

把创新



思维训练·5·
精品书系

当成习惯

Let INNOVATION
as habit

王国安——著



创新大师告诉你，创新其实很容易！

一本精妙的书

让你日日感受创新

一本轻松的书

天天改换你的面貌



中央编译出版社

CENTRAL COMPIATION & TRANSLATION PRESS



思维训练·5·
精品书系

把创新 当成习惯



Let INNOVATION
as habit

王国安—著

创新大师告诉你,创新其实很容易!



中央编译出版社
CENTRAL COMPILATION & TRANSLATION PRESS

一本精妙的书
让你日日感受创新
一本轻松的书
天天改换你的面貌

图书在版编目(CIP)数据

把创新当成习惯/王国安编.

- 北京:中央编译出版社,2003.4

(思维训练精品书系)

ISBN 7-80109-659-2

I. 把…

II. 王…

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(2003)第 020296 号

把创新当成习惯

王国安 编

出版发行:中央编译出版社

地 址:北京西单西斜街 36 号(100032)

电 话:66521152,66521270(编辑部) 66171396(发行部)

h t t p://www.cctp.com.cn

E m a i l:edit@cctpbook.com

经 销:全国新华书店

印 刷:保定市印刷厂

开 本:787×1092 毫米 1/16

字 数:294 千字

印 张:19.125

版 次:2003 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:25.00 元

引言 智慧人生

知识经济时代是智能开发、智慧勃发的时代；市场经济时代是创新进取、智慧竞争的时代；自主择业时代是优胜劣汰、智慧谋生的时代。时代的潮流不可阻遏。每个希望追求成功的人，必须学会再造一个聪明脑袋，去营造一个智慧人生，并以积极的态度在竞争中搏击前进。

一个拥有智慧的人，将创造超越他人的价值。下面这则小故事会告诉你其中的道理。

谁能带回更多的钱

——两强相争智者胜

日本一家公司对3位应聘市场策划职位的年轻人实施智力测验。公司将3人送到广岛，付给每人最低生活费2000日元。考题是：在那儿待上一天，看看谁带回的钱多。

A很聪明，花500元买一副墨镜，除充饥外，余下的钱买一把旧吉他。他到繁华广场上搞起了“盲人卖艺”，琴盒里的钱慢慢多了起来。

B更聪明，他花500元做一个箱子，并写了一张广告：“将原子弹赶出地球——纪念广岛灾难40年暨加快广岛建设大募捐”。余下的钱雇则请两位中学生演讲，以招徕围观者。结果，他得到很多的募捐款。

C不知怎么想的，根本没打算去挣钱。他找了个小餐馆，小菜薄酒，美美吃了一餐，花去1500元，然后钻进一架废弃汽车里，甜甜地睡了一觉。

傍晚时分，正当卖艺“盲人”、“募捐”小伙生意红火，心里得意时，眼前突然

出现一位佩胸卡、戴袖章、挎手枪的大胡子管理人员。这管理人员扯下“盲人”的墨镜，砸掉“募捐”的箱子，没收了他们的非法所得，还叫喊着要起诉他们的欺诈罪。

当狼狈不堪的 A 与 B 两手空空赶回公司时，已经迟到了。他们更没想到的是，等待他们的居然是那个“管理人员”。原来，C 将余下的 500 元，买了胸卡、袖章、玩具手枪与化妆用的胡子，假扮管理人员将 A 与 B 的钱给没收了。

公司老板最后的评价是：A 与 B 只会费力地开辟市场，C 善于吃掉对手的市场。C 被录用了。

读者朋友，这则故事是真是假、合理与否无关紧要，我们只想借此说明一个道理：当今时代，竞争靠的是智慧，而不仅仅是汗水；通过智慧可以创造机会，并使人成功。

智慧是什么？

智慧是一种分析判断、发明创造的能力；是敏锐机智、灵活精明的反映；也是充满活力、最为宝贵的财富。知识经济时代就是智慧升值的时代。

一个人没有金钱，并不可怕；没有地位，也并不可悲；只有不善思维，缺乏智慧，才是人生最大的缺憾。

那么，怎样才能拥有智慧，并使自己聪明伶俐、高人一筹呢？也许，很多人会认为自己天生比别人笨，没有过人的天赋。其实，并不是那么回事。实际上，智慧也是平凡的，聪明也并不神秘，只要大家开动思维的机器，智慧和聪明就会像山中泉源，绵绵不绝。下面，我奉上几则小故事，以验证平凡之中的创造性。

故事之一：

1 米地毯 1 角多

——脑瓜聪灵生意活

一位顾客进了地毯商店，店老板立即热情地接待了他。顾客看上了一款

地毯,问道:“这种地毯多少钱?”老板回答:“每平方米24元8角。”顾客啧啧几声,走了。显然,他觉得价格有些高了。店老板的一位朋友在旁观察,他批评说:“你的待客办法太陈旧了,应该换一种方法。”

老板急问其详。这位朋友以营业员的口吻说:“先生,这地毯不贵。让您的卧室铺上地毯,1角多钱就够了。”见“顾客”不解,“营业员”忙解释道:“除去床与橱,卧室地毯不过10平方米,248元;地毯寿命为5年,计1800多天,每天不就是1角多钱吗?一支香烟钱都不到。”老板一拍大腿,高兴地说:“高!你这一招一定灵。”果然,换了一句话,商店立即就顾客盈门了。

在这则故事中,老板传统守旧,实话实说,只知商品价格,不知顾客心理。

而他的朋友却机智灵活,善于创新,通过避开总价报日价,切中了顾客的消费心理。

比较而言,价格和目的并没有任何变化,只不过换了种思维的方法:老板恪守商人的习惯,只会算经济账;朋友却具有创新意识,善于从顾客心理入手,切中要害。这两种报价方法所报数额表面上看差距很大,尽管事实并非如此,但给消费者造成的心理感觉却大不相同,二者的市场效果自然也就有了天壤之别。

故事之二:

万钧铁牛出江底

——思路一通大路通

北宋年间,山西有一座浮桥,两端用8头很大的铁牛来固定缆绳。那铁牛,每头都有万斤重。

有一年,洪水泛滥,冲垮堤岸,冲断缆绳,也冲走了浮桥。8头铁牛都滚入江中,并沉入江底。灾害过后,大江阻隔,急需重修浮桥,可是谁也没办法将那8头铁牛弄上岸来。衙门只好张贴告示,招募能人,征求好办法。

不久,一个和尚自告奋勇报名去捞铁牛。那一天,和尚找来两只大船,将

两根粗大的木头架在两条船上,并用绳子牢牢地绑紧,让两条船紧紧地联为一体,然后,在船上装满砂石。待行至铁牛沉没之处,又命人往船上继续大量添加砂石,直到船只不堪重负,沉入江底。岸上的人都看不懂,不知和尚葫芦里卖的是什么药。

待船落入江底,和尚又拿来绳子,命人入水,一头拴紧一条铁牛,一头拴在横木中央。然后让精壮青年潜水下去,将船中的砂石掏出来,并抛入江中。结果,随着负荷的逐步减轻,两条船慢慢地浮了起来。待将船舱的砂石抛净、将水舀干后,将两条船驶向岸边,于是,铁牛很快被弄上岸了。

船有浮力,因而能载物,这个道理谁都懂,一点都不新鲜。可是,铁牛在江底,船在水面上,二者如何能联系起来?很多人的思绪就在这里梗阻了。这是很自然的,因为常规思维对它的确没有多少办法。和尚的可贵之处在于,他能够突破常规思维,针对难点,大胆创新,变不可能为可能,从而将难以联系之物联系了起来。在这则故事中,他的沉船、卸货、起重三部曲,十分新颖,非常高明,极富创造性。“沉船”使船只与铁牛“取得了联系”,这是整个创意的关键与核心;“卸货”则使木质船只发挥了浮力功能,是极为巧妙与聪明的一着。这两个环节的构想大大超出常规,出人意料,是对传统思维的背叛与突破,而智慧也就表现在这里。

故事之三:

奶牛上战场

——智慧闯难关

在苏联卫国战争中,苏军派遣一个小分队去炸掉一座德军严密守卫的桥梁。但是,面对德军的严密封锁,炸桥任务一直无法完成。后来,一个苏军士兵发现附近有一座奶牛场,里面有数十头奶牛。他知道,红色能激怒牛的大脑神经。于是便悄悄钻进奶牛场,放出牛群,并在领头牛的角上扎上一面红旗,然后诱使领头奶牛冲向大桥,于是,其他奶牛也随之一哄而出,集体冲向大桥。

德军看到牛群奔来,先是愕然,后是追赶,结果,人追牛窜,乱成一团。苏军便乘机冲上大桥,安放炸药,炸毁了大桥。

在这则故事里,苏军之所以能利用奶牛,打破困境是因为,其一,苏军士兵有知识:红色能激怒牛的大脑神经;其二,有胆识:激怒奶牛使之充当战场上的特别“突击队”;其三,善思维:通过搅乱战局,乱中取胜。因此,苏军士兵的举动看似寻常,实则是一个很难得的创造。

也许有人会问:“我是凡夫俗子,也能创新吗?”许多人都缺乏创新的自信之心。其实,我们大可不必自惭形秽,更不要自我贬低,倒是应该积极开发您的潜能。

创新很可贵,创新又很寻常。任何人,只要具备正常的思维能力,都能创新。实际上每个人也都在不断地创新。例如:

小学生写了错别字,被老师罚抄30遍课文。为了对付老师,三年级小学生可以用一只手同时握住三支圆珠笔写字,立即把效率提高为原来的3倍。虽然可笑,但这不是创新又是什么?

过去买水果咬着吃、削着吃,现在则绞成糊吃、榨成汁吃,与蔬菜汁混合着吃。这不也是创新吗?

再看看女士们的发式:前天梳小辫子,昨天变成大波浪,今天则盘成一座“宝塔”。她们自我设计,自我装扮,一天一个样,天天都变样。这不正是最积极的创新吗?

.....

可见,创新人人都会,创新也天天都有。只要我们相信自己的能力,开发出创新的潜能,就一定能靠自己的智慧改变原来的命运。

那么,怎样才能激发出创新的潜能呢?下面的故事,将会给我们一个很好的答案。

一位农民推车的故事

——潜能未必在你的意识之中

一位农民拉着沉甸甸的板车来到山脚下,眼望那长长的土坡,本来就疲惫

的身躯一下子瘫软下来。心想,这么长的陡坡,靠自己一个人肯定是上不去。农民立在坡前,畏而却步,又焦急又无奈。

这时,来了一位热心的过路人,他主动说:“上吧,我来帮你。”得到这一难得的帮助,农民立即来劲了。热血涌了上来,心力也足了,他咬紧牙,奋力拉着。旁边,热心人“咳哟,咳哟;加油,加油!”的吃力而有节奏的号子声和加油声更激励着农民,结果没花多少时间,车子就上了坡顶。

农民歇下脚,非常感激那位热心人。热心人却说,别谢我,要谢你自己。我这两天腰扭了,用不上劲,只是给你加油而已。

农民明白了:原来,是自己瞧不起自己。

朋友,这就是潜能。潜能是人们身上固有的、尚未被自己所认识与发掘的内在能力与能量。每个人身上都有这股劲,虽然可能藏得很深,但只要我们努力,就一定能将它发掘出来。

科学研究发现,人的大部分能力都处于休眠状态,未能得到开发与利用。所谓的“伟人”与“常人”,其实在智商与能力上并没有太大的差别,惟一的区别就在于开发的程度不同。一般来说,伟人都高度自信,他们相信自己的能力,相信自己的潜能,能勇于开发自己,敢于表现自己,从而大大激发了内在的潜能,这就是他们成功的主要原因。而常人则总以为自己能力不大,潜力有限,缺乏能耐,故而大的“野心”不敢有,高的目标不敢想,许多事情不敢做,从而自己限制自己,自己约束自己,迈不开前进的步伐。所以说,对于常人而言,潜能不是有与无、大与小的问题,而是怎样得到有效的开发与调动的问题。

那么,我们怎样才能开发自己的潜能呢?其实,开发潜能的途径有很多,下面我们列举了最主要的几种:

◆ “好奇”,可以激荡潜能。

西方谚语说:“好奇是研究之父,成功之母。”的确,好奇可以使人对事、对人充满兴趣,而有了兴趣就会去质疑,去探究,去刨根究底。有了好奇之心,人的注意力就会高度集中,一切知识储备与经验积累都会迅速汇聚起来,使思维细胞空前活

跃,潜能往往就在这时释放出来,使人发挥出极大的创造性。下面我们看一个例子。

8岁小孩的“如意瓜果”

——兴趣怎样激荡潜能

陈陈只有8岁,上小学三年级。

有一天,陈陈吃完西瓜,问父亲,西瓜是怎么长出来的。父亲说,只要将你吐出来的西瓜籽种到地里,过不了多久,就会长出西瓜苗,并慢慢结出西瓜来。父亲只是简单地介绍了西瓜生长的有关知识,但好奇的陈陈却行动起来了。

陈陈按照父亲的介绍,将西瓜籽种了下去。不久,西瓜长苗、开花、挂小果了,陈陈很高兴。谁知,一天早晨,陈陈发现拇指大的小西瓜被老鼠吃掉两个,心里难过极了。陈陈向父亲讨教办法,父亲让陈陈自己去思考。陈陈想,得想个办法将小西瓜保护起来。于是,他找来玻璃瓶、易拉罐、塑料盒,将小西瓜一套起来,让老鼠吃不到。

几天时间过去了,日渐长大的小西瓜让瓶颈卡住,出不来了。陈陈想,再过几天,看看小西瓜成长的力气有多大,能不能将玻璃瓶胀破。却也怪了,一个星期过去了,小西瓜非但没胀破瓶子,倒顺着瓶子的边缘继续生长,变成圆柱体西瓜了。真好玩,真好玩,陈陈高兴极了。继而又想,如果用四方形的瓶子、小葫芦,能不能长成四方形、葫芦形的西瓜?西瓜能不能长成猪八戒、孙悟空?对了,北京申奥成功,到2008年举办奥运会时,能不能生产一批“奥运标志”西瓜、体育明星西瓜?还有,西瓜的形状可以人为控制,其他瓜果能不能呢?

好奇心促使陈陈提出了一大串问题,也思考了一大串问题。在思考中,他做了大量试验,得到很多收获。结果,陈陈越思考越有兴趣,越思考越有所得。在父亲的帮助下,陈陈提出了“克隆瓜果模”的创意,并向国家申请了专利。

读者朋友,这个创意多好,价值多高,前景多广阔啊!可它一点也不神秘,完全

是好奇心引发出来的。试想,一个8岁小孩何曾想到要发明创造?又何曾想到要开发潜能?但好奇心却将他的能量释放出来,并不知不觉地做出了发明创造。因此,学习创造性思维,不妨多来一点童心,多有一点好奇心。

◆“矛盾”,可以逼出潜能。

有问题,有矛盾,一定要下决心正视它,想办法去克服它,用智慧去解决它,千万别畏惧,千万别逃避,也千万别等待。只要我们坚定攻关的决心,精神意识就会空前地兴奋,内在潜力就会得到充分的调动。在这种情况下,我们就会获得前所未有的成就。让我们看看前文所举的例子:

在“捞铁牛”的故事中,“和尚”是个善心人,他尘缘未尽,关心社会公益事业,将“铁牛”沉落江底的社会难题视为自己的难题。他苦思苦想,反复思忖,最终不知哪一条脑神经线被接通了,就开发出了自身的潜力,想出了好主意。所以,我们应该明白,是“问题”点燃“和尚”的智慧之花,而绝不是“和尚”早就有预定答案。

在“炸桥”的故事中,“士兵”也是个有心人,面对炸桥难题,他没有埋怨客观条件,而是积极思维,跳出“军人”、“武器”、“阵地”等战争因素的框框,努力打开知识仓库的大门,敏锐地到外部去寻找炸桥条件。结果,功夫不负有心人,他终于发现亮点,形成创意,解决了面临的难题。可以设想,如果没有炸桥难题,或者士兵不敢正视难题,就绝不可能形成“奶牛”智慧。

◆困难,可以激发潜能。

有困难,就有矛盾。在困难时刻,人们往往会斗志昂扬,思维活跃。只要不畏艰难,去集中精力解剖矛盾,战胜困难,往往就会逼出创造性思维。下面的故事可以说明矛盾和困难对潜能的激发效果。

生孩子生出一个专利企业家

——矛盾可以逼出潜能

晏青生下一个男孩。全家快乐之余,麻烦也一个接一个地来了。

不知为什么,刚生下的孩子老是哭,晏青四处求医也不见效果。年轻的母亲通过仔细观察揣摩,终于把原因找到了,原来是孩子护脐的绷带绑得太紧。

这绷带不好用,绑紧了会痛,绑松了会丢。殷殷的爱子之心,促使她积极想办法解决矛盾。第二天,晏青发挥自己的聪明才智,通过想像与创新,动手设计了一条使用简便、富有弹性、不易滑落的护脐绷带。将新绷带给儿子戴上后,孩子果然不哭了。晏青又缝制了几条,送给小姐妹们,反映不错,受到了她们的欢迎。后来,晏青干脆缝制了一批,送到市场上去,结果大受好评,十分畅销。

后来,晏青发现:孩子睡觉,总爱蹬被子,结果会着凉;如果改用睡袋,温度又不便调节,因为睡袋一端密闭,不通风透气,闷热难受。为了孩子的健康成长,晏青又动起脑筋:被子既要不被蹬掉,又要能调节温度,还要通风透气——经过多次试验,“双层睡袋”诞生了。正是育儿的难处逼出了晏青一个又一个的创意。这些创意深受社会欢迎,于是,晏青一一申请了专利,并果断辞去公职,创办了“婴儿用品厂”。

其后,为解决婴幼儿尿湿裤子问题,她发明了“四脚棉裤”;为解决母亲喂奶的尴尬,她又发明了“喂奶文胸”……她坚持走“专利建厂、专利立厂、专利护厂”之路,很快就拥有了16项发明专利,8大系列200多个规格品种的婴幼儿用品。很快,晏青的事业红红火火,她也成为一名名副其实的专利企业家。

朋友,日常工作、学习、生活,谁能不遇上困难,哪一天又没有困难?如果我们都能像晏青那样,将困难作为思维的起点,将战胜困难作为努力的方向,深入研讨,悉心思考,那么就一定会很好地开发出自己的内在潜力。

◆“目标”,可以催发潜能。

接受挑战性任务,定下高水准目标,勇于与高手能人竞争对比,也是开发潜能的重要手段。

道理很简单:任务艰巨,就得想方设法寻找出路,积极发掘内在因素;目标远大,不走捷径不行,不搞创新不行;而与能人竞争,就得比他人更加精明。因此,“目标”引人前行,最能发掘潜能。

请看下面这则故事:

一样的果实,不一样的结果

——目标可以催发潜能

张家、李家、王家同住一个村,地处大都市郊外30多公里处。三家都承包大片山坡地,都种上桔树。近年来,市场上水果丰富,品种繁多,人们的胃口也变得高贵了——橘子在人们心目中逐渐成为低档货。因此,虽然橘子年年丰收,但价格就是上不去,结果丰收却不增收,使三家人很苦恼。

这一年,又到了橘子收获季节。

张家早早就组织劳动力上山采摘,希望能抢先一步,以新招人,争取一个较好的价格。可是,上市后,市场反映平平。因为提前采摘,果实成色差,色泽不鲜,吸引力不强。结果,扣除各种费用,张家所得寥寥可数。

李家吸取张家的教训,不走历年所走的道路。他们根据城市人喜欢周末郊游这一新特点,想出了一个新的主意:在山下交通路口,树了一块路牌:“上树吃果鲜,比在家吃甜;让您吃个饱,只要8元钱。”结果,每到周末,李家的果园都热闹万分。因此,李家省工省力,又省去许多费用,收入颇丰。

王家即将面临一对双胞胎同时上大学的经济压力,而可以指望的也只有这片果园。他们想,无论如何得卖一个好价钱。因此,果实迟迟没有采摘,直到快春节了,还是满树鲜果。还是两位高中生聪明,他们想,时值新春佳节,家家求吉利,大桔(吉。橘原作“桔”,与“吉”谐音)大利,这里大有文章可做。于是,他们想出了一个创意:选择相邻的四株大橘树,将果实采光,将树冠整理平整,然后以绿油油的树冠为“纸”,以刚采摘下来的黄澄澄的橘子为“墨”,“写”成“新年大吉”四个大字——用细铁丝将新鲜的橘子按字形固定在桔树上。结果,绿叶金字,煞是好看。人在树下一站,显得风光满面。于是,他们拍下照片,并刊登广告:“桔树之上吃大桔,桔树之下照大桔,一家一户一百元,祝您新年大吉利。”结果,从大年初一开始,春风和春光每天都送来一拨又一拨的城里人,也送来了一叠又一叠的钞票。城里人又吃橘子又照“橘像”,乐了;王家人边待客人边数钞票,笑了。

在这个例子中,王家正是迫于需要,制定了远大的目标,才最终使办法比张家、李家高出一大截。

张家只有寻常的经济眼光,只知使用常规的经济手段,因而橘园的收入没有达到预期的结果。

李家颇为聪明,他们由物及人,不仅为消费者提供了丰收的橘子,也为消费者提供了一种乐趣,提供了一种休闲方式,因而很受欢迎,所得回报自然也就比较丰厚。

王家的思维则更有特色:一是善于利用时间背景,借助春节这一特定时期,捕捉到了最佳商机;二是充分关注人们的心理追求,从满足消费者精神需要的角度,吸引了最广泛的注意力;三是轻形重神,在宣传上淡化橘子本身的物质功能,突出“桔”与“吉”的谐音关系,强化号召力。因此,三者中王家的创意最佳、效益最好也就很自然了。不过,读者应该注意到,王家的优质创意与他们制定的远大目标是有很大大关系的,如果没有很高的企求,也许王家同样会依惯例采摘出售,不会做出更多的思考与构想。由此可以看出“目标”对创造性的促动作用。

许多人、许多企业有一个共同的苦恼:好容易想出一个好主意、好办法、好点子,可没过多久,就让人家偷走了:模仿的、克隆的、假冒的,无所不用其极。纵然是专利保护,也难得安宁,打假更是颇为辛苦。

为此,我们应该认识到,在生意场上,法律保护是必要的,也是明智的;但要长期保密,永远独有,也是不可能的。最可靠的办法只有一个,那就是思维永远快人一步,智慧永远高人一筹。虽然别人可以偷走你现在的成果,却永远偷不走你的智慧。因此,我们要永远训练创造性思维,永远拥有独到的智慧,最终将创新变成自己的日常习惯,使自己永远立于竞争的潮头。

下面,我们看看智者是怎么让自己保持永远的竞争力的。

智慧之士永远拥有制高点

——创新助人永占高峰

从前,西部有一个缺水的边远小镇,居民要到5里外的地方去挑水吃。在

这里,吃水是人们生活中的一大难事,缺乏劳动力的人家就更困难了。

困难就是商机。脑瓜灵活的村民甲看到其中的生意。他挑起水桶,以挑水、卖水为业,每担水卖得2角钱。虽然辛苦点,还算是一条不错的路子。村民乙看了,觉得不能让他一家独占市场,也走上挑水、卖水之路,并且将两个儿子也动员进来,很快占据了市场的大头。甲想,你家劳动力强,不如我的脑袋瓜好。于是他略加思索,以柔克刚,买来了20副水桶,请了20个闲散劳动力,由他们挑水,自己坐镇卖水,每担水抽成5分钱。这样,既省了力气,又多赚了钱。可时间一长,这些闲散劳动力熟悉了门道,不再愿意被抽成,纷纷单干去了。于是,甲一下子成了光杆司令,且竞争更激烈了。

但聪明人是难不住的。甲请人做了两个大水柜车,并租来两头牛,用牛拉车运水,每次40担,效率提高了,成本却降低了,因此赚头更大了。这让其他人看得直眼红。

人们很快看到了“规模经营”的优势,于是纷纷联合起来,或用牛拉车,或用马拉车,参与到竞争中。

然而,正当竞争日趋激烈时,人们突然发现,自己的水竟然卖不出去了——原来,甲买来水管,安装了管道,让水从水源直接流到村子里,自己只要坐在家里卖水就行了,且价格大幅度下降,一下子垄断了全部市场。

朋友,社会就是这样,善于动脑筋的人走在前头,其他人则在后面跟着走。如果大家能够在竞争中共同前进,社会也就进步了。

我们祈愿,每一位读本书的朋友,都能够积极开发自己的潜力,养成创新的习惯,用先人一步的智慧,来获得一生的不断成功!

目 录

引 言 智慧人生	(1)
----------------	-------

上篇 创造性思维基础知识

第一章 什么是创造性思维	(3)
--------------------	-------

1. 山鸡是如何起舞的?	(3)
--------------------	-------

——谈创造性思维的意识

2. 吉祥西瓜,锦上添花	(8)
--------------------	-------

——谈创造性思维的本质

3. 木梳卖和尚	(13)
----------------	------

——创造性思维的意义之一:发现

4. 常人胜过科学家	(19)
------------------	------

——创造性思维的意义之:发明二

第二章 为什么要有创造性思维	(25)
----------------------	------

1. 老虎看智慧	(25)
----------------	------

——创造性思维对历史的推动作用

2. 奉献一元,回报百元	(28)
--------------------	------

——创造性思维能助人抢占先机

3. 变色毛巾惹人爱	(33)
------------------	------

——创造性思维能令人棋高一招

4. 短纸如何画高人	(37)
——创造性思维可以攻克难关	
第三章 怎样学习创造性思维	(42)
1. 诸葛亮考老师	(42)
——挣脱桎梏,放飞思想	
2. 让您的芳名永驻天际	(46)
——无羁无绊,信马由缰	
第四章 如何训练创造性思维技能	(51)
1. 同是泥瓦匠前途不一样	(51)
——创造性思维需要心理动力	
2. 缺钱变有钱思维帮大忙	(55)
——创造性思维重在实践训练	
第五章 怎样锻炼创造性思维品质	(60)
1. 商人与教皇	(60)
——什么是创造性思维品质	
2. 愚公移山是利是弊	(62)
——锻炼批判性品质	
3. 就业门路有多广	(70)
——锻炼广阔性品质	
4. 岳云瞬间变岳飞	(77)
——锻炼变通性品质	
5. 失去恋人,收获更多	(83)
——锻炼独创性品质	
6. 闻一知二还知三	(89)
——锻炼深刻性品质	
7. 寸“土”不让	(96)
——锻炼敏捷性品质	