什么事情;或者一个六岁的儿童发现他能够把五分钱和五分钱加起来成为什么成果,即使世界上人人都知道这种事情,他也是一个发明家。

——美国著名哲学家和教育学家杜威

5. 高风险高回报性

创新可能成功,也可能失败,这种不确定性就构成了创新的风险。因此,在创新过程中,只准成功、不许失败的要求,实际上是不切实际的。只能通过科学的设计与严格的实施,来尽量降低创新的风险。

与此同时,创新可以重新组合生产要素,从而改变资源产出,提高组织价值。而对于企业来说,创新利润是最重要、最基础的部分,也只有创新利润才能够反映出企业的个性。

■ 航天事业的高风险 ■

2003年2月2日,美国当地时间2月1日,载有七名宇航员的美国哥伦比亚号航天飞机在结束了为期16天的太空任务之后,返回地球,但在着陆前发生意外,航天飞机解体坠毁。

美东时间上午九点(北京时间22:00),也就是在哥伦比亚号着陆前16分钟,该机突然从雷达中消失。电视图像显示,解体的哥伦比亚号在得克萨斯州的上空划出了数条白色的轨迹。此次在哥伦比亚号上遇难的七名宇航员分别是:里克·赫兹本德、威廉·麦克库尔、迈克尔·安德森、大卫·布朗、凯尔帕娜·乔拉、劳里尔·克拉克以及以色列人伊兰·拉蒙。

■ 航天事业的高回报 ■

航天事业是一项高风险、高投入、高回报的事业。在航天技术的发展过程中,已逐步形成了空间资源利用、运载器与天地往返运输器,以及应用卫星和卫星应用等方面组成的航天产业集群。

美国宇航局专家曾在今年年初计算,美国在载人航天上的每1美元投资都能收到9美元效益,有3万多种民用产品得益于研制航天飞机发展出的技术,更不用说航天飞机100多次飞行所带来的科学成果。

资料表明,美国空间计划获得的技术已经为美国增加了2万亿美元的巨额利润。在21世纪头十年,预期的高额利润将吸引6500亿~8000亿美元的资金注入全球空间工业。到2010年,美国在空间的资产将达到5000亿~6000亿美元,大约相当于现在美国在欧洲的资产。

第二节 为什么创新

早在3000多年前,我国的商汤王就喊出了响彻环宇的创新之音“苟日新,日日新,又日新”。人类为什么要创新呢?

从生物学角度来看,创新是人类生命体内自我更新,自我进化的自然天性。生命体内的新陈代谢,自我更新是生命的本质属性。生命的缓慢进化就是生命自身创新的结果。

从心理学角度来看,创新是人类心理特有的天性。探究未知是人类心理的自然属性。反思自我,诉求生命,考问价值是人类客观的主观能动性的反映。

从社会学角度来看,创新是人类自身存在与发展的客观要求。人类要生存就必然向自然界索取他的需要。人类要发展就必须把思维的触角伸向明天。同时,创新是人类社会文明与进步的标志。外在标志是先进的科学技术物化后生产工具的诞生。内在标志是人类大脑思维的高度进化。

从人与自然的关系来看,创新是人类与自然交互作用的必然结果。

由此可见,创新是人类的本质属性,是人类存在和发展的客观要求,也是人类社会文明与进步的标志。也就是说有了人类就开始了创新。但是,21世纪的今天,创新比任何时候更受人们的关注,创新的压力更显紧迫,究其原因有以下几点:

一、人类的生存与发展遇到了严峻的挑战

人类在利用自然、改造自然为自己谋利益的时候,由于违背了客观规律,使得自身

的生存和发展遇到严峻挑战。资源匮乏、人口膨胀、环境污染、疾病丛生、江河断流、土地沙化、全球变暖、物种灭绝等。

■物种的天绝■

仅以物种灭绝为例：从1600~1800年，地球上的鸟类和兽类物种灭绝25种；从1800~1950年地球上的鸟类和兽类物种灭绝了78种。现在，全世界每天有75个物种灭绝，每小时有3个物种灭绝。近百年来，在人类干预下的物种灭绝比自然速度快了1000倍。很多物种还没来得及被科学家描述和命名就已经从地球上消失了。一直被认为种类和数量众多，有很强恢复能力的昆虫也开始面临灭绝的命运。自从6亿年前多细胞生物在地球上诞生以来，物种大灭绝现象已经发生过5次。现在进行之中的第六次物种大灭绝，人类成为罪魁祸首。专家认为，人类是否会列入其中也很难说。物种灭绝的原因，主要是由于生态环境的破坏，人类不合理的开发利用、环境的污染和外来物种的引入。有科学家估计，如果没有人类的干扰，在过去的2亿年中，平均大约每100年有90种脊椎动物灭绝，平均每27年有一个高等植物灭绝。但是因为人类的干扰，使鸟类和哺乳类动物灭绝的速度提高了100倍到1000倍。美国杜克大学著名生物学家斯图亚特·皮姆认为，如果物种以这样的速度减少下去，到2050年，目前的四分之一到一半的物种将会灭绝或濒临灭绝。

如果人类由于自身的行为而造成灭顶之灾最终时刻的来临，人类会成为幸存者吗？

二、中华民族的生存与发展同样遇到了严峻的挑战

新中国成立六十周年，特别是改革开放三十周年我国经济社会事业取得巨大进步的同时，中华民族的生存与发展同样也遇到了严峻的挑战，遭受巨大压力。如人口压力、经济压力、安全压力、资源压力、技术压力、分配压力、文化教育压力、国民素质压力、民主与法制的压力等。

环境污染严重。根据2003年的数据，流经城市的河段90%受到严重污染；75%的湖泊出现富营养化；有近3亿农村人口饮用不合格的水。全国近1/3的城市人口生活在严重污染的空气环境中。

生态环境仍在恶化。沙化土地面积以每年3436平方公里的速度增加；天然林不足10%；全国90%以上的天然草原出现退化，许多河流开发利用超过国际生态警戒线（30%~40%），2003年沿海赤潮发生次数比20世纪80年代增加了

3倍。受工业“三废”污染的耕地面积达1.5亿亩,占全国耕地的8.3%;化肥和农药使用量过大,农产品安全受到影响;大城市机动车增长迅速,面临着光化学烟雾的威胁。

资源问题严重。统计数字表明,我国每万元GDP耗水量比国际水平高5倍,总能耗是世界平均水平的3倍。新中国成立60年来,我国GDP增长了10多倍,而矿产资源消耗同比增长了40多倍。我们创造了世界GDP总量的4%的同时,消耗的原油、原煤、铁矿石、钢材、氧化铝和水泥则分别是世界消耗总量的7.4%、31%、30%、27%、25%和40%。有资料分析,到2010年我国现有与人民生活息息相关的主要大宗矿产中,石油、天然气、铝、铁、铜、黄金、镍、锰等无法满足国内需求。到2020年我国短缺的矿产资源将增至39种,供需矛盾十分严峻。根据全球矿产资源战略研究中心提供的报告预测,与我国未来二三十年主要矿产的巨大需求相比,我国目前探明的主要矿产储量显得严重不足,虽然我国矿产资源总量丰富、品种齐全,但已勘察矿产资源中经济可用性差和经济意义不明确的资源储量所占比重达2/3,可采和预可采储量比例低,其中45种主要矿产可利用的资源储量大幅度减少,这表明矿产资源对我国经济社会的保障程度出现下降趋势。

三、21世纪是一个以创新为特征的充满竞争的世纪

目前,知识资源和人力资源已经成为当前世界主要的财富资源。发达国家的财富量主要以人力资源为标志,发展中国家由于缺乏人力资源不得不靠出口实物资源来交换知识产品。

中国最缺少的是什么?到2008年为止,世界上已经有28个国家的529位科学家获得了诺贝尔科学奖,中国至今未实现零的突破;20世纪下半叶改变和影响人类生活方式的30项重大发明,没有一件是中国人发明的;美国《时代周刊》每年评选全球最佳发明,没有一件是中国人发明的。中国人最缺少的不是资源,不是美元,而是创新意识、创新精神、创新能力和鼓励创新、保护创新的社会环境。

有学者研究认为,中国为什么要强调自主创新?主要由这样两个严峻的事实决定的:第一,中国难以持续地和长久地以有形的实物资源交换发达国家无形的知识和技术资源。第二,在有形产品与无形产品的交换过程中,无形产品的利润率大大高于有形产品。中国如果长期处在有形产品的生产阶段,在国际分工中只能获得微薄的利润,国民财富便很难有实质性地增加。

发达国家靠创新人才的培养、创新能力的开发,使其综合国力远远超过我们。从生产率看,日本是中国的40倍,美国是中国的50倍,中等发达国家是中国的10倍;从科技投入看,日本是中国的25倍,美国是中国的50倍;从人均科技投入看,日本是中

国的250倍,美国是中国的300倍。

四、当今时代是一个用智慧创造财富、实现个人价值的时代

知识不等于智慧,知识的灵活运用才能形成智慧。创新不仅是民族的呼唤、时代的要求,同时也是我们个人实现人生价值,炫丽人生舞台的重要砝码。在竞争激烈的21世纪,能否创造更多的财富,使自己的人生价值最大化,能否使自己的人生轨迹最亮丽,我们同样需要创新。

■卖火柴的大男孩■

杭州人沈子凯是个80后大男孩,最近正忙着卖火柴,他的头衔是杭州吉卜力艺术创造社的市场总监。在卖火柴之前,沈子凯拥有一家自己的广告公司。再往前,他是一个艺术设计专业的学生。

2007年,一个做创意的朋友送给沈子凯一盒酒店用火柴让他选择了改行。黑色的外盒上用UV工艺压着细碎的花纹,火柴又长又粗,与平时看到的火柴完全两样。朋友说这叫“送财”,既漂亮又讨口彩的礼物让沈子凯很高兴,无聊时常常反复把玩这盒火柴,他想起了曾经的创意产品计划。经过一番思考和市场调查,他离开一手创办的广告公司,注册了这家名叫“杭州吉卜力艺术创造社”的公司,专心开发起艺术火柴。

2007年7月,沈子凯正式注册了纯真年代艺术火柴商标,三个月后开始销售,并在今年4月份正式开始加盟连锁。随着第一家店的开张,在西塘、黄山、上海、苏州、阳朔、北京等地的10多家加盟店陆续开张营业,自己的直营店也于7月份在绍兴鲁迅故里开张。目前纯真年代的近百个经销商遍布了除西藏、新疆外的中国大半地区。

“我们并非卖火柴,我们卖的是时尚元素,怀旧情怀,火柴只是目前我们物色到的一个载体而已。”现在卖艺术火柴的人都喜欢把其称卖“创意产品”。艺术火柴最大的特点就是把文化、艺术等元素融入外观设计中。目前艺术火柴大多成套销售,有长方形、正方形、三角形等多种不同规格,内容则从古代帝王、“二战”名将、十大元帅等历史人物,到时尚名车、城市涂鸦、影视海报等时尚题材无所不包。而像“帅哥合格证”等“书式”装订的异形纸质火柴更是极具特点。