Mc Graw Hill Education

# ONE SIMPLE IDEA

[美] 斯蒂芬·奇◎著　李怀琛◎译

将创意带入市场的6个步骤

# 创意就是你的提款机

联袂推荐

超级畅销书《心灵鸡汤》作者　马克·汉森
畅销书《每周工作4小时》作者　蒂姆·费里斯
强生公司前副总裁、露马实验室总裁　帕特里克·郎尼根

北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

# 创意就是你的提款机

## 将创意带入市场的6个步骤

[美] 斯蒂芬·奇◎著　李怀琛◎译

北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记号　图字：01-2012-3938 号

图书在版编目（CIP）数据

创意就是你的提款机：将创意带入市场的6个步骤 /（美）斯蒂芬·奇（Key, S.）著：李怀琛译. —北京：北京大学出版社，2012.10

ISBN 978-7-301-21388-9

I. 创…　II. ①奇…　②李…　III. ①商业经营　IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 238419 号

Stephen Key
One simple idea: turn your dreams into a licensing goldmine while letting others do the work
ISBN 978-0-07-175615-0
Copyright ©2011 by Stephen Key.
All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.
This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and Beijing University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.
Copyright © 2012 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and Beijing University Press.

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和北京大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。
版权©2012由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与北京大学出版社所有。
本书封面贴有McGraw-Hill公司防伪标签，无标签者不得销售。

**书　　名：创意就是你的提款机——将创意带入市场的 6 个步骤**

**著作责任者：**[美] 斯蒂芬·奇（Key, S.）　著　李怀琛　译
**责 任 编 辑：**樊晓哲
**标 准 书 号：**ISBN 978-7-301-21388-9 / C·0811
**出 版 发 行：**北京大学出版社
**地　　址：**北京市海淀区中关村成府路 205 号　100871
**网　　址：**http://www.pup.cn
**电　　话：**邮购部 62752015　发行部 62750672
编辑部 82893506　出版部 62754967
**电 子 邮 箱：**tbcbooks@vip.163.com
**印 刷 者：**北京同文印刷有限责任公司
**经 销 者：**新华书店
787 毫米 ×1092 毫米　16 开本　12.25 印张　176 千字
2012 年 12 月第 1 版第 1 次印刷
**定　　价：**35.00 元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
**版权所有，侵权必究**
举报电话：010-62752024；电子邮箱：fd@pup.pku.edu.cn

# 前言 PREFACE

## 费里斯效应

早在 2003 年，当时我正在教授一门“从创意到市场”的课程，一个打扮得不像是学生的学生引起了我的注意。他常常头戴摩托车头盔，穿着紧身的皮衣皮裤。他通常会在别的学生都就座后才走进教室，然后环顾四周，选择一个他认为最舒服的位子坐下来听课。他偶尔会点点头，或用深邃的目光瞄着我和我的搭档安德鲁，而我们就站在教室的前排讲授课程。我有一个感觉：他一定把我们讲的每一个故事、每一个数据、每一个战略都记了下来，并仔细品味。

每堂课结束后，学生们都围拢过来，急着提出各种各样的问题，但他，蒂姆·费里斯（Tim Ferriss）却从不在这方面浪费时间。

“我们出去喝一杯。”蒂姆提议，“我想聊点别的。”

起初我拒绝了，但他执意邀请。他想搞明白我是怎样成为一个老板，还让数以千计与我素不相识的人为我工作。最终我妥协了，多少是因为招架不住他的喋喋不休，我就同他一起出去喝了几杯。蒂姆是我见过的最执拗的人。他刨根问底地问我是怎么做的，如何才能把我的经验和他的生意结合起来。我知道蒂姆是做膳食补充剂的，他和许多企业家一样通过成立公司来生产和经营产品。现在他想借用我的办法，即授权他人生产和经营

自己的产品，而自己退居幕后收取特许权使用费。

后来蒂姆开始环球旅行，并定期打电话来向我咨询怎样把萎靡不振的公司转变成活力四射的赚钱机器。2005 年的一天，正在阿根廷学习探戈的蒂姆打电话告诉我，他正在写一本书，请我读一读已经完成的部分。

蒂姆的书最后取名为《每周工作 4 小时》( The 4-Hour Workweek )。这本书很快就爬上了《纽约时报》畅销书单榜首的位置。蒂姆从课堂上汲取的知识帮助他形成了这本书的核心理念。在书中，他提出了“生活设计”的概念，并把自己描述成“新贵”——那些摆脱了激烈竞争，成功找到出路，过上自己想要的生活的人。

教书一直是我在产品开发之余的副业。但在蒂姆的书出版几个月后，来报名参加课程的学员急剧增加起来。“喔！”有一天我回家和妻子说，“我们还真要全心投入到这件事上来了。”

由于“费里斯效应”，学生的数量一直在上升。我现在的学生来自 30 多个国家，包括澳大利亚、玻利维亚、哥斯达黎加、智利、挪威、冰岛、新加坡和加拿大；我教授的方法在世界各地都有成功案例。

我的学生一直渴望了解《每周工作 4 小时》中没有提到的内容，即我在课堂上和本书中将要讲的东西。在过去 30 年里，我的生活就是把创意“出租”给大公司。我做的事情和操作方式都很简单，但也遇到了不少困难。无论如何，现在因为提倡“开放式创新”( 不论教育背景和出身，每个人都可以创意 )，实现这一过程比以往任何时候都要来得容易。

我妻子的主要工作之一就是传授我的策略，引领他人不断创新，成为自己的老板。我把自己的教学材料以通俗易懂的语言写出来，无论你是从我这里找到成功之途，还是无师自通，我相信越来越多的人会以这样的方式来设计自己未来的生活。

虽然蒂姆是受了我的启蒙，但他后来又在很大程度上帮助了我走向成功。

蒂姆，下次来我的家乡，我请客，大家一起喝一杯。


此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

# 引言 INTRODUCTION

## 一个简单创意引领我过上梦想生活

我叫斯蒂芬·奇，是一个成功的商人和“授权经营专家”。我没有获得过工程、营销或商业等方面的学位，也不是哪家大公司的老板或被大公司雇用。事实上，很多公司在为我工作。它们把我的产品带入日常生活，而我所要做的就是收取特许权使用费，不断产生新的产品创意，和我美丽的妻子及三个孩子过上我一直梦想的生活。我写本书的目的就是让你懂得，你也可以过上同样的生活，实现同样的价值。

在讲述如何把创意引入你的生活之前，我先简单介绍一下自己吧，因为我觉得我们或许会有许多相似的地方。从小我就梦想成为一名企业家，但我并不想在大学里花上四年或者六年的时间专门研究如何创立或管理一家企业。我不想经营公司，每天面对大量的雇员、预算、债务和各种令人头疼的麻烦事；我不想像企业主和白领一样活着就是为了工作。实际上，我工作是为了创造生活，活得惬意。我最想做的就是创造新产品，体验快乐，周游世界，成立家庭，享受生活！

这就是将近30年来我从事的事情。从创业开始，我就一直期待有人

告诉我这场游戏的秘密——本书将要揭示的内容。

我作为商人的初次冒险，是设计毛绒动物和人物形象，然后在艺术展或大型交易会上兜售它们。这是我产品设计的第一课。生活总是现实的，当你急着交房租、饥肠辘辘，而自己几个小时辛苦做出来的产品又卖不出去的时候，你一定想要另谋出路。

不久以后，玩具公司的人开始关注我的创意，我开始以自由职业者的身份为达肯（Dakin）公司设计产品。随后，我在幻想世界公司（Worlds of Wonder）获得了第一份真正意义上的工作——定期领工资的工作。我设想自己可以白天在公司上班，晚上做兼职设计，以获得双份的收入。然而不幸的是，我在产品生产上所花费的时间远远大过用于设计的时间。作为幻想世界公司设计部门的领导，我要同时为几个热门产品做设计（不是创意，仅仅是生产和设计），包括泰迪熊华斯比（Teddy Ruxpin）——世界上第一款会说话的泰迪熊，雷瑟水枪（Lazer Tag）——1986年的销量冠军。我经常研究这些新的产品创意，并认为我可以做得更好！

这样过了两年，我离开幻想世界公司，成立了自己的玩具创意、设计和特许经营公司。有一阵子，我要一边交房租，一边为迪士尼（Disney）、阿普洛斯（Applause）、达肯和幻想世界等公司做兼职设计。但现在我只需思考创意并将自己的创意产品授权他人经营。

我已经在玩具、酿造、音乐、装饰和制药等多个领域做了20余项产品创意授权。迈克尔·乔丹（Michael Jordan）和阿历克斯·特里贝克（Alex Trebek）还曾是我两款产品的形象代言人。我的创意产品一共卖出了5亿多件，创造了数十亿美元的销售收入。我还是真人秀节目《美国发明家》的顾问，上过CNBC（美国全国广播公司财经频道）电视台的专题节目《多尼的大智慧》。我受邀在美国专利商标局（简称PTO或USPTO）、斯坦福大学、艾迪欧（IDEO，世界最大的设计公司之一）进行演讲，为数千人讲授如何使用“发明”战略。

我的产品创意有的看起来简单，有的看起来不合逻辑，有的还能起到救生的作用。在我看来，好的创意都是平淡而简单的。我想到了一种带有

吸盘的“情人节”镖盘，上面有个标识，写着：“我被你迷住了！”这个创意让我收到了1万美元的预付款。我重新设计了普通的灰色吉他拨弦，赋予它多种颜色和形状：水滴状的、骷髅状的……或者刻上品牌和艺术家的名字（比如斯威夫特），用作市场宣传的配套销售产品。这个简单的创意卖出了2000万件，售价从25美分到1美元不等。

我最得意的早期创意之一是一个小小的篮板，它的造型就像一个篮球运动员伸出自己的胳膊撑起了篮筐。俄亥俄艺术公司（Ohio Art）获得了这个创意，第一年就卖出了100万个带有乔丹形象的乔丹壁式篮球架。我最成功的创意之一是旋转标签，它使瓶体标签的信息量增加了75%。这个创意在全球销售了4亿份。用制药商阿卡迪奥（Accudial）最新的宣传用语来说，旋转标签在全国范围内防止了近3万起儿童用药过量或不足的事件。

每一天，我都会向生产厂家提供6个创意。和我的学生一样，我一直在创新的道路上不断前进。

我享受了创意的美妙时光，并能够把创意“出租”给制造商。这一过程如此有趣，令人激动。我从未厌倦或才思枯竭过。我从不担心需要为别人工作，也不担心收入，虽然我认为从传统意义上来讲，自己不是一个会赚钱的人。

我的许多朋友都在终日苦思如何增加财富，他们沉迷于投资和减税。我一点儿也不关心这些，我对为赚钱而赚钱毫无兴趣。股市崩盘，我不受影响，因为我不炒股；经济萧条，我也无忧。我有两个孩子在伯克利就读，另外一个在俄勒冈大学上学，我可以毫无压力地支付他们的学费。

妻子和我没有任何债务，现在我们居住在加利福尼亚的莫德斯托（Modesto），那是一个被农庄和葡萄园环绕的小镇。因为妻子工作的原因，我们在20年前搬到这里，周围的环境非常适合孩子们的成长，而我在任何地方都可以工作。我的办公室离家大概几英里，有一个雇员在为我工作。

我们可爱的家是普通的社区住宅，我们买下了这所房子，领居们很友好。虽然我们的住所并不华丽，但这是我们自己的选择。我们不过“实用

主义”的生活：我们的汽车是使用现金全款购买的，非常昂贵。我们的“非实用主义生活”还表现在，有时我可能1个月都不去办公室，孩子们也不去上课，而是跟着我到非洲旅行，甚至，我会花上6个月的时间与他们一起环游美国。

有时我无法相信，我已经如此生活了将近30年，靠着我现在的工作赚得了这么好的生活。当然，一开始并不容易，我也经过了很多艰苦的努力，并且收获了很多很多。我赚了很多钱，也经历过失败，但我从未退缩。

其实，每个人都能做到我所做的一切。我没有工程或营销的背景。我的创意，有些不错，有些很普通，有些很糟糕。不要在意你的创意是否杰出，是否足以改变世界，你不需要辞去工作就可以开始自己的创意和产品授权之路，你需要的只是一个简单的创意，以及让创意转变成消费者喜欢的、生产商愿意为之营销的产品的能力。

我从事这项事业多年，教授数千人如何“正确地发明”。借助本书，我和你一同分享这一非常简单的创意战略，这样你也可以凭借出色的产品创意和特许授权过上自己的梦想生活。

# 目录

CONTENTS


前　言　费里斯效应　/ Ⅶ

引　言　一个简单创意引领我过上梦想生活　/ Ⅸ

前　篇　简单创意的藏金量

如何创造自己的梦想生活　/3

真的这么容易吗？　/4

我的创新之路　/7

欢迎来到创意新世界　/11

开放式创新的魅力和机遇　/13

全球效应　/14

先来者胜　/17

CEO 和 CIO，哪一个更适合你？　/21

自主生产简析　/22

特许授权 123　/23

## 步骤一　找到你价值百万美元的创意


**寻找有市场潜力的创意　/29**

几个实用窍门　/30

市场调查　/31

发现沉睡的恐龙　/35

**变得富有创意吧！　/36**

追随你的激情　/37

探索超市和杂志　/38

创意游戏　/39

**不善于创意？那就做个产品猎手　/42**

成为特许权专家　/43

找到适合自己的领域　/44

确定热点市场　/44

专注于你能授权出去的创意　/45

合同确认　/46

何处寻找有市场前景的创意　/47

**怎样选出最好的创意　/52**

好创意的四个特征　/52

找到有过成功经验的人　/55

在一天内成为任何行业的专家　/57

相信你的直觉　/58




此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

## 步骤二　如何证明你的创意有价值

**你的创意有市场吗？　/63**

面向市场创新　/64

评估创意的市场潜力　/66

**你的创意该如何生产？　/68**

创意在生产和成本上是否可行　/69

如何确定生产方式和成本　/70

为生产和盈利而设计　/72

**需不需要制造原型　/73**

原型的类型　/75

制作廉价原型　/77

## 步骤三　如何保护你的创意

**保护创意的妙招　/85**

专利申请的一般过程　/86

临时性专利的作用　/89

发明者日志：证明“首先发明”的必要手段　/90

怎样获得一项专利　/92

**控制过程的每一步　/99**

分享创意前的必要防范措施　/100

宣传的时机　/102

## 步骤四　如何给你的创意定位


**推销创意的工具**　/107

制作敲门砖：价值陈述　/108

撰写促成交易的宣传单　/111

**工作创意两不误**　/115

将梦想融入生活　/115

树立专业形象　/117

不必事必躬亲　/118


## 步骤五　如何将创意提交给潜在授权对象


**摆脱恐惧**　/125

害怕创意被盗用　/125

害怕电话推介　/127

害怕表述不清　/129

害怕被拒绝　/131

害怕失败　/132

**寻找成功之门**　/134

如何寻找潜在的授权对象　/135

专注于最优选择　/136

找到合适的联系人　/137

**叩开企业之门的电话**　/139

为什么电话推介是最好的敲门砖　/140

电话推介的正确方法 /141

另辟蹊径 /150

## 步骤六 如何将创意推向市场

**成交** /155

公平地谈判 /156

达成双赢的特许经营协议 /157

完整记录 /164

**梦想成真** /166

天堂上的婚姻? /167

让创意和收益源源而来 /174

**致 谢** /177

# 前　篇

## 简单创意的藏金量

你愿意为自己工作，做自己想做的和爱做的事情吗？或者你愿意拥有充分的时间、精力、资源和自由去过自己梦想的生活吗？

你需要的只是一个简单的创意，以及一个让创意走向市场的便捷途径。

# 如何创造自己的梦想生活

你是一个具有创造性的人吗？你是否常常希望采用新的方法，以便能够更好地完成工作？你希望以更有效、更赏心悦目、更美观或更有趣的方式把事情做好吗？你是否经常想改进自己使用的产品和服务，让它们变得更富吸引力？你想过自己就是将这些创意带入生活或以此为生的人吗？

或者，你是世界上众多失业者中的一员吗？你是否希望自己的生活不会因为一次背运，如失业或疾病，就一蹶不振？也许你是无数半失业者中的一个，勉强维持着生计，但已厌倦了毫无前途的工作，那么，你希望找到工作之外的一条致富之路，让自己衣食无忧吗？你梦想有一份工作可以释放你的才能，发挥你的潜力吗？

或许你跟我一样，知道生命短暂，不想把时间浪费在偿还账单或养老储蓄上；你只想投身于自己喜欢的行业，充满激情地去工作，以获得实现个人价值的资源和自由，然后与家人和朋友一起度过愉快的时光，去旅行，去享受生活。

这就是我想要的生活和我正在做的事情：寻找创意，授权给各家公司，然后过上自己想要的生活。我把创意“出租”给别人，他们负责制造和营销产品，而我只需收取“租金”并继续做我喜欢做的事情——生产创意。

每天有数以万计的人在为我工作：球童、出纳、卡车司机、装配工、会计、营销经理、销售代表、研究人员、人力资源经理，以及俄亥俄艺术公司、雀巢、吉姆·比姆（Jim Beam）、玩具反斗城（Toys“R”Us）等公司的总


此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com