

考具一考えるための道具、持っていますか？



创意人才都是后天养成的
拥有创意的利器，任何想法线索
都能成为有效可行的策划

工 具

创意的利器

[日]加藤昌治 著

王瑶芬 译

 上海文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意的利器. 工具 / (日) 加藤昌治著; 王瑶芬译.
— 上海: 上海文化出版社, 2019.1

ISBN 978-7-5535-1383-6

I. ①创… II. ①加… ②王… III. ①创意—研究
IV. ①J0-02

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第198728号

KOUGU

By MASAHARU KATO

Copyright © 2003 MASAHARU KATO

Original Japanese edition published by CCC Media House Co., Ltd.

Chinese (in simplified character only) translation rights arranged with

CCC Media House Co., Ltd. through Bardor-Chinese Media Agency, Taipei.

图字: 09-2017-1043号

出版人: 姜逸青

策划编辑: 叶佳声

责任编辑: 王茗斐

助理编辑: 张 维

版面设计: 华 婵

封面设计: DarkSlayer

书 名: 工具

丛 书 名: 创意的利器

作 者: [日] 加藤昌治

译 者: 王瑶芬

出 版: 上海世纪出版集团 上海文化出版社

地 址: 上海市绍兴路7号 200020

发 行: 上海文艺出版社发行中心

上海市绍兴路50号 www.ewen.com

印 刷: 苏州市越洋印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/32

印 张: 6.375

版 次: 2019年1月第一版 2019年1月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5535-1383-6/J.355

定 价: 37.00元

如发现印装质量问题请联系印刷厂质量科 电话 0512-68180628

序 章

创意人并非与生俱来，学动脑现在开始并不迟 / 1

Chapter1

想点子、做企划，到底在做什么？ / 11

●点子与企划，来自“WHAT”与“HOW” / 14

点子无关大小！尽情去想，并让它成形

●想点子、做企划的动脑流程 / 18

从“率性”到“体贴心”

●点子=自由奔放的发散性思维 / 21

欢迎灵机一动，可行性以后再说

●探讨点子的可行性，就是企划 / 26

点子是材料，企划就是将材料煮成美味的料理

●收集信息→扩展创意→汇整企划 / 29

扩散与集中，这是动脑的基本原则

Chapter2

如何筛选“必要的信息”？ / 33

——让信息进入大脑的工具

工具之1 色彩浴 / 36

收集颜色、触发灵感

工具之2 隔墙有耳 / 45

间接的街头访问，将心声变成素材

工具之3 小小备忘录 / 50

人是健忘的，想到什么就记下来

工具之4 七色鹦哥 / 56

专业替身演员兼小偷，每个人都有不同的世界观

工具之5 影像阅读法 / 60

书和杂志是灵感的藏宝箱，赐予我们最钟爱的宝石

工具之6 临时记者 / 65

现场采访，并能深入浅出地加以阐明

Chapter3

展开、展开、展开！ / 71

——延伸创意的工具

工具之7 点子素描（手写版） / 76

既然是草稿，就不是给别人看的，也不要怕浪费纸

工具之8 即时贴 / 83

利用即时贴，让记忆倾巢而出

工具之9 九宫格 / 88

从简单的格式中，孕育出绝妙的好点子

工具之10 心智绘图 / 105

将脑中的放射状思绪，如实表现出来

工具之11 点子素描（计算机版） / 110

涂鸦的感觉，最自然的动脑法

工具之12 联想游戏 / 118

新点子像葡萄藤般四处延伸

工具之13 九大检验法则 / 123

思考陷入胶着时，走出迷宫的处方笺

工具之14 头脑风暴 / 127

搭别人想法的便车，接受自己从未想到的观点

Chapter4

企划=点子的加减乘除 / 131

——将点子变成企划的工具

工具之15 5W1H形式 / 135

基本的基本，严守5W1H

工具之16 标题 / 144

第一印象很重要，唤起人们的想象力

工具之17 视觉化、图像化 / 147

企划要能形成“画面”，请用三维空间思考

工具之18 5W九宫格 / 151

让5W1H清晰呈现，使整体样貌更一目了然

工具之19 企划书 / 155

最后的总整理。每个人都能想象你要传达的观念

Chapter5

偶尔来点儿刺激！ / 159

——脑筋打结时的忠告

工具之20 创意马拉松 / 163

时时动脑，想出来的点子，要立即记下

工具之21 从发问开始 / 168

如魔术般有效，工具大发威

Chapter6

寻找你专属的工具 / 179

① 信息媒体 / 183

② 设备用品 / 187

③ 真实的环境 / 191

④ 自创的项目 / 192

尾 声

动脑系统化，才是真“工具” / 195

后 记 / 197

参考文献 / 199

附 录

必读！献给创意人的精选书单 / 201

创意人并非与生俱来，学动脑现在开始并不迟

你正从事着与“动脑”“企划”有关的工作吗？现在这个时代，几乎所有上班族的工作都需要“动脑”“思考”，或许此刻的你也正为某个方案抱头苦思、焦虑不已……于是我想问你一个问题：你拥有帮助思考创意的“工具”吗？没有吗？为什么？

我经常疑惑着，为何大部分从事创意工作的人，却没有能够帮助自己思考的工具？我们每天都在动脑筋想点子、做企划、执行计划，并因此获得收益，然而相对之下，能帮助思考的基本配备却简陋得可怜。如此一来，纵使是坐在最尖端的计算机前面整日苦思也无济于事。如何帮助思考？谁也不曾教过我们。但这世上绝对有一些工具，就像电话、计算机一样方便，能够促进我们的思考！

世上一定有帮助思考的工具。

我将“能帮助思考创意的工具”称作“创意的利器”。

“创意的利器”能使你的点子源源不绝，成为创意型人物；

“创意的利器”在手，你的大脑就成了“点子储存库”，身体则是“企划工厂”。

我们不断地被要求“想、想、想”，却从来没有人教我们如何“想”。于是我们只好焦头烂额地陷入苦思，最后用电脑将所有杂七杂八的想法整理出来就算大功告成。这样的模式是不是一直在重复？这种做法并没有错，只是很难说有效率。其实只要运用一点技巧、一些工具，思考的过程就变得轻松多了。

我目前任职于博报堂^①的CC局（Corporate Communication局：企业传播局），主要的工作与公关（Public Relations：公共关系，简称PR）有关。CC局在广告公司里是个无所不包的部门，从新商品上市期的情报战略计划到上市发布会的演出脚本，每天做着各种与信息情报有关的企划工作，而且工作的范畴极广，要收集的信息种类也五花八门、各式各样。

现在回想起来，刚进公司时我也患了“创意缺乏症”，却被放在一个严酷的工作环境里，上司并不理会我是个什么都不懂的菜鸟，只交代一句“一星期后给我二十个企划案”！就完全不理会我了。怎么办呢？我只好拼命模仿、拼命记笔记，努力将它完成，而唯一能依赖的工具就是“5W1H”^②。

① 博报堂，为日本第二大广告公司，第一大广告公司为电通。

② “5W1H”，指思考或新闻写作的元素，即what, who, when, where, why, how。

毫不意外，接下来的会议就是我的企划案阵亡日。那是我生平第一次对客户提案，虽然只有一页，却是花了我三个晚上，不眠不休写成的，结果在内部会议得到的反馈却是一句“不能用”！老板轻易否决了我，改交别人来写。毕竟我无法一进公司，就突然变得文思泉涌，提出好点子。

眼看四周的前辈们一个接一个地丢出了各种有趣的点子，我不禁赞叹他们才是名符其实的“创意人”，而我要成为企划人，还有好长的一段路要走。

我的心里异常苦恼，“原来我是个无趣的家伙呀！”“我过去到底在做什么？怎么活的？”“要如何才会有创意呢？”。

广告人就是靠动脑吃饭，我们的商品就是企划。要做这行就一定要有想法、会动脑。此后我便找尽各种有关“点子”的书，不断阅读，并从中找出适合自己的方法或工具，运用在每一次的工作中，如果能互相吻合并收到功效，就觉得非常幸运。如此一路摸索过来，花了近两年的时间，逐渐整理出适合自己的方法，此时的我早已年过三十。

由于这些经历，我深切地体会到，所谓的“创意人”都是后天的，并且与年龄无关，而自我意识比环境的影响力更重要。很会想点子的人其实和一般人所见所闻都一样，他们同样坐公交车上班，在家里看相同的电视节目，唯一不同的只在于“意识”。

也就是说，无意识的人即使面前出现了新点子的信息也察觉不到，也不会睁大眼睛探询下去。

睁大眼睛掌握机会，这就是不容小觑的思考技巧。点子其实来自于我们平凡的生活与日常工作中。只要心中随时存有意识、运用点儿技巧、花些心思养成习惯，拥有创意并非难事。而且从现在开始一点也不迟！因为我相信，任何人都可以成为点子源源不绝的知性武士。

想点子、构思企划都与性别无关，但限于篇幅，以下皆以“创意人”代表所有的男性与女性。

序 章

创意人并非与生俱来，学动脑现在开始并不迟 / 1

Chapter1

想点子、做企划，到底在做什么？ / 11

●点子与企划，来自“WHAT”与“HOW” / 14

点子无关大小！尽情去想，并让它成形

●想点子、做企划的动脑流程 / 18

从“率性”到“体贴心”

●点子=自由奔放的发散性思维 / 21

欢迎灵机一动，可行性以后再说

●探讨点子的可行性，就是企划 / 26

点子是材料，企划就是将材料煮成美味的料理

●收集信息→扩展创意→汇整企划 / 29

扩散与集中，这是动脑的基本原则

Chapter2

如何筛选“必要的信息”？ / 33

——让信息进入大脑的工具

工具之1 色彩浴 / 36

收集颜色、触发灵感

工具之2 隔墙有耳 / 45

间接的街头访问，将心声变成素材

工具之3 小小备忘录 / 50

人是健忘的，想到什么就记下来

工具之4 七色鹦哥 / 56

专业替身演员兼小偷，每个人都有不同的世界观

工具之5 影像阅读法 / 60

书和杂志是灵感的藏宝箱，赐予我们最钟爱的宝石

工具之6 临时记者 / 65

现场采访，并能深入浅出地加以阐明

Chapter3

展开、展开、展开！ / 71

——延伸创意的工具

工具之7 点子素描（手写版） / 76

既然是草稿，就不是给别人看的，也不要怕浪费纸

工具之8 即时贴 / 83

利用即时贴，让记忆倾巢而出

工具之9 九宫格 / 88

从简单的格式中，孕育出绝妙的好点子

工具之10 心智绘图 / 105

将脑中的放射状思绪，如实表现出来

工具之11 点子素描（计算机版） / 110

涂鸦的感觉，最自然的动脑法

工具之12 联想游戏 / 118

新点子像葡萄藤般四处延伸

工具之13 九大检验法则 / 123

思考陷入胶着时，走出迷宫的处方笺

工具之14 头脑风暴 / 127

搭别人想法的便车，接受自己从未想到的观点

Chapter4

企划=点子的加减乘除 / 131

——将点子变成企划的工具

工具之15 5W1H形式 / 135

基本的基本，严守5W1H

工具之16 标题 / 144

第一印象很重要，唤起人们的想象力

工具之17 视觉化、图像化 / 147

企划要能形成“画面”，请用三维空间思考

工具之18 5W九宫格 / 151