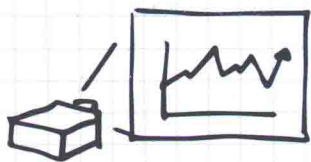


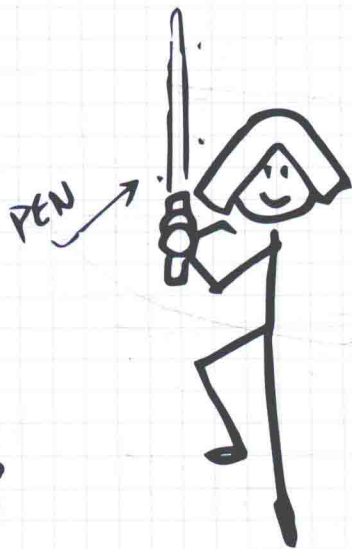
Draw

Dan Roam



to

Win:



餐
巾
纸
系
列
之

A Crash Course on
How to Lead, Sell, and Innovate
With Your Visual Mind

一页纸 创意思考术

丹·罗姆 著

郑澜 译

中信出版集团

餐 巾 纸 系 列 之

Draw
to
Win:

[美]

丹·罗姆

著

郑润

译

一页纸创意思考术

A Crash Course on
How to Lead, Sell, and Innovate
With Your Visual Mind

中信出版集团·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

一页纸创意思考术 / (美) 丹·罗姆著; 郑澜译
—北京: 中信出版社, 2017.4

书名原文: Draw to Win: A Crash Course on How
to Lead, Sell, and Innovate With Your Visual Mind

ISBN 978-7-5086-7250-2

I ①—… II. ①丹… ②郑… III. ①成功心理—通俗读物 IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第 025108 号

Draw to Win: A Crash Course on How to Lead, Sell, and Innovate With Your Visual Mind

Copyright © 2016 by Dan Roam, Inc

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Portfolio, an imprint of Penguin Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

Simplified Chinese translation copyright © 2017 by CITIC Press Corporation

ALL RIGHTS RESERVED

本书仅限中国大陆地区发行销售

一页纸创意思考术

著 者: [美] 丹·罗姆

译 者: 郑 澜

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承 印 者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32

版 次: 2017年4月第1版

京权图字: 01-2016-6872

书 号: ISBN 978-7-5086-7250-2

定 价: 49.00 元

印 张: 7.5 字 数: 67千字

印 次: 2017年4月第1次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

谨以此书献给我的父亲，
感谢您把我培养得羽翼丰满。

写在前面的话

天一亮，我们的眼睛就能像磁铁捕捉到周围不计其数的图像。

——列奥纳多·达·芬奇 (Leonardo Da Vinci)，意大利学者、艺术家

手绘图永远不会过时。

——马特·格勒宁 (Matt Groening)，美国漫画家、制片人

2007年6月29日，经过历时一年的写作，我完成了《餐巾纸的背面》的书稿。这个日子之所以令我记忆犹新，是因为当天我正写到书稿的最后一页，却不得不中途停笔，转而收看史蒂夫·乔布斯的苹果手机发布会现场直播。那天是个大日子。

接下来的几年内，我有幸和几百家组织分享我的视觉化思考

方式。这些组织中既有世界 500 强企业，也有贫民区的学校。后来，在电脑里检索文件时，我才发现自己已经做了 723 场演讲，并为这些演讲手绘了 9 246 张图。真是庞大的数字啊。

一路走来，我的学习心得可以总结如下：

◎ 图像能够帮助人们学习，最好的图像也是最简单的图像。

◎ 要做到简单其实是一件难事，但有一套流程能够使难事变得更容易。

◎ 手绘图让人发自内心地感到喜悦，而喜悦感能增强人们的脑力。

◎ 每个人都能画图，即使他们以为自己不行。

在这本书中，我将和你分享 10 条有关视觉化思考的最深切体会。前两条阐述的是我们为什么应该画图，接下来 3 条事关画图的方法，最后 5 条展示的是当你想领导团队、推销产品、创新、培训，或仅仅想在通往成功之路上应对种种问题时，你该画些什么。

如果你曾读过我此前的著作，那么你将在本书中发现一两种熟悉的工具。这些工具经受住了若干年时间的检验，现在已日臻

完善。除此以外，我还将向大家介绍多种新工具。倘若这是你第一次接触我的方法，我也表示欢迎！即将展现在你眼前的，是一种全新的思考方式。

丹·罗姆

2016年写于美国旧金山



	写在前面的话	III
CHAPTER ONE	第一章 像珍视生命一样珍视画图	001
CHAPTER TWO	第二章 谁的图画得最好，谁就是赢家	019
CHAPTER THREE	第三章 先画一个圆圈，再给它命名	045
CHAPTER FOUR	第四章 眼到哪里，思维就跟到哪里	065
CHAPTER FIVE	第五章 从“人物”开始	089
CHAPTER SIX	第六章 领导之道：将目的地描绘出来	115
CHAPTER SEVEN	第七章 销售之道：让别人和你一起画图	141
CHAPTER EIGHT	第八章 创新之道：在画中颠覆世界	165
CHAPTER NINE	第九章 培训之道：看图说话	191
CHAPTER TEN	第十章 有疑问就画出来	213
	致 谢	225

[第一章]

像珍视生命一样珍视画图



CHAPTER ONE

应该让每个通晓绘画的人知道，他们手中其实握着一笔巨大的财富。

——米开朗琪罗 (Michelangelo)，文艺复兴时期意大利雕塑家、画家

仅仅在过去两年就产生了全球现存 90% 的数据。

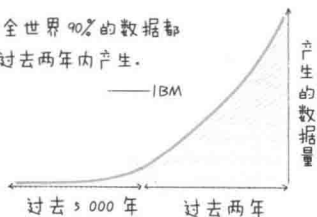
——IBM 文章《大数据是什么？》

指向图像的三个数据

最近，以某项研究为契机，意外发现的三个数据使我惊讶不已。第一个数据来自IBM（国际商用机器公司），据说人类迄今为止积累的所有数据中，90%在过去两年内产生。第二个数据来自思科公司，据说当今网络上传输的全部数据中，90%为可视化数据。第三个数据来自我从事企业培训工作的切身经历：90%的商务人士不知如何在工作中有效利用可视化数据。

三个数据不约而同地指向“90%”这一数值。我们正前所未有的地生成海量数据，尽管绝大部分数据是可视化的，大多数人并不知道如何让图像为己所用。无论我们身处哪个商业领域，该领域的未来都是可视化的。因此，为了实现业务增长，我们得学会利用图像。

①全世界90%的数据都在过去两年内产生。



②互联网上90%的数据是可视化数据。

——思科公司

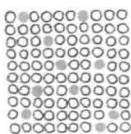
纯文字



互联网数据中的
可视化数据占比

③90%的商务人士不知道如何利用可视化数据。

——我



● = 知道如何利用可视化数据的商务人士

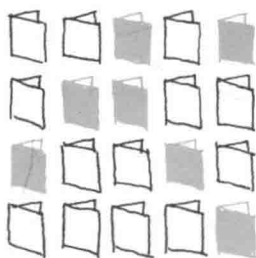
另一个数据

后来，我又在《娱乐周刊》(Entertainment Weekly)中发现了另一个数据：亚马逊网站上近几个月最畅销的20本图书中，有7

亚马逊上最畅销的20本书

④
最畅销的20本图书中，有7本是成人涂色绘本。

——亚马逊



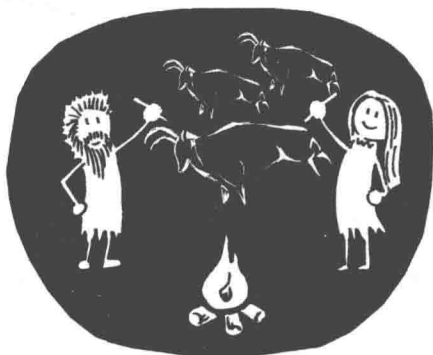
■ = 涂色绘本

本是成人涂色绘本。《波士顿环球报》(*Boston Globe*) 评论称，这一现象“突如其来、出乎意料，但又让人心生好奇”，涂色绘本已然“使几百万美国人为之深深着迷”。

在我看来，涂色绘本的风靡一点儿也不突如其来、出乎意料和让人好奇。人类生来喜欢可视化的东西，只不过大多数商务人士都忘了这一点而已。

画图是人类最古老的技能

早在 3.2 万年前，我们的老祖先欧格 (Oog) 和阿格 (Aag) 就在穴壁上作画。他们画野牛，画马群，还画许多漂亮的公牛。这些壁画的出现甚至先于武器、陶罐、珠宝和多数服饰。



欧格·阿格和世界上最古老的技能

如果我们的老祖先彼此有事相告，就会以画图的方式将信息记录下来。人类分享信息的欲望是如此迫切，以至于欧格和阿格的子子孙孙沿袭了祖上的做法，不断地回到同一个洞穴，在穴壁上留下同样的画，而且一画就是 800 年。

把成人绘画说成是“让人好奇”的？对此，我不以为然。唯一让人好奇的是商务人士为什么不怎么爱画图。

可视化的归来与延续

每个人上网时都依赖图像。我们浏览 Facebook、YouTube、Pinterest、Instagram、Snapchat、Tumblr 之类的图片与视频网站，不难发现社交媒体最大的关注点正是图像。图像的爆炸式增长并非新新人类一时掀起的潮流，也并非与商业世界毫无关联，而是在欧格与阿格最早画下的线条的基础上演化出的逻辑延伸。如今，我们不过是拥有更发达的图像技术。

不要将分享图像视为社会的倒退或是对商业的威胁。相反，创造和分享图像是世界上最自然而然的事。

问题在于，有太多的图像质量不佳，或图像本身对我们没什么益处。多数网络图片可以被称为“惰性图”。可爱的猫、火车残骸和性感身材都有其吸引人之处，但它们吸引的是你大脑中最

低等的区块。它们使你分神，占据着你的思想，却不会留下多少价值。

好的图像有意义，不仅化繁为简，还能激发深度思维，进而使我们获得启发。它们同样存在，只是数量更少，但这不是它们的错。惰性图之所以分散我们的注意力，是因为它们的创作者知道你的大脑喜欢看东西。我们不仅应该好好利用这一点，还应该把好想法变成更好的图像。

为什么要这么做呢？因为正如思科公司提醒的那样，我们见到的数据有 90% 是可视化的。

当今时代的对话是可视化的

我们要加入的对话永远是顾客脑中已经开始的对话。

——罗伯特·科利尔 (Robert Collier)，美国 20 世纪著名作家、广告文案创作者

如果你一边穿过办公室一边高声自言自语，那么没人会听你在说些什么。但如果你能加入某位同事已经在脑海中开始的对话，那么你的这位同事就会将注意力完全放在你身上，并邀请你加入对话。这种做法屡试不爽。

如今，这种对话已经实现了可视化。人们讲的故事是可视化

的，购物是可视化的，新闻也是可视化的。倘若你想加入任何对话，只需把自己变得“可视化”。学会加入可视化的对话将使你受人瞩目、被人倾听。



别害怕画图

有的商务人士说：“我画不了图，所以我做不到可视化。”你可别跟他们一样。这句话就像一个具有欺骗性的陷阱。它之所以具有欺骗性，是因为它假设可视化的前提是能够画图，而画图又是一件难事。可事实上，这两者都是错的。此外，我之所以把这句话形容

为陷阱，是因为它阻止你启用大脑中最强大的问题解决区块，而你甚至不知道这样的区块竟然存在。用“愚蠢”一词已经不足以形容这种想法，它更像是一个横在你成功之路上的巨型路障。

到底什么是画图

比起谈话，我更喜欢画图。画图不仅更方便，还使谎言无处藏身。

——勒·柯布西耶 (Le Corbusier)，法国著名建筑师、现代建筑运动先锋

正如写作是语言思维的记录机制一样，画图是视觉思维的记录机制。画图既不是一个谜团，也不是一项秘密才能，而是这样一种态度：我要好好利用自己身为视觉动物的本能。我会通过画图帮助自己理解这个世界，也会坚持画图，以此向世界展示我所看到的東西。像画家一样思考并非难事。事实上，你一直是这么做的。

看见一幅图或有了一个想法时，你的思维仿佛长了眼睛，把这个图或想法翻来覆去地“把玩”。这时，你就已经在画图了，只不过没用纸笔而已。

◎ 全神贯注地思考一个问题，并对这个问题进行分解时，你就已经在画图了。