

超一流のアイデア力

超一流 创意力

突破思维天花板的
16堂练习课

[日] 中野明◎著 汪媛媛◎译

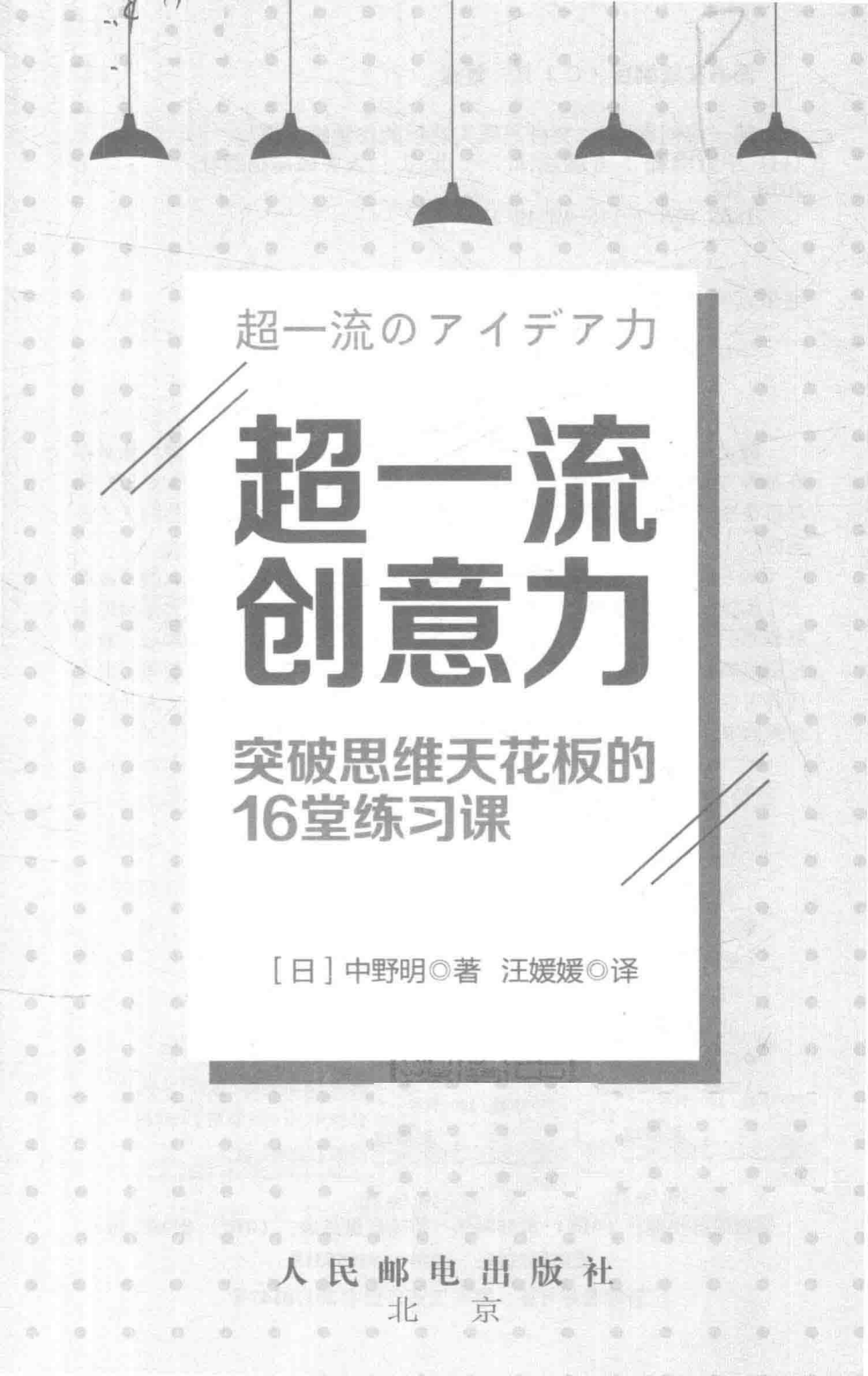
截止日期将近，头脑中却没有任何灵感，怎么办？
为什么那些名人、大师总能想出令众人惊叹的金点子？
有没有“肯定能让你想出绝佳创意”的诀窍和方法？



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



超一流のアイデア力

超一流 创意力

突破思维天花板的
16堂练习课

[日] 中野明◎著 汪媛媛◎译

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

超一流创意力：突破思维天花板的16堂练习课 /
(日) 中野明著；汪媛媛译. — 北京：人民邮电出版社，
2018.10

ISBN 978-7-115-49349-1

I. ①超… II. ①中… ②汪… III. ①创造性思维—
通俗读物 IV. ①B804.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第208695号

内 容 提 要

截止日期将至，却没有任何灵感！你是否常常面临这样的困境？如果存在某种方法让人总是能在规定的时间内构思出全新的创意，那就太好了！你是否也这样想过？本书正是为那些经常需要从事创意构思相关工作的人士而写的。

本书首先介绍了构思创意的过程和详细步骤，然后从创意达人的“金点子”构思法、设计思维、博弈论及行为经济学等几个方面介绍了大量构思全新创意的方法、工具和技巧，如达·芬奇的笔记法、乔布斯的矩阵法、迪士尼的故事板法、共感图、囚徒困境、智猪博弈、“巴菲特战略”，等等。书中内容可以帮助读者在短时间内提出有意义、有价值的创意，促进个人和所在组织的事业发展，甚至创造可观的经济效益。

◆ 著 [日] 中野明

译 汪媛媛

责任编辑 陈 宏

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：880×1230 1/32

印张：7

2018年10月第1版

字数：100千字

2018年10月北京第1次印刷

著作权合同登记号 图字：01-2017-0984号

定 价：49.00元

读者服务热线：(010) 81055656 印装质量热线：(010) 81055316

反盗版热线：(010) 81055315

广告经营许可证：京东工商广登字20170147号

序言



截止日期将至，却没有任何灵感！

像这样经常被逼到绝境的商业人士比比皆是。每次因没有灵感而独自苦恼时，他们便会叹息：难道就没有更加高效的构思创意的方法吗？

若世上存在能让人产生全新创意的万能公式，那当然很好，但很遗憾，我并不知道这样的公式。不过，能够无限提高创意能力的方法确实存在。

本书旨在介绍此方法。

产生新创意之所以很难，首要原因是大家有这样一种思维定式：创意活动是一项从无创造出有的活动。

我们先跳到结论，创意活动并不是从无到有的创作。关于这一点，本书的导论部分有详细介绍，但此部分只是

重点介绍了“所谓创意便是已有要素的重新组合”。史蒂夫·乔布斯也说过同样的话。

这里省略了详细的论证过程，将“已有要素的重新组合”定义为创意的本质，这样便能发挥立竿见影的效果，创意的难度也会明显降低。

之所以会这样，是因为从无到有是不可能实现的，但若只是考虑已有要素的重新组合，人们便会产生一种“我也能完成”的感觉。实际上，这种积极的态度正是培养超一流创意力的第一步。

话虽如此，胡乱地尝试新的组合并不能获得事半功倍的效果。因此，第二步就变得十分重要，即深入了解构思创意的过程。这一点将在导论部分详细叙述。我认为，构思创意的过程可分为收集资料、研究资料、放弃问题、灵机一动和验证创意这五个阶段。

但是，对时间非常有限的商业人士来说，不知何时会出现的“灵机一动”恐怕是无法忍受的。

因此，能让人有意识地运用“灵机一动”的方法就显得尤为理想化了。本书介绍了多种方法，希望这些方法能够帮助大家做到“灵机一动”。

本书由导论和正文三部分内容构成。

导论对创意的本质以及构思创意的过程进行了详细的介绍。希望大家能够纵览全局，准确把握构思创意的整个过程。正文的三部分内容介绍了构思创意的具体方法。

第1部分主要介绍了前人构思创意的实用技巧。第2部分介绍了日本的东京大学和庆应义塾大学也在采用的设计思维。第3部分介绍了如何将博弈论和行为经济学的思考方法用于构思创意。

本书旨在让读者通过理解以上内容获得超一流创意力。

希望本书能够帮助读者培养出超一流的创意力，若能如此，笔者将不胜荣幸。

中野明

目录



● 导论 深入理解构思创意的过程 // 1

● 第 1 部分 向天才学习“金点子”构思法 // 15

第 1 堂课 向天才达·芬奇学习构思创意的
秘诀 // 17

第 2 堂课 无路可走时转换方向，让爱德华·德·博
诺倡导的水平思考法为己所用 // 31

第 3 堂课 利用史蒂夫·乔布斯的矩阵法把自己
变成创意达人 // 43

第 4 堂课 学习彼得·德鲁克发现创新机会的
方法 // 55

第 5 堂课 利用艾利·高德拉特的约束理论从瓶
颈中提炼灵感 // 67

第 6 堂课 迅速理解汤川秀树博士的创造论——同定
理论和等价交换理论 // 79

第 2 部分 对设计思维追根溯源 // 89

第 7 堂课 发掘设计思维的本质 // 91

第 8 堂课 什么是对设计思维来说不可或缺的行动观察 // 105

第 9 堂课 从共感图到溯因法 // 117

第 10 堂课 运用迪士尼也在使用的故事板法 // 129

第 11 堂课 能让人随心所欲地引领创新的“四个动作” // 139

第 3 部分 运用博弈论和行为经济学构思创意 // 151

第 12 堂课 将约翰·冯·诺依曼的博弈论应用于战略性构思 // 153

第 13 堂课 将埃德加·爱伦·坡也熟知的囚徒困境应用于现实社会 // 165

第 14 堂课 投资家沃伦·巴菲特运用博弈论设计的“巴菲特战略”到底是什么 // 177

第 15 堂课 运用行为经济学把握人类的不合理行为，并将其应用于创意构思 // 191

第 16 堂课 诺贝尔经济学奖获得者丹尼尔·卡尼曼提出的前景理论也能成为构思创意的着眼点 // 203

导论

深入理解构思创意的过程





创意活动并非从无到有的创作，而是对已有要素进行重新组合的活动，并且这个活动遵循着固定的步骤。因此，是否真正理解创意的本质以及构思创意的过程决定了一个人能否拥有超一流创意力。



创意是已有要素的重新组合

提出创意是解决问题的方法之一，能够提出全新创意的人通常拥有更强的解决问题的能力。我们常常将那些能不断提出优秀的问题解决方案的人称为“创意达人”。

若问创意达人的创意来自何处，大多数人的回答也不过是“无意中的灵机一动”“或许是上天的启示”。

真的是这样的吗？我们常常认为创意是由无产生的，因此，大多数人都会产生一种“创意构思 = 十分艰难的创作”的印象。

创意活动并非从无到有的创作。说起来，无中生有比所谓的炼金术还要困难。即便是炼金师，也只能将身边的物品变为黄金，也就是将已有物体变为黄金，绝非由无创造出黄金。

要想成为创意达人，首先要摒弃“构思创意 = 无中

生有”这一错误观点。如果是这样的话，那么创意究竟是指什么呢？美国智威汤逊广告公司的副总经理詹姆斯·韦伯·扬给出了这个问题的答案。

创意是已有要素的重新组合，除此之外别无他物。

——詹姆斯·韦伯·扬 《创意的生成》

尽管这是个人隐私，但我可以告诉大家，我在 20 多年前读完扬写的这本书后内心受到了巨大的冲击，因为之前我也糊涂地认为创意是由无产生的。扬的主张令我的观念发生了巨大的改变。

冷静下来思考一番之后，我产生了一个疑问：创意的产生是否存在着前提条件呢？这是一个问题，而且这个问题有着特定的构造，其背后蕴含着创意产生的原因。

从存在问题的事物本身来看，问题所在并不是无，而是有。

如果维持原状的话，是不能解决任何问题的，因此我们必须改变现状，将已有要素重新组合。

例如，针对令人不满意的现状，我们有两个选择，要么增加新的要素，要么去除已有要素。

这样做的结果不外乎是要素的重新组合。扬认为，发掘这种组合的活动便是创意构思。



熊彼特的创新论与扬的观点殊途同归

读完了扬写的书后，我意识到创意就是已有要素的重新组合。之后，在我身上发生了不可思议的事——我在构思创意时比之前轻松多了。

如果把创意活动视为从无到有的创作，那么其难度将会变得极大。正如前文提到的，哪怕与炼金术相比，其难度也明显更大。若是这样的话，不论谁都会情绪低落、萎靡不振，失去构思创意的动力。最终，创意构思也就成了空谈。

如果将创意视为已有要素的重新组合，便会让人产生“如果只是组合的话，我应该也能做到”的感觉。事实上，当时的我就是这么认为的，也因此突然之间有了更大的勇气。

这使得我不必苦思冥想也能构思出大量创意。当然，随着创意数量的增加，自然就会出现质量较高的创意。

只要摆脱“创意活动是从无到有的创作”这个误解，并在此基础上更深入地理解“创意是已有要素的重新组合”，构思创意的难度就会变小。这是提炼丰富灵感的第一步，我们理应如此领会。

值得一提的是，有一位与扬所思相同，比扬更早提出类似观点的人——经济学家约瑟夫·熊彼特。

熊彼特主张在创新中寻找经济发展的原动力（熊彼特是世界上最早提出创新重要性的经济学家）。他认为，创新是通过推进新结合得以实现的。

熊彼特认为，一方面我们将物与力结合从事生产，另一方面我们从已有结合中分离出物与力，实现具有更高生产力的新结合。这种新结合就是实现创新的根本所在。

随着新结合的产生，被剥夺了物与力的旧结合也就失去了作用。熊彼特指出，因新结合而产生的创新可被称为“创造性破坏”，即不断破坏陈旧之物、创造新生之物的活动。

众所周知，熊彼特所说的新结合就是已有要素的重新组合。

熊彼特认为，伴随这种组合的发现，创造性破坏也随之出现。

仔细想来，创新的最初形态便是创意，所以，创意的定义正是创新的本质。也就是说，构思创意是实现创新的第一步。

理解构思创意的过程

扬的著作《创意的生成》提出了创意的定义。扬认为，构思创意的过程可分为下表所示的五个阶段。

构思创意的五个阶段

收集资料	全面收集特殊资料 and 一般资料
研究资料	从各个角度检验收集到的资料
放弃问题	如果一直没有头绪，就要果断放弃问题
灵机一动	随心所欲，等待良机
验证创意	验证构思出来的创意是否真的对解决问题有帮助

(1) 收集资料。从眼前的问题出发构思创意（解决方法）的第一步是收集资料。有意识的调查、收集特殊资料 and 一般资料是不可缺少的步骤。其中，特殊资料是指与问题直接相关的信息。例如，构思与产品相关的创意时，特殊资料是指市场和顾客的信息。一般资料是指像历史和艺术这类与问题并不直接相关的信息。扬认为，只要将收集到的特殊资料 and 一般资料重新组合起来，就能提高产生创