

ZHONGCHUANG

SHIDAI DE SIWEI CHUANGXIN

众创时代 的 思维创新

马金山 马文婷 李玉平◎著

李克强总理提出“大众创业、万众创新”以来第一部讲述“思维创新”的专著

“大众创业、万众创新”的“众创时代”已然来临，这是时代发展的大趋势、主旋律。我们看到机遇和挑战同在，困难和梦想并存。创业、创新的前提是思维的创新，没有创新的思维，一切将无从谈起。



中国社会科学出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

ZHONGCHUANG

SHIDAI DE SIWEI CHUANGXIN

众创时代 的 思维创新

马金山 马文婷 李玉平◎著



中国社会出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

众创时代的思维创新/马金山, 马文婷, 李玉平著. —北京:
中国社会出版社, 2016. 7

ISBN 978 - 7 - 5087 - 5396 - 6

I. ①众… II. ①马… ②马… ③李… III. ①互联网络—
应用—企业管理—研究 IV. F272. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 198197 号

书 名: 众创时代的思维创新
著 者: 马金山 马文婷 李玉平

出 版 人: 浦善新
终 审 人: 王 前
责任编辑: 杜 康

责任校对: 王银霞

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号

电 话: 编辑室: (010) 58124864

邮购部: (010) 58124848

销售部: (010) 58124845

传 真: (010) 58124856

网 址: www.shcbs.com.cn
shcbs.mca.gov.cn

经 销: 各地新华书店



中国社会出版社天猫旗舰店

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 170mm × 240mm 1/16

印 张: 19

字 数: 300 千字

版 次: 2016 年 9 月第 1 版

印 次: 2016 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元



中国社会出版社微信公众号

创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭源泉，也是中华民族最鲜明的民族禀赋……在新一轮全球增长面前，唯改革者进，唯创新者强，唯改革创新者胜。

——习近平

大众创业，万众创新。

——李克强

推进大众创业、万众创新，是发展的动力之源，也是富民之道、公平之计、强国之策。

——《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》

引言

不要用传统的思维和眼光观察事物

案例一：你将会毁灭谁，成就谁？

朋友拿了一份报纸要我做个实验，我同意了。

问题一：如果你知道一个女人怀孕了。她已经生了8个小孩子了，其中有3个耳朵聋，2个眼睛瞎，1个智能不足。而这个女人自己又有梅毒。请问，你会建议她堕胎吗？

我说：“这个问题不用考虑，我们受优生优育教育多年了。都生那么多歪瓜裂枣了，就别再添乱了。我建议她去堕胎。”

朋友告诉我：“你杀了贝多芬，她是贝多芬的母亲。”

问题二：现在要选举一名领袖，而你这一票很关键。下面是关于3个候选人的一些事实：

候选人A：跟一些不诚实的政客有往来，而且会星象占卜学。他有婚外情，是一个老烟枪，每天喝8到10杯的烈性酒。

候选人B：他过去有过两次被解雇的记录，睡觉睡到中午才起来，大学时吸鸦片，而且每天傍晚会喝5杯威士忌。

候选人C：他是一位受勋的战争英雄，素食主义者，不抽烟，只偶尔喝一点啤酒，从没有发生婚外情。

请问你会在这些候选人中选择谁？

我把答案写在纸上。然后，朋友告诉我：

候选人A是富兰克林·罗斯福，候选人B是温斯顿·丘吉尔，候选人C是亚道夫·希特勒。

听了答案，我吃惊得张大了嘴巴。

朋友问我：“你是不是为人们选择了希特勒？”

我又一次张大了嘴巴，说不出话来。

朋友说：“吓一跳吧？！”

【案例评说】

用传统的思维和眼光来思考，本来很正确的答案，结果却扼杀了贝多芬，成就了希特勒！要是请你们来回答的话，你们会毁灭谁，成就谁？所以，不要用传统的思维和眼光来思考事物。对于一个创新创业者来说，更应该这样。

案例二：修理工出的一道思考题

美国科普作家阿西莫夫曾经讲过一个关于自己的故事。

阿西莫夫智商 160 左右，属于“天赋极高者”之列。他一直为此而扬扬得意。

有一次，他遇到一位汽车修理工，是他的老熟人。修理工向他出了一道思考题：

“有一位既聋又哑的人，想买几根钉子。他来到五金商店，对售货员做了这样一个手势：左手两个指头立在柜台上，右手捏成拳头做出敲击状的样子。

售货员见状，先给他拿来一把锤子。聋哑人摇摇头，指了指立着的那两根指头。于是，售货员明白了，聋哑人想买的是钉子。

聋哑人买好钉子，刚走出商店，接着进来一位盲人。这位盲人想买一把剪刀，请问：盲人将会怎样做？

阿西莫夫顺口答道：“盲人肯定会这样。”说着，伸出食指和中指，做出剪刀的形状。

汽车修理工一听笑了：“哈哈，你答错了吧！盲人想买剪刀，只需要开口说‘我买剪刀’就行了，他干吗要做手势呀？”

汽车修理工用教训的口吻说：“在考你之前，我就料定你肯定要答错。因为，你所受的教育太多了，不可能很聪明。”

【案例评说】

这是惯性思维惹的祸。我们所受的教育及多年形成的思维定式，太多是惯性思维。而且在日常生活中，我们大都习惯了惯性思维，而忽略了创造性思维。所以，当一种特定的情况出现时，我们就会猝不及防，习惯性地得出错误的结论。

案例三：小和尚上下山

让我们先来到某个“创造训练班”看一个有趣的问题——“小和尚上下山”。

清晨，旭日东升，一个小和尚开始爬山。他走的是一条盘山羊肠小道。他以变化的速度爬山，并且不时地停下来休息或吃饭。日落西山，他上了山顶。

山顶上有一座庙宇，他留在那里坐禅多日。然后，在太阳升起时，他沿着同一小道开始下山，再次以变化的速度行走。显然，下山的平均速度要比上山的平均速度稍快一些。

请说明，小和尚走过的路上，是否存在这样一个地点：恰好是他上下山时在同一时刻路过的。

一般人回答这个问题，往往断定这位小和尚在上下山的日子中，同一时刻在同一地点相遇是根本不可能的。因为无论是考虑平均速度和平均距离，还是用惯用的逻辑思维方法，他们都无法得到答案。

然而，该班上一位年轻女士通过想象，跳跃到一个非常规的参考系把问题解决了。

她不停地想。这样试试，那样试试，直到十分厌倦想放弃。但上山和尚的影像，始终留在她的脑海。

接着，出现了一种情景：她看到另一个下山的小和尚朝这个上山的小和尚走去，并且两个小和尚的影像叠加在了一起。刹那间她意识到：这两个人必定在同一时刻同一地点相遇——不管他们走的速度如何，也不管他们中的每一个停下的次数多少。

请你想一想，是这样吗？

【案例评说】

这位女士的想象，可以用一个简单的图形来表示：当我们把那个上下山的小和尚变成一个上山和一个下山的两个小和尚时，那个小和尚上下山的路线就可以按照一天的时间分别画出上山和下山的两条曲线。这两条曲线肯定会在某一点上交叉——这是毫无疑义的。那么，在这个交叉点上，恰好是这上下山的两个小和尚在同一时刻同一地点的相遇点——这说明：解决问题需要创新性思维。呵呵，思路一变天地宽。

怎么样？该静下心来理一理自己的思路了吧？那好，请静下心来，看看我们写的这本书，在思维创新上下点功夫。尤其在“众创时代”的今天，您可能会获益多多。

目录 / CONTENTS

引 言 不要用传统的思维和眼光观察事物 / 1

案例一：你将会毁灭谁，成就谁？ / 1

案例二：修理工出的一道思考题 / 2

案例三：小和尚上下山 / 3

第一章 众创时代思维创新与思维形式 / 1

第一节 迎接扑面而来的众创时代 / 3

第二节 思维创新 / 7

一、思维 / 7

二、创新 / 12

三、思维创新 / 13

第三节 思维的四种基本形式 / 14

一、感觉思维 / 14

案例：甜蜜而又独特的对话 / 15

二、形象思维 / 15

案例：一张特殊的全家照 / 16

三、抽象思维 / 17

案例：几只波斯猫导致英军大捷 / 17

四、灵感思维 / 18

案例：孙悟空的顿悟 / 18

第二章 众创时代思维创新的十大特征 / 21

第一节 对传统思维的突破性 / 23

案例一：兵不厌诈：以其人之道还治其身 / 23

案例二：限量销售，“口水鸭”美名扬四方 / 24

第二节 思维的新颖性 / 26

案例一：说其长也道其短，收到意外效果 / 26

案例二：标新立异，颠覆传统见奇效 / 27

第三节 思维方法的可操作性 / 28

案例一：拾遗补缺，吴先生捕捉信息 / 29

案例二：瞒天过海，将计就计的卖猫策略 / 30

第四节 思维价值的可确定性 / 32

案例一：农妇巧卖辣椒解难题 / 32

案例二：“荒凉”是怎样卖出大价钱的 / 33

第五节 思维程序的可颠覆性 / 35

案例一：供求接点上，逆潮流而动产高效 / 35

案例二：美联航弄坏了“我”的吉他 / 36

第六节 思维视角的灵活性 / 39

案例一：开关按出来的业绩 / 39

案例二：基辛格为什么受到周总理的赞扬 / 41

第七节 思维时空的开放性 / 42

案例一：“龙洗”引来财源滚滚 / 42

案例二：清洁工引发的创造灵感 / 43

第八节 思维探索的宽松性 / 43

案例：“错”出来的成功 / 44

第九节 思维飞跃的螺旋性 / 45

案例一：烟灰缸：从肯定到否定再到否定之否定 / 45

案例二：派克笔：从肯定到否定再到否定之否定 / 46

第十节 思维成果的综合性 / 47

案例一：一种可以吃的“象棋子” / 48

案例二：“珍珠陈皮”的诞生 / 49

第三章 思维创新需要突破的十大思维障碍 / 51

第一节 突破习惯性思维障碍 / 53

案例一：鸟笼逻辑 / 53

案例二：与众不同的人 / 54

- 第二节 突破直线型思维障碍 / 55
- 案例一：破窗效应 / 55
- 案例二：希尔顿不采石油开饭店 / 56
- 第三节 突破权威型思维障碍 / 57
- 案例一：晕轮效应 / 57
- 案例二：薛启文创建高炉全碳水冷薄炉底技术 / 58
- 第四节 突破从众型思维障碍 / 60
- 案例一：羊群效应 / 60
- 案例二：丘明的逆市场而动 / 61
- 第五节 突破书本型思维障碍 / 62
- 案例一：书生和野猫 / 62
- 案例二：向书本挑战取得成功 / 63
- 第六节 突破自我中心型思维障碍 / 64
- 案例一：爱迪生也曾自以为是 / 64
- 案例二：日清方便面怎样占领美国市场 / 65
- 第七节 突破自卑型思维障碍 / 65
- 案例一：从下岗女工到月薪3万的金牌月嫂 / 66
- 案例二：比尔·盖茨和IBM / 68
- 第八节 突破麻木型思维障碍 / 69
- 案例一：瑞士钟表业鄙视石英钟表技术，陷入全面危机 / 70
- 案例二：美国“胜家”牌缝纫机被挤出市场 / 70
- 第九节 突破偏执型思维障碍 / 71
- 案例一：希特勒攻打莫斯科遭遇惨败 / 71
- 案例二：一次谈心，使美国拥有了原子弹 / 73
- 第十节 突破浅表型思维障碍 / 75
- 案例一：微软救苹果于危难之时 / 75
- 案例二：利用浅表型思维，巧售扫雪机 / 76

第四章 众创时代迫切呼唤的十大创新思维 / 79

第一节 用户思维 / 81

案例一：海尔是这样卖洗衣机的 / 81

案例二：优质服务，人情味迎来回头客 / 82

第二节 社会化思维 / 83

案例：冀更新是怎样成为“中国治渣王”的 / 84

第三节 差异化思维 / 85

案例：价格便宜是撒手铜 / 85

第四节 平台化思维 / 86

案例一：互联网思维下的智能型节电器 / 86

案例二：巧搭平台，花之恋公司绿色食品畅销市场 / 88

第五节 大数据思维 / 89

案例：大数据的魅力和魔力 / 89

第六节 极致思维 / 91

案例一：手艺的极处是人生 / 92

案例二：登上世界舞台的工人发明家刘幼生 / 93

第七节 简约思维 / 95

案例一：至简是王道 / 95

案例二：“黄老邪”一道菜卖 20 亿 / 96

第八节 迭代思维 / 98

案例：腾讯的微信 / 98

第九节 换位思维 / 99

案例一：解决圆珠笔漏油难题 / 99

案例二：设身处地，换位思考 / 100

第十节 跨界思维 / 101

案例：停车费 / 101

第五章 众创时代思维创新的十大定律 / 105

第一节 思路决定出路 / 107

案例：小布什被迫取消高额关税 / 107

第二节 站点决定对错，也决定绩效优劣 / 109

案例一：辨准正确的方向 / 109

案例二：站点决定绩效优劣 / 110

第三节	高度决定广度 / 111
	案例一：乔布斯的一只“烂苹果”为何风靡全世界 / 111
	案例二：永远的乞丐，永远的放羊娃 / 112
第四节	选择决定价值 / 113
	案例：花 600 块钱去发现金矿 / 114
第五节	平台决定纵深度 / 115
	案例：“千里冰”巧借东风 / 115
第六节	角度决定概率 / 117
	案例：洛克菲勒赠地赚大钱 / 117
第七节	力度决定跨度 / 119
	案例：小溪公司的染色布为什么永远供不应求 / 119
第八节	宽度决定自由度 / 120
	案例：有一家这样的公司 / 120
第九节	粒度决定密度 / 122
	案例：人生的瓶子 / 122
第十节	细节决定成败 / 123
	案例一：王永庆迅速发家和持续发家的秘密 / 123
	案例二：50 亿分之一的氯霉素含量导致出口退货 / 125
第六章	众创时代打造思维创新的十大能力 / 129
	能力之一：打造自己的自信力 / 131
	案例：很高贵的旧衣服 / 131
	能力之二：打造观察力 / 133
	案例一：两个钟点工 / 133
	案例二：关注细节，使福特应聘成功 / 134
	能力之三：打造分析力 / 136
	案例一：卖轮胎的米其林敢给餐厅评级 / 136
	案例二：日本人在大庆石油设备招标谈判中大获全胜 / 137
	能力之四：打造判断力 / 139
	案例一：柯达放弃“傻瓜”，变身“胶卷大王” / 139
	案例二：老妇人、工程师与逻辑学家 / 141

能力之五：打造应变力 / 142

案例：“古董王”挽回败局 / 142

能力之六：打造逆变力 / 144

案例一：章天亮一言九鼎值千金 / 144

案例二：亚马逊智斗沃尔玛 / 145

能力之七：打造想象力 / 148

案例：有心人的想象改变了世界 / 148

能力之八：打造忍耐力 / 150

案例：洛克菲勒的忍耐改变了他的人生 / 150

能力之九：打造执行力 / 151

案例：“出思想”的武汉科技大学教授李楠 / 151

能力之十：打造学习力 / 153

案例一：向犹太人学什么 / 153

案例二：从馒头加咸菜到名作家 / 155

第七章 众创时代思维创新的九大契机 / 159

契机之一：从政局的变化中发现 / 161

案例一：三菱公司发“叛乱财” / 161

案例二：拆柏林墙也是生意 / 162

契机之二：从经济的变化中发现 / 163

案例：烧开“温吞水”，米塔尔建立世界钢铁帝国 / 163

契机之三：从战争的变化中发现 / 165

案例：战争与小轮椅和健身器材 / 165

契机之四：从政策的变化中发现 / 166

案例一：日本汽车制造商的快速反应 / 166

案例二：“孙悟空”胜“铁扇公主” / 167

契机之五：从突发的灾难和事故中发现 / 169

案例一：杨冬生在突发的危机之中抓住商机 / 169

案例二：下水管道爆炸引来新商机 / 170

契机之六：从气候的变化中发现 / 172

案例一：美国根据气候预测减少粮食生产 / 172

案例二：多雨年份的商机 / 173

契机之七：从重大的发明和发现中发现 / 174

案例：格兰仕微波炉以低价取胜 / 174

契机之八：从社会上出现的新变化中发现 / 175

案例一：两条信息救活一个企业 / 175

案例二：城门失火捞池鱼 / 177

契机之九：从潜在的需求点上发现 / 178

案例一：创可贴和不伤牙龈的牙刷是怎样问世的 / 178

案例二：顺手牵羊，从潜在的需求点上挖掘商机 / 179

第八章 众创时代思维创新的十大方法 / 183

方法之一：无中生有法 / 185

案例一：一个手心里的“火”字，使曹操 83 万兵马
灰飞烟灭 / 186

案例二：空气罐头，吸出大生意 / 188

方法之二：发散思维法 / 189

案例一：同一种药，在不同的人手里作用不同 / 189

案例二：化整为零，杜勒斯保美孚石油公司 / 190

方法之三：聚合思维法 / 191

案例一：徐振宇从打工仔变身老板 / 191

案例二：“星期天公司”和“太阳号”车 / 194

方法之四：目标思维法 / 196

案例：汤会良挑战“零”极限 / 196

方法之五：逆向思维法 / 199

案例一：反话正说，吸烟的七大“好处” / 199

案例二：张金贵吃小亏占大便宜 / 200

方法之六：侧向思维法 / 202

案例：打吓唬人之草，惊生意兴隆之蛇 / 202

方法之七：转向思维法 / 204

案例一：“姑奶奶”追债 / 204

案例二：中军帐前处变不惊，杜文虎反向制约 / 206

方法之八：系统思维法 / 208

案例：此消彼长，陶瓷厂三管齐下 / 208

方法之九：全局思维法 / 209

案例一：销售，就是这样进行的 / 210

案例二：制造唯一法，疯狂推销上高台 / 211

方法之十：无为而治法 / 212

案例一：郎中李的锦囊妙计 / 212

案例二：无中生出道，铅山保健酒厂巧搭桥 / 213

第九章 众创时代掌控思维创新的十大要诀 / 215

要诀之一：传统产业 + 互联网 / 217

案例一：袁伟林打破铁饭碗当网店老板 / 217

案例二：的哥过去拼运气，如今拼网速 / 219

要诀之二：从小事做起，从底层做起 / 221

案例一：从小事做起 / 221

案例二：从底层做起 / 222

要诀之三：敢于屡败屡战，咬定青山不放松 / 223

案例一：历经 8000 多次失败，爱迪生成功发明电灯 / 223

案例二：张一鸣 5 次创业，终成“今日头条” / 224

要诀之四：推陈出新，在更新换代上做文章 / 226

案例一：朱呈推陈出新上台阶 / 226

案例二：出其不意，在更新换代上做文章 / 227

要诀之五：在细分市场上立足 / 228

案例一：细分市场，女司机载女乘客 / 229

案例二：娃哈哈制胜，险中出奇 / 230

要诀之六：在社会痛点上创业 / 231

案例一：巧架平台，买卖二手车 / 231

案例二：停车难，城市病中的大金矿 / 233

要诀之七：要善于借势 / 234

案例：张氏糕点厂借历史典故打翻身仗 / 234

要诀之八：要牢牢掌控主导权 / 237

- 案例：控制源头，斯为盛使竞争对手无计可施 / 237
- 要诀之九：要讲究商战谋略 / 238
 - 案例一：淘宝网在本土打败 eBay / 238
 - 案例二：树上开花，加多宝在王老吉优势上做文章 / 241
- 要诀之十：为人要厚道 / 243
 - 案例一：一种思维模式，使油漆匠改变了命运 / 243
 - 案例二：资产从1万到100亿的起点 / 245

第十章 众创时代思维创新的九大亮点 / 247

- 第一节 “传统产业+互联网”，众创时代思维创新的最佳搭档 / 249
 - 案例一：永定土楼里走出来的“珠宝大王” / 249
 - 案例二：螺蛳粉京华畅销成典范 / 250
- 第二节 敢为人先，是众创时代思维创新的典型特征 / 252
 - 案例：永争第一的谭丽丽 / 252
- 第三节 互联网的典型运作思路：羊毛出在猪身上，狗来埋单 / 255
 - 案例一：互联网思维下的百度 / 255
 - 案例二：互联网思维下的腾讯 / 257
- 第四节 创业创新的着眼点：痛点就是引爆点，一针捅破天 / 258
 - 案例一：廖杰远创立挂号网 / 259
 - 案例二：小小监护仪扮演救命的角色 / 260
- 第五节 创业创新的时机与借力：站在风口上，猪也能飞起来 / 261
 - 案例：在名人的示范效应上做文章 / 261
- 第六节 创业创新的价值理性：人文关怀 / 263
 - 案例一：许志诚诚信赢天下 / 263
 - 案例二：吉树仁心系职工 / 264
- 第七节 创业创新的新理念：“与世界共情” / 265
 - 案例：超越生命的承诺 / 266
- 第八节 创业创新的商业模式：不求所有，但求所用 / 267
 - 案例一：飞利浦，不卖灯泡租灯泡 / 267
 - 案例二：米其林，不卖轮胎租轮胎 / 269
- 第九节 鱼理论的层次递进：什么鱼吃什么鱼 / 270