

快意**财富**生涯系列

Wealth career series of happiness

CAI FU
CHUANG YI

财富创意

CAI FU
CHUANG YI

人人都能过上**幸福**生活

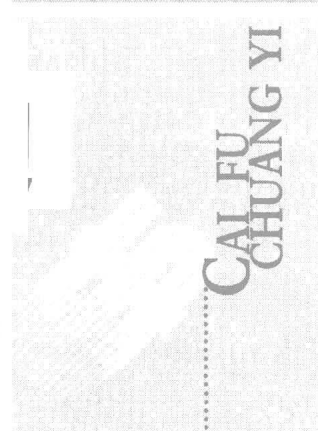
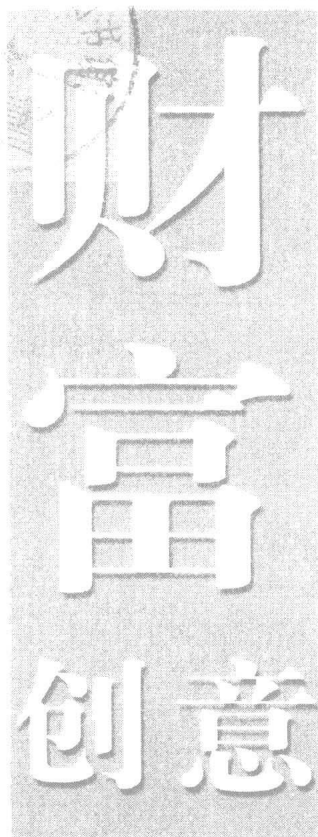
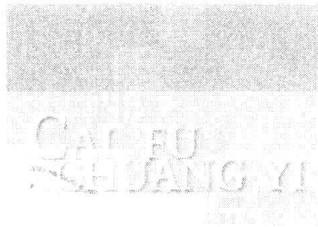
■ 知识经济时代的最大特征是以创新取胜。因为只有不断创新，我们才能生存，才能发展，才能在激烈的竞争中立于不败之地；同时，也只有不断创新，我们的生活才会常变常新，永远充满乐趣，我们才能过上更加幸福的生活。

管钊琦 / 编著

创意

上海科学普及出版社

快意**财富**生涯系列
Wealth career series of happiness



人人都能过上幸福生活

本书是作者多年从事企业管理工作的经验总结，也是作者多年从事企业管理工作的经验总结。本书是作者多年从事企业管理工作的经验总结，也是作者多年从事企业管理工作的经验总结。

财富 创意

管钊琦 / 编著

上海科学普及出版社

图书在版编目(CIP)数据

财富创意：人人都能过上幸福生活 / 管钊琦编著.

—上海：上海科学普及出版社，2005.4

ISBN 7-5427-3039-8

I.财... II.管... III.创造性思维—通俗读物

IV.B804.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第120079号

组 稿 胡名正

责任编辑 蓝敏玉 刘瑞莲

财富创意

——人人都能过上幸福生活

管钊琦 编著

上海科学普及出版社出版发行

(上海中山北路832号 邮政编码200070)

<http://www.pspsh.com>

各地新华书店经销

北京市燕山印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32

印张 11 字数 276000

2005年4月第1版

2005年4月第1次印刷

印数 1—12 000

ISBN 7-5427-3039-8 / F · 128

定价：18.00 元

前言



前言

创意是棵摇钱树。

以知识经济为时代特征的 21 世纪，带着创新的春风扑面而来，创新为世界带来财富，为人类带来惊喜。作为创新形式之一的创意已成为打造辉煌、创造财富的资本和源泉。创意是具有魔力的创新思维的成果，是点石成金的智慧的升华。新世纪是创意的舞台，新经济是创意的杰作，新英雄是创意的宠儿，新财富是创意连绵不绝的奉献。

一、创意是一条创造奇迹的母亲河

何为创意？创意是开拓认识新领域的思维活动，就是在已有经验的基础上，有创见性地提出新点子，寻求新答案。

任何创意都是打破常规、打破传统观念束缚的成果。爱因斯坦建立相对论、哈默的“点石成金术”、松下的经营管理战略、包玉刚的“傻子赚钱法”，这些都是在打破常规的基础上，经过联想、假设、实验等过程创造发明出来的。世界是物质的，事物的发展是辩证的，深奥的哲理往往就存在于最简单的事物之中。创意的基本特征就是：突破传统观念，用辩证的、联系的思维方式去联想、假设、创造，以求找到新的方法和新的意境。

在整个人类社会中，大到全球战略，小到产品开发，无一不是先产生出新的构思、新的计划，然后才有了新的发现、新的创新。

所以，罗曼·罗兰说：“创意是历史进化中永远有效的契机，”也有人说：“一条创意可以打赢一场战争，一条创

意可以挽救一个民族，一条创意可以救活一个企业，一条创意可以改变一个人的一生。

二、创意能为你带来财富

历史的巨人正在以迅猛的步伐向前迈进，如果一个企业家仍然沉浸在传统观念中，以为经济高速发展的动力仍是土地、厂房和资本，顶多再加上引进人才和高科技而已，那么，他就错了。如果你认为靠自己一技之长可以受用终生的话，那么，你也错了。你们全然没有注意到，一个崭新的时代已经悄悄地不可抗拒地来临了，这就是知识经济的时代。在发达国家国民生产总值的增长中，知识成份已由上世纪初的5%上升为上世纪末的80%~90%，而知识成份中创意所占比例是相当大的。当代世界首富比尔盖茨说：“创意就如原子裂变一样，只需一盎司就会带来无以计数的商业效益。”每一个游历过西方的人，几乎总会遇上一家贝纳通四兄妹开的商店。商店的名字有：“贝纳通”、“托马托”、“默塞里亚”、“我的市场”等等。丰富多彩的“贝纳通”马球衫、羊毛衫和工装裤征服了全世界各阶层人士。从法国著名影星凯瑟琳、美国影星简方达到意大利著名影星索菲亚罗兰，从摩洛哥王妃卡罗琳到许多国家的名流们，还有各国追逐时髦的青年，无不以身穿“贝纳通”服装为荣。“贝纳通”服装已成为一种国际性概念。贝纳通如此风靡世界，其奥秘何在呢？

首先，让我们来看一看贝纳通的成功经营之道：

一是创造新需求，制造新产品。俗话说：“一招鲜，吃遍天”，这就是说，无论是企业家还是商人，都应从思想上革新，在产品上创新，推陈出新，以新制胜。贝纳通公司的决策人清楚地认识到：只有不断创新，处处创新，才能与众不同，才能开拓市场，站稳脚跟，立于不败之地。一个没有创新之术的企业，就是一个没有发展的企业。在现代竞争激烈的环境下，只有抢先推出新产品，才能抢先占领市场。

吕西亚诺贝纳通很崇拜卡通大王迪斯尼，因为他所绘的漫画色彩鲜明，图案别具一格。所以，吕西亚诺在设计图案

时，也尽量不落俗套，大胆使用夸张色彩。每次设计时，他都要参照欧、亚、非等各洲的传统服饰图案，再加上自己丰富的想像力，创造、编绘出适于毛衣编织的万种趣味图案，动静有序，风格不一，色彩斑斓，生动有趣。数百种风格各异的毛衣图案，被分别用在多种款式上。由于贝纳通毛衣系列花色越出越多，图案一再求新，已不知不觉走上了时装的轨道，时装之都巴黎各百货公司及精品店也挂起了丰富多彩的贝纳通毛衣。

贝纳通公司的“创造新需求，制造新产品”的经营方针，使得贝纳通毛衣成为最受大众欢迎的时髦装束之一。

二是产品要顺应时代的潮流。贝纳通毛衣公司在创造新品种的同时，十分重视把握时代动向，生产顺应时代潮流的产品。贝纳通公司从一开始便意识到：毛衣商品的生产和经营，是为了满足市场千千万万消费者的需求而进行的。只有适应市场消费者的实际需求，才能将产品销售出去，从而使工厂得以再生产。所以，吕西亚诺总是马不停蹄地乘私人飞机外出，对市场销售状况进行分析，及时发现消费的新动向。他经常亲自到各大城市进行市场调查，随时与罗马的姐妹们联系，作出决策，从而，掌握未来毛衣趋势，让公司提前开发未来的新型产品，不断抢先满足市场的新需要。

贝纳通公司在产品生产上做到了既能满足社会市场短期和近期的消费需要，又能满足社会市场长期的消费要求，使公司的产品能始终站在社会需求的前列，掌握生产经营的主动权，从而生意兴隆，财源茂盛，长久地立于不败之地。

贝纳通公司的产品在注重时代潮流的变化，迎合顾客购买心理的同时，还十分重视及时掌握年轻一代消费者的意向。就某种意义来说，贝纳通产品风靡之关键，就在于把握了青年男女们的心理，有了他们的支持，贝纳通公司才一直生机勃勃，蒸蒸日上。

三是创新性的经营策略。贝纳通公司出产的毛衣受到各国欢迎，除了色泽及图案美观之外，价廉物美可能是更重要的

原因。吕西亚诺贝纳通常谦虚地说：“我们做服务性生意，以薄利多销、满足大众为荣，不是时装精品生意。”言外之意，他仍以服装业的麦当劳汉堡包自居。

所谓薄利，就是要适当降低销售商品所获得的利润，而使商品的价格低廉，以此促进商品销售量大大增加，弥补了因商品利润减少而造成的损失。薄利、物美价廉是贝纳通赖以生存的方法，多销又促成了贝纳通廉价的基础，而多销最有效的方法，就是开设新店，拓宽新的经营渠道。另外，贝纳通还有一个经营销售绝招：“连环套”。如果一个顾客从一家贝纳通商店空手而去，那他走不远，也许就会在同一条街上发现另一个贝纳通商店，不过商店的名字、货色、气氛、装潢、音乐以及售货风格都与前者截然不同。如果他仍不能如愿以偿，那么一定还有另外的几个贝纳通商店在恭候着他。在西西里岛的一条街上，贝纳通商店就达6家之多。而且，非常重视在像纽约第五大街或原英国王妃戴安娜一类名人经常光顾的伦敦布郎普顿路这样显要街道上，抢占具有战略意义的销售点。贝纳通是见缝插针，无孔不入。

贝纳通围绕“创造新产品，满足新需求”这个中心，来确定自己的经营策略，这种全方位的创意经营理念，实现了财富上的裂变。

三、创意致富的基本思路

一点可以引发出千万条创意，从千万条创意里可以提炼出一条最佳创意，从一条最佳创意可以升华到一个伟大的创意，因此而迈出了实现你梦想的第一步，去叩开财富之门。而这一切都需要你熟练地掌握和运用创意的的基本方法。

——挑战常规，化平凡为神奇。

善于经营者常常具有这种打破常规、点石成金的本领，他们能通过发挥自己的智慧、技巧，将一些看似平常、没有什么特别的东西稍加改动，就成了具有神奇的魔力，能创造出很高经济效益的产品或办法了。

——由小谋大，财富滚雪球。

如果你手中有一分钱，你如何将它变成十元？如果你手中有十元钱，你如何将它变成一百元，如果你手中有100元，你如何将它变成一万元，十万元，百万元……？如果你冬天喜欢滚雪球的话，你会从中悟出门道。

——搭形造势，“空手套白狼”。

当你初涉社会，一无所有时，不妨试试“空手套白狼”，它可能使你一夜暴富；当你屡遭挫折，一败涂地时，不妨试试“空手道”，它可使你东山再起；当你处于事业顶端，飞黄腾达时，不妨试试“空手道”，它可使你更上一层楼。

——点石成金，奇思创奇迹。

现代企业间的竞争，实际上主要是“智力”的竞争。一个现代企业，如果不能提出一个个“黄金点子”并努力实施，那是难以创造奇迹的。

——筹谋制胜，智业打造辉煌。

当今的商战，筹划谋略至关重要。一个精彩的商业策划，可以使一个企业由寻常变为非凡，由弱小变为强大，由默默无闻变为妇孺皆知。而未来的商战，将更是依靠策划制胜的时代。因此，掌握策划技巧将大有裨益。

——创意致富，创造致富神话。

智慧是潜在的财富。那么，这潜在的财富怎样才能成为捧在手上发出光泽的财富呢？创意发明是一条十分有效的途径。一次发明可能改变整个世界，一项创新可能左右人类历史，一项创新会使人一夜成为百万富翁。

——出奇致富，永葆好奇心。

好奇心与赚钱发财有关系吗？有，而且关系还非同一般。大凡成功的企业家，都是好奇心很强的人，他们以孩童的眼光好奇地审视事物，往往能捕捉到别人不予注意的信息，从而找到赚钱的新办法，逮住发财的好机会。充分利用你的好奇心吧，不要让它睡大觉。

四、创意来自创意思维

创意思维是创意的基础，实际上创意思维就是创造性思维。而又有人说创造性思维就是点子思维。“完美的创意是从点子开始的。”看到一个新点子，大多数人都会这样想：“哎，其实就这么简单，我怎么就没想到呢？”问题的关键就在这里：我们怎么没想到？

那么，想到这些点子的人又是怎样想出来的呢？我们深入观察下去就会发现，这种人的想法和思维与众不同。创意思维是人所独有的。千百年来，人们正是凭着创意思维在不断地认识世界和改造世界。从这个意义上说，人类所创造的一切文明，都是创意思维的物化。古往今来，人们无限地赞美创造、崇拜科学发明。敬仰策划大师，但对人类这创新思维的本质、物化及其发展的过程等问题，却甚少了解。创意思维一般指的是人类开始认识新领域的一种思维。它与其他思维的不同点主要在于，它具有新颖性、独创性。创意思维是要突破已有的知识与经验的局限，常常是在看来不合逻辑的地方发现隐秘。创意思维在很大程度上是以直观、猜测、想像为基础而进行的一种思维活动，光凭逻辑思维是不能使一个人产生创意的，正如仅凭语法不能激起诗意，仅凭和声理论不能产生交响乐一样。因此，与其他思维相比，创意思维有六大特点：其一，积极的求异性；其二，暂时的潜在性；其三，敏锐的洞察力；其四，创造性想像；其五，活跃的灵感；其六，新颖的表达。

创意思维与其特点相对应有九种主要形式：系统思维、超常思维、逆向思维、新异思维、灵感思维、直观思维、联想思维、幻想思维、发散性思维。创意性思维往往以以上所述的一种或几种形式体现出来。

至此，你会发现，创意思维是非常重要的，没有它就没有创意。那么，创意思维是先天就有的呢？还是后天形成的呢？它能够培养出来吗？答案就在本书中。

2004年10月



绪论 创意是棵摇钱树

- 一、创意是一条创造奇迹的母亲河.....2
- 二、创意能为你带来财富.....2
- 三、创意致富的基本思路.....6
- 四、创意来自创意思维.....7

上篇 点击创意鼠标

——财富创意的九大路径

第1章 挑战常规，化平凡为神奇.....11

- 一、逆反求胜，反其道而行.....12
- 二、用脑赚钱，脑筋急转弯.....15
 - 1. 风与木桶的生财推理.....15
 - 2. 脑中自有黄金屋.....16
 - 3. 做什么和怎样做.....17
 - 4. 有脑卖脑，脑是黄金.....18
 - 5. 中国人的“阴阳脑”.....20
 - 6. 美国人的“创新脑”.....21
 - 7. 利用环境，奇招迭出.....23
- 三、反常规致富典型案例及点评.....25
 - 1、故意抬价，厚利多销.....25

目 录

CONTENTS

2. 人无我有，能人所不能.....	27
3. 后发先至，蓄势出奇兵.....	29
4. 目录店铺，反常巧经营.....	32
第2章 由小谋大，财富滚雪球.....	33
一、滚雪球：由小谋大不是梦.....	34
1. “鸡生蛋、蛋孵鸡”法则.....	34
2. 收购兼并法则.....	39
二、由小谋大典型案例及点评.....	51
1. “小不点”搏大术.....	51
2. “围地则谋”兵法.....	52
3. 看准时机小本发大财.....	53
4. 从大学生到“电脑北极星”.....	54
5. 独具慧眼的“神奇小子”.....	58
6. 令人叹为观止的“蛇吞象”.....	61
第3章 搭形造势，“空手套白狼”.....	65
一、空手道，创意的最高境界.....	66
二、空手道，创富的经营奇招.....	70
1. “草船借箭”，现代商战的绝招.....	70
2. “借鸡生蛋”，赚取第一桶金.....	74
3. 搭形造势，资本盘活的绝招.....	81
三、“空手套白狼”典型案例及点评.....	87
1. 刻意包装，无本挣大钱.....	87
2. 贱买贵卖，无本也生利.....	89
3. 白手创业，一便士发家.....	90
4. 南货北贩，巧用地区差价.....	91

目 录

CONTENTS

5. 变废为宝, 化腐朽为神奇.....	93
6. 死水变活, 流出大财富.....	95
第4章 点石成金, 奇思创奇迹.....	97
一、黄金点子纵横谈.....	98
1. 创造学与“黄金点子”.....	98
2. 想点子, 要靠勤思考、善分析.....	100
3. 想点子, 离不开创造性思维.....	102
4. 创造性思维创意的若干误区.....	109
5. 脑子开窍的五个阶段.....	110
二、“点石成金”的典型案例分析及点评....	111
1. “经营神医”的三环手术.....	111
2. 赠送: 吃小亏占大便宜.....	114
3. 在第二次竞争中提高附加值.....	116
4. 生财新招数: 连续顺延折扣.....	118
第5章 筹谋致胜, 智业打造辉煌....	121
一、策划为王, 筹谋致胜.....	122
二、筹谋创意, 奇招纷呈.....	125
1. 创造需求, 需求饥饿术.....	125
2. 反向思维, 以丑制胜术.....	126
3. 福祸相依, 妙手回春术.....	126
4. 瞄准“宠物”, 射马擒将法.....	126
5. 揣摩心理, 换名招财术.....	127
6. 先予后取, 拆东补西术.....	127
7. 出人意料, 高价促销法.....	128

目录

CONTENTS

8. 自揭其短, 逆反心理法.....	128
9. 实话实说, 以诚动人计.....	129
10. 诱鱼上钩, 轮番降价法.....	129
11. 拉近距离, 认真记录术.....	130
12. 制造气氛, 引发轰动术.....	130
13. 独具慧眼, “BP” 裙术.....	131
三、策划筹谋的典型案例分析及点评.....	131
1. 百龙矿泉壶的推销高招.....	131
2. “万宝路” 改变形象, 销路大增.....	135
3. 麦当劳以特殊礼物赢得小朋友.....	135
4. “王麻子” 借诗验名正身.....	136
5. SB 公司制造的 “富士山危机”.....	136
6. 靠体育明星扬名的阿迪达斯.....	137
7. 可口可乐公司没有广告味的广告.....	138
8. “奥运牌” 助 “505” 驰名海内外.....	139
9. 日本运输公司利用电话号码.....	140
10. 挽救 “霞飞” 的中国公关神话.....	140
11. 波音公司: 宣传事故, 赢得信誉.....	141
第 6 章 创新, 创造致富神话.....	143
一、创新: 让 “疲软” 走开.....	144
1. 突破传统.....	144
2. 超前创新.....	146
3. 跟随创新.....	149
4. 随机创新.....	151
5. 依赖创新.....	153
6. 侧攻创新.....	156

目 录

CONTENTS

7. 移植创新.....	162
8. 联结创新.....	165
二、创新致富的典型案例分析及点评.....	167
1. 出奇制胜的效益.....	167
2. 小发明救活纺织厂.....	169
3. “玩笑”开发的新产品.....	170
4. 钓鱼钓出食品冷冻法.....	171
5. 新点子发明牛仔裤.....	171
6. 偶然事件中的创新机会.....	172
7. 导游手帕带来的财运.....	173
8. 创优产品领新潮.....	174
9. 自创名牌闯世界.....	174
10. 以创新战胜对手.....	175
第7章 出奇致富，永葆好奇心.....	179
一、好奇心是一个聚宝盆.....	180
1. 好奇心引导人们探求事物本质.....	180
2. 好奇心令世界不断新奇开阔.....	182
3. 好奇心与好胜心产生新构想.....	182
4. 好奇心强的人预见能力也强.....	184
5. 好奇心是生意成功的源泉.....	186
二、把好奇心变成摇钱树的秘诀.....	186
1. 关心技术更新换代.....	187
2. 广泛地获得情报.....	188
3. 对跨行业领域有好奇心.....	189

目 录

CONTENTS

4. 激发员工的好奇心创造好业绩.....	190
5. 好奇心使你成为有创造性的人.....	192
三、好奇心致富典型案例及点评.....	192
1. 好奇心使滑雪狂成为富翁.....	192
2. 好奇心促使他创办“综合经营企业”.....	194
3. 极端好奇心与发明大王.....	197
4. 好奇心促生的世界玩具大王.....	200
第8章 善动脑筋，开设一家特色店	203
一、特色店的开设与创意.....	204
1. 开店前充分调查.....	204
2. 慧眼独具选店址.....	205
3. 别具一格起店名.....	205
4. 令人耳目一新的店堂装修.....	207
5. 商品陈列：此处无声胜有声.....	209
6. 把包装视做商品的推销员.....	214
二、商品导购与促销的创意.....	218
1. 因人而异，区别对待.....	218
2. 心理攻势，直达目的.....	219
3. 关键时刻，善于诱导.....	221
4. 权衡利弊，分析得失.....	222
5. 含蓄委婉，拐弯说明.....	223
6. 花样叠出，刺激购买.....	224
三、开办特色店的典型案例及点评.....	226
1. 独特的“盒式旅馆”.....	226
2. “水下旅馆”创奇迹.....	227

目录

CONTENTS

3. 明星“旧衣”专卖店.....	227
4. “旧衣改新”店.....	228
5. 女宾专用酒店.....	229
6. 怀旧情感酒店.....	230
7. 电脑“试穿”的时装屋.....	230
第9章 标新立异, 小生意大有作为..	233
一、小生意的创意在于灵活机变.....	234
1. 特定对象, 特殊服务.....	234
2. 抛砖引玉, 以贱换贵.....	236
3. 科学定价, 灵活经营.....	238
4. 女性生意, 大有可为.....	240
5. 奇货可居, 待价而沽.....	242
6. 跟随超越, 后来居上.....	243
7. 专业服务, 特色突出.....	245
8. 平等待客, 把乞丐当上宾.....	246
二、成功推销的创意与招术.....	247
1. 推销是经营的阵前先锋.....	248
2. 关键时刻, 善于诱导.....	250
3. 制造气氛, 牵驴上路.....	251
4. 有效地沟通和激发顾客.....	252
5. 降价是促销的一把利剑.....	254
6. 千奇百态的促销法.....	257
三、小生意的典型案例分析及点评.....	263
1. 小商小贩, 大有“钱”途.....	263
2. 自创品牌, 图谋上市.....	265
3. 旧瓶新酒, “国粹”再生.....	267

目 录

CONTENTS

下篇 掘开创意的源泉

——训练你的创意思维

第 10 章 创意思维：创意的源泉.....273

一、创意思维原理及其运行.....274

1. 创意思维的特征.....274

2. 创意思维的对象.....275

3. 创意思维的主体.....280

4. 创意思维的运行.....284

二、创意思维的多彩形式.....289

1. 系统思维，在运筹中控制.....289

2. 逆向思维，在反向中变革.....292

3. 直观思维，在顿悟中飞跃.....297

4. 联想思维，在奔放中创造.....299

5. 幻想思维，在奇思中发现.....300

6. 发散思维，在辐射中创新.....302

第 11 章 创意思维的训练.....305

一、测测你的创意潜力.....306

1. 测试创意潜力的 32 个问题.....306

2. 如何提高创意思维能力.....310

二、创意思维的训练.....314

1. 脑筋训练.....315

2. 相关举措.....327