



要么转型 要么淘汰

对全球500位冠军智慧的提炼 从优秀到卓越的精英思维纲领

# 中国 新思维

北大总裁班“思维模式”演讲录

思维模式是21世纪最核心的战略资源

—China's New Thinking—

叶舟(博士) 均亮/著



中國華僑出版社

要么转型，要么淘汰

对全球500位冠军智慧的提炼 从优秀到卓越的精英思维纲领

# 中国 新思维

—China's New Thinking—

叶舟(博士) 均亮/著



中國華僑出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国新思维：北大总裁班“思维模式”演讲录 / 叶舟 均亮编著.  
—北京：中国华侨出版社，2011.7

ISBN 978-7-5113-1478-9

I. ①中… II. ①叶…②均… III. ①创造性思维-应用-企业管理-研究-中国 IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 100935 号

## ● 中国新思维：北大总裁班“思维模式”演讲录

---

编 著 / 叶 舟 均 亮

责任编辑 / 文 心

版式设计 / 丽泰图文设计工作室 / 桃子

经 销 / 全国新华书店

开 本 / 710×1000 毫米 1/16 开 印张 / 22 字数 / 308 千字

印 刷 / 三河市华润印刷有限公司

版 次 / 2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-1478-9

定 价 / 38.00 元

---

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编：100028

法律顾问：陈鹰律师事务所

编辑部：(010) 64443056 64443979

发行部：(010) 64443051 传真：(010) 64439708

网 址：www.oveaschin.com

E-mail：oveaschin@sina.com

## 导言：换工具就是换命运

### 1. 最伟大的工具是思维的工具

人类文明的发展史就是一部工具的进化史。先看一个生活常识：

你+用脚走路=10公里/小时；你+骑自行车=15公里/小时；

你+摩托车=30公里/小时；你+小汽车=70公里/小时；

你+普通火车=100公里/小时；你+高速火车=300公里/小时；

你+飞机=900公里/小时；你+宇宙飞船=11.2公里/秒。

从上面常识我们看出，工具选择决定成败。“你”并没有变，只是交通工具变了，所造成的结果就大不相同。追求成功亦是如此，一个人在追求成功的路上，人不变，只要工具变，就能创造出不同的人生。黑格尔指出：人们在进行工作以前，必须对于用来工作的工具先进行认识，假如工具不完善，则一切工作将归徒劳。在其他条件相同的情况下，谁先采用更为先进的工具，谁赢的概率就会更高。

在这个世界上，最伟大的工具是思维的工具。正是它制造了卓越与平庸，制造了小人与伟人。其实，人与人的大脑在生理机能上并没有多大差别，爱因斯坦出生时的大脑与你我出生时的大脑差别几乎很小，但为什么会在以后的人生中产生如此不同的结果呢？主要原因就是大脑输入的思维方式不同，追根溯源就是各自使用的思维模式不同。思维工具常常具有左右胜负的功效。

怀特海认为所有的工具中最伟大的工具是思维的工具，思维工具是器中之大器。他认为西方人最伟大的发明，是“发明了发明的工具”，即科

学的思维方式即思维工具，亚里士多德的《工具论》指的就是思维工具。

西方人一直致力于打造思维工具，把思维工具磨炼得越来越锋利。例如，培根的《新工具》、洛克的《人类理解论》、康德的《纯粹理性批判》等，使西方人产生了庞大而精深的一系列科学理论。然而，翻开中国的历史，居然连一部像样的造物的“以物为本”的系统思维工具都拿不出，只有关于“以人为本”的思维工具，这是不完整的。

## 2. 迅速转变思维模式是时代的需要

推进中华民族的伟大复兴要求转变思维模式。

从大历史看，世界上的冠军国家、领袖国家，无一例外都是创造新思维模式的国家，都是以特殊立国，以创新兴国，而绝不是以复制型、模仿型、拷贝型的思维模式立国。

无论是哪个国家，一旦在实践中找到了全新的思维模式，就必将推动文明新进步，就必将开辟历史新时代，就必将建立世界新程序，就必将引领全球新潮流，就必将创造发展新奇迹，就必将造福更多的人民。

今天，中国正处在从旧的工业文明转向全新的商业文明、信息文明迸发的时期；今天，中国面临着一系列重大转型，如经济转型、政治转型、社会转型、文化转型、学习转型等。旧的观点、思维、产品都将面临着整体淘汰出局，几乎所有传统产业、传统价值观、传统思维模式、传统人才、传统领导、管理经济、管理模式都将面临着整体淘汰！它不只是某个点的淘汰，而是旧的存在整体淘汰，是过时的行业整体出局，是旧的圈子大批量迅速死亡。

淘汰的本质是淘汰旧思想。因此，只有转变思维方式，才能跟上新的形势，才能避免淘汰！具体说来，中国要迅速转变思维模式是因为有如下十大原因。

一是社会极化要求转变思维模式；二是全球一体化要求转变思维模式；三是中国战略大转型客观上要求转变思维模式；四是制约中国发展的内外因要求转变思维模式；五是禁锢大脑的创造力要求转变思维模式；六是中国教育理念陈旧要求转变思维模式；七是人类的危机要求转变思维模式；八是学习转型要求转变思维模式；九是推进中华民族的伟大复兴要求

转变思维模式；十是职工转型要求转变思维模式。

总之，中国目前许多问题都会聚到一个根本问题上来了，这个问题就是：转型。

历史证明，所有的重大转型都是建立在思维转型基础之上的，都是行动未动，思维先行。思维不先转型，一切都会成为空话、假话，因为人的行为是由思维决定的，而思维又是由思维模式决定的。

因此，一切转型必须首先从更新思维模式开始。首先若不找到适合新时代需求的新思维模式，若不把新思维模式放到一切转型的首要位置来学习，那么，转型就会流于形式，就会走过场，就难以真正实现。

更何况，信息时代的本质就是追求卓越，追求卓越就是造冠军。造冠军的首选工具当然是思维工具。未来摆在我们面前的第一要务，不是“怎么做”，而是“怎么想”。为了研究和解决中国人面临的一系列新问题，我们需要更深入地去探寻问题的症结，需要在更广阔的未知领域去寻找问题的答案。

### 3. 必须力倡创新智慧

面对中国未来究竟怎么想、怎么做，我们开出的直通的、理性的处方是：整合高宽深，直接造冠军。

在复杂的历史背景和国际极端的环境下，中国新一轮的改革开放绝不能再是变通的和感性的，而应该是直达的（理论必须原创）和理性的。

创新无止境中国的改革开放必须继续，而且必然由感性改革开放阶段进入理性改革开放阶段。今天，我们不能再像没实力的篮球队员投球一样绕来绕去，而应像强者一样直接扣篮。

因此，“如何直达”和“理性”才是中国今天发展面临的重大战略课题。今天，我们应把国家整体智力导向“创造卓越”这个主题上来。今天，中国人的主题是卓越，而不再是昨天的优秀。

目标未动，思想先行。在中国大转型的今天，作为中国的精英，都应把主要精力放到研究和探索国家发展的新战略、新方法、新策略上来。此时此刻，中国完全有必要拿出一套战略性的思想、方法和策略，来全面推动中国进一步发展。

因此，昨天的一切都只能辩证的取舍。

#### 4. 推出“造冠军”的三种创新思维工具

目前中国研究最薄弱的环节是思维科学，思维科学至今没有成为一门独立的科学知识体系被人们重视，自然更谈不上组织化、系统化地研究开发，虽然有许多业余爱好者在零星做这方面的工作，但远远满足不了中国发展的需要。

同时，思维科学研究也应是中国发展战略的一部分，随着中国经济、政治、文化地位的日益提升，中国作为一个负责任的文明大国，理应承担起对全人类未来幸福的责任，理应在继承全人类一切优秀文化成果的前提下，推出更为先进的文明模式、思维模式，为全人类的和谐和进步作出积极的贡献。

我们经过五年市场调研归纳总结，通过对中外5000年来的思维模式进行系统研究，开发出了一整套处理信息文明的思维教材。这套思维教材共有三部，即新思维模式、新思维方法和新思维策略。

第一部《中国新思维》负责重建全新的思维框架。因为思维模式决定思维方式。思维模式更高于、更基础于思维方式。虽然，模式和方式分别潜存于思维的深层和潜期，是看不见的，但思维方式受制于思维模式的这种体会对每个人来说都是显而易得的。思维模式在思维活动中虽然不易察觉，但发挥着重要作用。它是影响思维活动的战略因素。思维模式在根本上制约着加工的方向和效果，在源头、整体和系统上保证着思维活动的运行，我们才更加珍视它存在的意义。这个框架具有极强的开放性，它能有效接收全球之前沿主要信息，能高屋建瓴，把握本质，能重建人生的追求系统。这个新思维模式表述为：

新思维模式=更高+更宽+更深

这个模式新在哪里？

新在是做事的思维，而不仅仅只是传统文化的做人的思维；新在能紧跟信息时代，是在一体化条件下造冠军的思维；新在是方法论中的总方

法。这个思维模式是空间卓越模式，是在全球化的背景下实现卓越的冠军思维模式，是极值时代实现极值的思维模式。

今天追求成功与以往的追求成功的背景、条件都大不相同了。过去追求成功的条件大多是狭窄的、静态的、清晰的，今天追求成功的条件是宽广的、动态的、模糊的。因此，世易时移，我们必须更换新的思维模式以适应新的时代。此思维模式完全与今天的大趋势更高、更宽、更深相配套。

此书是中国第一套原创性科学思维模式，对指导中国 21 世纪发展有一定的帮助作用，对个人和组织从优秀到卓越有指导作用。

第二部《新思维方法》负责将传统智慧中的神秘部分清除，将人类创造思维以最直白、最简单而易于操作的方式介绍给每位读者，使人人都能创新创造，从而最大限度地调动人的创造力，开发人的潜能。

第三部《新思维策略》负责对前面方法论的补充和完善。它是实现价值最直接的使用工具和有效手段。这种工具一旦使用，其价值便立竿见影。

总之，本书中“新思维模式”是从人类 5000 年冠军智慧中解读出来的新思维工具；它是中国第一套整体指导 21 世纪发展的原创性科学思维模式；它为我们怎么想提供了具体的方法！

这本书中的新思维模式，总结了一个时代！

这本书中的新思维模式，终结了一个时代！

这本书中的新思维模式，将开创一个时代！

## 5. 人是要有点使命感的

我们是一群叛逆者，我们有一个共同的梦想——提升中国智力总量。

君不见高堂明镜悲白发，朝如青丝暮成雪。每个人来到人间，都有自己的使命，但不一定在离开时，都完成了自己的使命。人生如此短暂，稍有不慎，就有可能抱憾终生，令人扼腕。为了不负此生，我们组织了五个人的研讨小组，用了三年时间，别开大师们人云亦云的繁华嘈杂，对中国未来发展的根本性课题——思维模式——进行了探索性研究。

本书就是我们奉献给 13 亿中国人的研究成果，希望改变人的观念和



思维方式、振兴中国国力，对推动中华民族的伟大复兴有些帮助。希望本书能给人以无限的动力来超越有限的人生；教人以层层地突破来达到人生的彼岸！

在今后五年，我们通过一系列的传播，希望每个中国人都能正确使用此新思维模式，都能用我们推出的新思维模式武装自己。

中华民族在世界历史中浩浩荡荡，延绵 5000 年，是唯一没有灭亡过的民族，究其根本原因，就是每在危难或历史大转型时期，必有先贤大哲挺身而出，唤醒人心，所以总能扭转颓势，以弱制胜！

中华民族的伟大复兴必然历经痛苦期、发展期、强盛期三个阶段，每个阶段必然都需要不同的思维工具，我们课题组只希望实实在在为国家的繁荣昌盛解决一个问题，为人类的和谐幸福尽点绵薄之力。许多朋友说“你们用自己的钱，为国家做课题研究，简直是中国最有使命感的学者之一”，这我不敢担，但我肯定有一腔热血，万丈豪情。因此，情不自禁在序言煞尾处说上了这么几句。

我们都是十分普通的人，没有过人的才智，因此，在编写此书内容时，参考了中外 200 多位专家、学者及优秀人士的思想成果，在此一并致谢！另外，由于任务艰巨，时间仓促，书中自然还有许多不足之处，还望读者多提完善意见！最后，要特别感谢苏畅斌教授的支持！

作者序于北大蔚秀园

导言：换工具就是换命运

## 第一章 学习原创性新思维模式——启智

### 一、思维模式究竟是什么

- 1.思维模式究竟是什么 ..... 002
- 2.思维模式是如何形成的 ..... 004

### 二、思维模式有什么作用

- 1.思维模式不同，命运不同 ..... 006
- 2.思维模式拉开了人与人的距离 ..... 009
- 3.思维模式的战略作用 ..... 017

### 三、重构思维模式的历史原因

- 1.中国几大经典思维模式利弊 ..... 020
- 2.中西思维模式的具体比较 ..... 024
- 3.中国智慧的另一方面 ..... 026

### 四、重构思维模式的当代因素

- 1.全新的世界大趋势要求转变思维模式 ..... 029
- 2.中国今天的大转型需要转变思维模式 ..... 038

### 五、旧模式必须淘汰出局

- 1.旧思维模式的严重不足 ..... 042
- 2.旧思维模式必须迅速淘汰 ..... 045
- 3.适应未来的新思维模式应具备的特征 ..... 048

### 六、推出崭新的大格局思维模式

- 1.新思维模式是什么 ..... 050
- 2.新思维模式的四大内容 ..... 051
- 3.新思维模式是大格局思维模式 ..... 052

4.大格局思维与小格局思维的区别 .....	054
5.新思维模式有何作用 .....	056
6.新思维模式的目的：解放小人，成就大人 .....	057

## 第二章 新思维模式的高度超越——升级

### 一、比高是竞争的终极追求

1.人天生是追求向上的动物 .....	060
2.高度是我们终身的追求 .....	063
3.比高的五个基本级别 .....	065
4.高度之争无处不在 .....	068

### 二、追求高度的巨大回报

1.规避危机 .....	071
2.带来马太效应 .....	072
3.高度创造感召力 .....	073
4.高度指引方向 .....	076
5.高低层级产生社会驱动力 .....	076
6.没有高度就会纠缠于问题本身 .....	077
7.带来高峰体验 .....	077

### 三、高度的本质就是做差异

### 四、高度的外化就是做品牌

1.没有品牌就没有竞争力 .....	083
2.个人品牌的打造 .....	084

### 五、提升人生高度的三大方法

1.方法一：登高山 .....	090
2.方法二：拜高人 .....	093

3.方法三：找对手 .....	101
4.自己是最大的对手 .....	102
<b>六、提升产品高度的三大方法</b>	
1.方法一：占位 .....	105
2.方法二：插位 .....	107
3.方法三：切位 .....	109

## 第三章 新思维模式的宽度超越——跨界

### 一、人类已全面进入外因时代

1.宏观因素：网络革新了人类的关系 .....	114
2.空间化时代到来了 .....	116
3.外因的影响越来越大 .....	117
4.世界已进入全面整合时代 .....	119

### 二、不组合外因就必定死亡

1.圈子内信息死亡严重 .....	121
2.无处不在的圈子死亡 .....	123
3.圈子内信息价值递减 .....	126
4.圈子内折腾毫无意义 .....	128
5.圈子内跟进加速死亡 .....	129

### 三、宽度的本质就是做关系

1.万物都有关联 .....	131
2.关系就是价值，连接创造关系 .....	133

### 四、拓展关系需要不断跨界

1.跨界是什么 .....	135
2.跨界的世界趋势 .....	138
3.跨界的几种常见在型 .....	139

4.如何深入理解跨界 ..... 144

## 五、拓展人生宽度的三大方法

1.方法一：拓宽眼界 ..... 145

2.方法二：拓宽脑界 ..... 152

3.方法三：拓宽胸界 ..... 158

## 六、拓展产品宽度的三大方法

1.方法一：借卖点 ..... 165

2.方法二：搞“杂交” ..... 172

3.方法三：促整合 ..... 178

# 第四章 新思维模式的深度超越——集中

## 一、深度就是寻找本质规律

1.深度无处不在 ..... 182

2.极值是如何造成的 ..... 183

3.挖掘深度就是向极限挑战 ..... 185

4.挖掘深度就是寻找本质 ..... 188

## 二、发现本质要修炼洞察力

1.一叶知秋的洞察力 ..... 190

2.提升发现问题的洞察力 ..... 192

3.提升分析问题的洞察力 ..... 194

4.如何才能透过现象看本质 ..... 196

## 三、挖掘本质要修炼逻辑力

1.逻辑分析力是成大事必备的工具 ..... 197

2.运用逻辑解决问题的三个原则 ..... 199

3.发现问题的三个步骤 ..... 200

<b>四、深度的实现需要高度集中</b>	
1.天下大事必起于点 .....	201
2.集中才能做透一个点 .....	202
3.只做 20%最有价值的事 .....	205
<b>五、挖掘人生深度的三大方法</b>	
1.方法一：止的修炼 .....	206
2.方法二：专的修炼 .....	216
3.方法三：挺的修炼 .....	222
<b>六、挖掘产品深度的三大方法</b>	
1.方法一：做减法 .....	233
2.方法二：做精细 .....	239
3.方法三：做感动 .....	246

## 第五章 新思维模式的总目的——造冠军

<b>一、思维模式的总目标是造冠军</b>	
1.冠军是当今时代的需要 .....	254
2.只有通过高、宽、深才可以创造冠军 .....	256
<b>二、思维模式中高、宽、深的要义</b>	
1.高度思维研究的内容 .....	258
2.宽度思维研究的内容 .....	260
3.深度思维研究的内容 .....	264
<b>三、思维模式中高、宽、深的相互关系</b>	
1.思维模式力量“一个都不能少” .....	266
2.三种思维力的相互影响 .....	268
3.思维力的表达层次 .....	271



#### 四、思维模式中高、宽、深的自我审查

- 1. 缺失高宽深的表现形式 ..... 273
- 2. 缺失高宽深的结果 ..... 277

#### 五、思维模式造冠军的策略

- 1. 策略一：内补修炼 ..... 282
- 2. 策略二：外拼修炼 ..... 285
- 3. 方法三：八方延伸修炼 ..... 287

#### 六、思维模式造冠军的方法

- 1. 冠军要素整合论 ..... 288
- 2. 实现从量变到质变的创造 ..... 307
- 3. 团队协作造冠军 ..... 313

#### 结束语：

- 从今天起，就要用新思维模式看世界 ..... 315

# 第一章

## 学习原创性新思维模式——启智



## 一、思维模式究竟是什么

●

### 1. 思维模式究竟是什么

首先看一则有关思维模式的实验：

有人将五只猴子放在一个笼子里，并在笼子中间吊上一串香蕉，只要有猴子伸手去拿香蕉，就用高压水教训所有的猴子，直到没有一只猴子再敢动手。然后用一只新猴子替换出笼子里的一只猴子，新来的猴子不知这里的“规矩”，竟又伸出上肢去拿香蕉，结果触怒了原来笼子里的四只猴子，于是它们代替人执行惩罚任务，把新来的猴子暴打一顿，直到它服从这里的“规矩”为止。实验人员如此不断地将最初经历过高压水惩戒的猴子换出来，最后笼子里的猴子全是新的，但没有一只猴子再敢去碰香蕉。

起初，猴子怕受到“株连”，不允许其他猴子去碰香蕉，这是合理的。但后来人和高压水都不再介入，而新来的猴子却固守着“不许拿香蕉”的“前猴”传递下来的思维模式，不敢越雷池半步。从此，这个笼子里的猴子就受那个新导入的思维模式的控制和主宰，这正如我们接受祖传观点和思想一般无二。

下面简单交待一下什么是模式？

如果一种状态很容易导致另一种状态，那就叫模式。模式是将各项信息结合在一起，从而让人产生某种预期。

“君不见黄河之水天上来，奔流到海不复回”，这里的黄河之水的流向