

Creative

let me help you

on the doc

hi

创意：

帮你打开创业之门

孙志芳 余伟强 陈 苡 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

创意：

帮你打开创业之门

孙志芳 余伟强 陈 苡 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

创意: 帮你打开创业之门/孙志芳, 余伟强, 陈苡编著. —广州: 暨南大学出版社, 2015. 6

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1380 - 0

I. ①创… II. ①孙…②余…③陈… III. ①企业管理
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 062861 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 890mm × 1240mm 1/32

印 张: 5.125

字 数: 128 千

版 次: 2015 年 6 月第 1 版

印 次: 2015 年 6 月第 1 次

定 价: 19.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

前言

当下，大学生就业不可避免地成为“天之骄子”步入社会的头等大事。虽然，我国的经济发展迅速，但是与每年几百万，甚至过千万的应届大学毕业生的数量相比，经济发展的步伐将会被巨大劳动人口的涌入所拖累，社会的就业压力也因此越来越大；从前人们形容某些热门单位招聘“博士生一走廊，硕士生一礼堂，本科生一广场”的情景，现在已越来越寻常。于此，本书作者认为，与其和成百上千的人去竞争热门单位的一个职位或者一个公务员的岗位，倒不如自己动手，开辟一条自己的就业之路！本书就是在这样的理念驱动下撰写出来的，希望本书能给即将步入社会的青年学生以帮助和启迪。

我们用丰富的创业知识和经验，将创意的内涵和外延、创意的源泉和规则、创业前的理财和理念，以简短、生动、活泼的文字，用朋友式的交流表述，把知识传递给读者。给读者呈现一本实用性与趣味性兼具的读物。

创意，犹如一把打开创业之门的锁匙，打开大学生朋友顺利进入社会，展示自我的新天地。

编者

2015年3月

目 录

● 前言/1

● 第一章 创意的魅力/1

第一节 趣/2

第二节 潜/7

第三节 魅力/9

● 第二章 寻找创意的来源/17

第一节 创意在于尝试/18

第二节 创意在于发现/21

第三节 创意源于改变/25

● 第三章 启动创意新思维/33

第一节 新/34

第二节 奇/38

第三节 认同/43

● 第四章 开辟创意的路径/51

第一节 创/52

第二节 前/58

第三节 没有/61

● 第五章 遵循创意的原则/71

第一节 专/72

第二节 实/75

第三节 领/79

第四节 简/82

● 第六章 珍视创意的真情/91

第一节 意/92

第二节 真/96

第三节 信心/101

● 第七章 善理创业的财务/109

第一节 成本和利润/110

第二节 建立简单的会计账簿/115

第三节 做好资金预算/119

● 第八章 坚信创业无难事/125

第一节 信念/126

第二节 学习/132

第三节 沟通/139

第四节 判断/142

第五节 积累/151

第六节 恒心/156

第一章

创意的魅力

创意最大的魅力在于能够触动心灵。当你邂逅一项创意时，你或是会心一笑，或是目瞪口呆，或是乐不可支，或是豁然开朗……总之，它能直指你的内心，引起你的共鸣，让你在喧嚣浮躁的尘世获得妙不可言的喜悦。它好像捉摸不定，又好像无处不在。你会对它上瘾，你会觉得生活中再也离不开创意，会觉得它仿佛一粒植入你心田的种子，发芽、开花……

第一节 趣

“趣”泛指人们的审美理想及审美情趣，包括人们在审美过程中的趣味以及对艺术美的认识、理解、要求等。由于这种趣的存在，使创作者和欣赏者之间可以相互沟通，产生共鸣，并且有了一定的审美标准。所以，“趣”直接影响着创作和欣赏。为了更好地吸引购买者，我们的创意首先要有“趣”。趣味是一个由口舌感觉引申出来的比喻；它是一件极寻常的事，却也是一件极难的事。创意有趣则感人，无趣则无法感人。只有创意与欣赏者的审美取向相契合时，欣赏者才能产生美感，作出肯定的审美判断。说创意有趣，到底趣在哪儿呢？从创意带来的各种不同层次和反应中，我们可以从美趣、谐趣和天趣三个方面对趣进行分析。

美趣

创意中的美是带来趣味最直接的一种反应，它具有强大的感染力与吸引力，能在第一时间把你击中，抓住你的视线，净化你的心灵……

湾仔天桥的前世今生

香港市中心有一个地方叫湾仔。

湾仔的轩尼诗道与皇后大道东交界处有一座人行天桥。

这是一座普通的人行天桥，桥上人来人往，匆匆而过。

美中不足的是，天桥上的圆柱常常被人涂鸦，乱七八糟的内容严重破坏了香港国际大都市的形象。对此，政府非常头

痛，因为即使对圆柱重新粉刷、翻新，不久之后它还是会遭此厄运，甚至变本加厉。

画家蔡启仁迸发一个创意——用美来翻新天桥。

他首先创作了一个画稿，接着收集了 21 000 多名湾仔当地居民的指纹，并动员 2 000 多人义务参与这项创作——其中包括儿童、青少年、妇女、长者和弱能人士；大家花了 5 天时间，把不同颜色、印有指纹的贴纸贴在天桥上的一个个圆柱上。在所有人的努力下，作品完成了。这幅作品用了 34 种颜色，构成了 50 幅不同的画面，生动地描绘了湾仔区的热闹以及居民的日常生活，并被命名为“湾仔五十景”。

普通的人行天桥变成具有社区特色的“天桥画廊”。湾仔区议会主席黄英琦表示，区内居民在翻新过程中一同参与，“凝聚了湾仔居民的心血”，体现了社区凝聚力。民政事务总署署长陈甘美华也说，“天桥画廊”值得居民引以为傲。

这座天桥也成为香港首个艺术画廊，而更令人欣喜的是，从此再也没有人在圆柱上涂鸦，行人走到这里也都放慢了脚步，为一幅又一幅色彩绚烂的图画赞叹不已，并感受到湾仔的活力。

这就是美的力量。每个人的审美眼光都不同，但面对美所产生的喜悦的感情都是一样的。

有专家指出，人在胚胎成长的第七天已经有眼的器官出现。人的视觉很敏感，所以在趣味方面先行的是美趣。

只有美的交流，才能使社会团结，因为它关系到一切人共同拥有的东西。

——席勒

谐趣

幽默是一种才能，一种灵气，一种境界，一种风度。知识是幽默的源泉，知识丰富了，幽默就会如泉水一般汨汨涌出。一项具有幽默感的创意是最受人们欢迎的。

在服务中增加创意

搭乘飞机时你一定会遇到下面的情形：

起飞前，空服人员在过道上站成一排为旅客们讲解逃生设备使用方式：她们脸上带着程式化的笑容，嘴巴跟着录音广播机械地张合，手里拿着氧气面罩心不在焉地示范着。没有一个乘客在认真听、认真看：有的在打瞌睡，有的在读报纸，有的不耐烦地看看手表——原本十分重要的安全须知此刻却成了乏味无趣的例行公事。

“逃离爱人的方法有无限多种，可是走出这架飞机的出口只有六个。”美国西南航空公司的空姐这样对乘客们说，大家先是一愣，然后哈哈大笑，接下来便饶有兴致地听着这段有趣的安全须知。西南航空的空服人员完全打破了传统的讲解方式，有的空服人员甚至在讲解前会先躲在行李箱里，待时间到了突然跳出来，让乘客吓了一跳。西南航空是美国民航业中的开心果，空服人员虽不见得个个漂亮但个个能干，但是他们都很幽默风趣。

“很抱歉，由于特殊原因，我们的航班不得不推迟起飞……”每当遇到类似的问题，航空公司常常面对的是乘客的抱怨或是投诉，但西南航空的空服人员却能把这一棘手的问题轻松幽默地解决——告诉乘客如果有人愿意当众讲个笑话或唱首歌，就发给他折价券，结果大家争着表演，共同度过等待的时间。

他们甚至还会在飞机上举办一些非常有意思的活动，例如，比赛看谁大笑的时间最长、通过手势代替语言传递信息、对脚上的袜子破洞最大的乘客进行奖励……这些活动使枯燥的航行变得不再无聊，机舱内总是充满了欢笑。

西南航空公司的一位机长说：“每一位机组人员都为自己从事的工作感到愉悦。独特出众的表现会使乘客爱上我们的航班。”

“我不希望自己的雇员死气沉沉。”总裁凯勒尔表示：“如果有谁不愿意表现得轻松活泼，他可以去别的公司工作。”

近年来，在美国多家航空公司或倒闭或赢利滑坡的情况下，西南航空公司却保持着 30 多年连续赢利的发展势头，最近还荣登《财富》杂志“美国年度最受尊敬公司排行榜”，并将联合航空公司和达美航空公司收归旗下。

西南航空用诙谐幽默打动乘客的创意值得我们学习，但别忘了德国诗人歌德所说的：“幽默只适用于有教养的人”。

幽默不同于搞笑，知识浅显、行为粗俗者，虽然有时也能引人发笑，但那是属于庸俗的玩笑，决非诙谐高雅的幽默。

幽默是一种优美的、健康的品质。

——列宁

天趣

天趣是种大智慧，是自由灵动的，是生机盎然的；创意若能与天趣融和，则可达到至高境界。

太极图的天机

伏羲坐在洛河边冥思苦想。宇宙真是太奥妙了，世界到底从哪里来的？是谁分开了天与地？是谁让白天、黑夜交替出现？是谁安排日月星辰轮换运转？是谁创造了风雨雷电、水火山泽？是谁主宰着万物的命运？伏羲身边，洛河与黄河交汇奔流，看着水流形成的旋涡，他顿时豁然开朗，用树枝在地上画了一个圆圈，又用“S”形曲线把圆分成两半，好像紧紧扣在一起的两条鱼，他又给这两条“鱼”画上了眼睛，伏羲画着，口中还念念有词“无极生太极，太极生两仪，两仪生四象，四象生八卦”……

伏羲画的太极图应该算是世界上最伟大的创意之一。这张图既简单又复杂。说简单，只有黑白两色；说复杂，它却包含了天地万物的共同规律。它以兼容并包的方式，容纳了多种思维，非常圆满地揭示出宇宙的深刻哲理与奥妙“天机”。

负阴抱阳的太极图是宇宙万物圆运动的象征，它极为形象鲜明地揭示出阴阳在时空中发展变化的普遍规律。

更有趣的是，太极图中一条阳鱼加一条阴鱼，合而为0乃宇宙公式： $0 = (+1) + (-1)$ 。王锡玉先生在《古太极八卦图的天机何在》中说：“古太极八卦图，是宇宙数理论、宇宙物理论、宇宙生理论的最高结晶，是人类祖先留给后代建立自然科学完整理论体系的基石。”

莱布尼茨就是根据太极图系统地推出了二进制算术运算法则，为计算机的发展奠定了坚实的基础，促成了跨世纪的科学飞跃。

大物理学家波尔则用太极图来表述量子力学的互补原理，解决了微观世界中的波粒问题。

太极图启发了许多哲学家、科学家、艺术家的灵感，让人

们在探索的过程中享受着无穷的乐趣。

大自然与人类都是有序而均衡的。万物在生长、茂盛、衰败、死亡中新陈代谢，四季在春夏秋冬的规律中轮回。

在大自然中，到处可以找到乐趣，到处也都能找到创意。与大自然游戏，在游戏中激发创意是一件极为美妙的事情！

我的灵感来自于树木的摇动、波浪的摆动、飞雪的飘动，来自于激情与风景之间、温情和微风之间的联想。

——伊莎多拉·邓肯

第二节 潜

只要有人类活动，就会有创意。

人类有永不满足的好奇心，希望了解世界；人类还有永无休止的创造欲，想要改造世界。当这两种本能逐渐发展起来的时候，就产生了最早的人类知识。当求知欲、创造欲表现为实用形态的时候，就成为技术，当人们对其付诸感情的时候，就成为艺术。

无论是技术还是艺术，都潜藏着创意。

过去潜在

远古，环境气候恶劣，飞禽走兽凶猛，人类要和自然相处，离不开创意。当有人砸出第一块石器、钻出第一缕轻烟、

磨出第一把利斧的时候，人类已经在创意中渐渐领悟生存的法
则，迈出走向文明的第一步。

近代科学出现之前，创意潜藏在人们的经验和偶发的灵感
中。例如，中国古代已有医家用硝石、硫黄入药治病，而道人
却用它来炼制长生不老的面膜；阴差阳错，面膜没炼成，倒炼
出了火药。又如，西汉时人们用一堆乱麻、几块破布、几张树
皮等废料居然造出了纸——千年来，纸并未退出历史舞台，它
使得文明可以传承，知识可以传播。

一张普通的纸，却是一项人类伟大的创意。

随着近代工业文明到来，人们继续不知疲倦地探究自然的
奥秘，相继发明了很多对世界有深远影响的创意，推动了世界
的飞速发展。

现在潜在

如今，一些主要的发达国家的创意产业都相当发达，尤其
是其大城市，拥有非常突出的创意产业——纽约繁荣的书报
业；百老汇华丽的舞台剧；好莱坞不停拍摄的摄像机，巴黎风
尚标般的时尚业；伦敦汇集着数不清的艺术家；东京吸引年轻
人眼球的动漫产业……创意产业发展非常快，增长率也是最高
的，它远远超过经济增长率。经济增长率从世界来看是3% ~
4%，但是创意产业的增长率在6% ~7%。

每一个普通的劳动者都有可能成为发明家，因为他们每天
都在思索如何改进生存方式、提高自身的生存质量——家庭主
妇思考着怎样改进拖把的功能、修理工思考着怎样进行废物利
用、厨师思考着怎样提高食物的口感……从这个意义上讲，正
是他们的不断努力，才使我们今天能更好地享受如此进步的
文明。

永远潜在

德国鲁尔区支撑了德国工业 50 年的发展。过去，它的支柱产业是煤炭和钢铁，现在煤炭钢铁业在欧洲逐渐衰退了，鲁尔区在 2008 年关闭了最后一个煤矿，这块地方似乎成为被遗忘的角落。

但是，只要有创意的地方就会永远散发活力。

未来，鲁尔区将被改造成为欧洲的文化首都。在那里，会有很多让人意想不到的地方：一个高 108 米，直径是 68 米的煤气罐，游客从外面坐观光电梯上去，再从里面坐下去——感觉就像进入了黑洞和太空，若游客发出一个声音，回音的响亮程度是其七八倍，它的下面其实是一个音乐厅；另一个同样大的煤气罐，里面被灌满了水，成为一个潜水的训练场；还有，洗选煤楼被改造成工业博物馆；煤矸石山被改造成山地公园……

第三节 魅力

创意充满智慧，而语言文字能说明的只是概念意义，并不等于智慧本身，因此，创意必须具有魅力。魅力是指特别的吸引力、迷惑力，魅力一旦产生就有了一些神奇色彩。正如美国女诗人西尔维娅·普拉斯所说：“魅力有一种能使人开颜、消怒，并且悦人和迷人的神秘品质。它不像水龙头那样随开随关，突然迸发。它像根丝巧妙地编织在性格里，它闪闪发光，

光明灿烂，经久不灭。”只有当我们的创意充满魅力时，才能更好地吸引人。

有这样一个故事：“佛陀与众弟子传道，佛陀以手执印不语，转看众弟子，众人竟不解其中真意，佛陀喟叹之，左手轻拈，众弟子看去，原来是沙罗树上飘落的枯萎花朵，佛陀拈花微笑，不语，仍转看众弟子，只见众罗汉中，只有迦叶一脸恍然，作会心微笑状，佛陀大笑，‘吾道后继有人哉’。霎时，佛陀手中英花绽放。”

遍及世界的红十字

这是拿破仑三世指挥的法兰西——撒丁岛联军与奥地利军队战斗的最后阶段，战争异常残酷，双方死伤无数。瑞士年轻的银行家亨利·杜南（Henry Dunant）恰好路过此地，他亲眼看见战场上无数的伤员在不停地呻吟，由于缺少医生和护士，大部分伤员得不到应有的救治，富有同情心的杜南被这种惨象所震惊，他立刻到镇上动员和组织居民救援伤兵。

1862年11月，杜南把这次亲身经历写成《索弗利诺的回忆》一书，他在书中强烈呼吁人类不要战争，在战时有必要不分你我，向敌对双方派出救护团体。此书的出版，在欧洲各国引起了强烈反响。为此，他提出了两项重要建议：一是在和平安定时期，各国设立全国性的志愿伤兵救护组织（演化为如今的国家红十字会或红新月会），平时开展救护技能训练，战时支持军队医疗工作；二是签订一份国际公约给予伤兵救护组织以中立地位（演化为如今以四份《日内瓦公约》及其两份附加议定书为核心内容的法律文书）。亨利·杜南先生用热情和人道主义精神震撼了人们的心灵，在欧洲赢得了广泛的共鸣。

1863年10月26日，来自欧洲的36名代表参加了日内瓦

国际会议，一致通过了《红十字决议》，决定在各国建立救护团体。为表达对瑞士的敬意，其标志定为“白底红十字”——瑞士国旗为红底白十字。1864年8月签订的《关于改善战地陆军伤者境遇之日内瓦公约》，被各国相继承认。从此，红十字运动作为一个国际性运动开始运作起来，并得到了国际法的保障。

红十字标志因此成为国际人道主义保护标志，体现着人道主义精神与同情心。它的存在对于执行人道主义保护任务起着至关重要的作用。

在世界任何一个角落，只要有人看到红十字的标志就会产生这样的意念：这是与人道主义有关的人或物，不会对他人造成伤害；这是受国际人道法保护的人或物，不应该对其进行攻击。

红十字会已经得到国际社会的广泛承认，成为世界上最大的组织，不需发一言，不需提一字，当看到这个标志时，已经明白它的意义。这就是“红十字”的魅力所在。

创意能够直通心灵，所以它才能够超越语言，超越文字，超越媒介。不论你是白发苍苍的老者，还是稚气未脱的孩子，不论你是来自中国陕北高原还是法国巴黎塞纳河边，在所有人的内心深处，都会有某些共通的东西。创意的魅力就在于它能够温柔地触动到人类共有的天性，突破了语言的局限。

天地有大美而不言，四时有明法而不议，万物有成理而不说。

——庄子