

8 世界上最有效的 种 思考方法

楚淑慧◎编著

著名成功学大师拿破仑·希尔曾说：没有成功的**思考方法**，就没有成功的结果。全世界成功的政治家、企业家、管理者、科学家们都在用什么有力的工具**分析问题、创新思路、做出决策、解决难题**呢？本书介绍了世界上最有效的**8种思考方法**，让你在面对繁杂的事务和困难时应对自如，快速找出**解决问题的突破口**，迈向成功。

光明日报出版社

8 世界上最有效的 种 思考方法

楚淑慧 编著

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

世界上最有效的 8 种思考方法 / 楚淑慧编著. -- 北京: 光明日报出版社, 2012.1

ISBN 978-7-5112-1882-7

I. ①世… II. ①楚… III. ①思维方法—通俗读物 IV. B804-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 225299 号

世界上最有效的 8 种思考方法

编 著: 楚淑慧

出 版 人: 朱 庆

策 划: 温 梦

责任编辑: 李 娟

责任校对: 张荣华

封面设计: 张 诚

责任印制: 曹 诤

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区 (原崇文区) 珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67078247 (咨询), 67078945 (发行), 67078235 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn lijuan@gmw.cn

法律顾问: 北京市洪范广住律师事务所徐波律师

印 刷: 三河市延风印装厂

装 订: 三河市延风印装厂

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 720 × 980mm 1/16

字 数: 205 千字

印 张: 15

版 次: 2012 年 1 月第 1 版

印 次: 2012 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5112-1882-7

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究

前言

PREFACE

心理学家马克斯·韦伯·马尔茨曾说过这样一段话：“所有人都是为成功而降临到这个世界的，但是有的人成功了，有的人没有，那是因为每个人的思考方法不同。”思考是人生的最大的财富。网易创始人丁磊仅仅用了短短的7年时间，就从一位穷大学生跃升为中国首富。当被问到成功的秘诀时，他坦言说：“因为我在大学里学会了思考。”

其实，思考并不是什么难事，可以说，一个正常的人无时无刻不在思考，即使在发呆的时候他也可能在回想一些以前的事，或幻想一些未来的事；即使在梦中他的潜意识也在进行大量的思考，对白天接收到的信息进行整理和过滤。虽然思考是如此普遍的事，但是很少有人关注自己的思考。也许正因为思考太平常了，人们反而对思考方法没有太大的兴趣。

如果检查一下我们固有的思考方式，你就会发现自己的思考方式漏洞百出。比如，可能你习惯在证据不足的情况下做决定，可能你偏重于考虑事情的价值而忽略事情的危险性，可能你遇到问题不会变通，总是钻牛角尖……错误的思考方式形成习惯之后，很难改变，它会让你在工作中和生活中遭受重大损失。

在这个思考能力、创新能力越来越重要的时代，有效的思考方法比什么都实用，它可以让你更好地解决学习、生活、工作中的各种问题，让你的人生更完美。那么，全世界成功的政治家、企业家、管理者、科学家都在用什么强有力的方法分析问题、创新思路、进行决

策、解决难题呢？

本书介绍了全世界聪明人都在用的 8 种最佳思考方法：发散思考法、六顶思考帽、倒转思考法、转换思考法、图解思考法、灵感思考法、形象思考法和类比思考法。发散思考法能引导你从一个目标出发，沿着各种不同的途径去思考；六顶思考帽将帮你充分研究每一种情况和问题，创造超常规的解决方案；倒转思考法将引导你站在事物的对立面进行思考，深入挖掘事物的本质属性；转换思考法有助于引导你用联系的、发展的眼光看问题，避免思维定势；图解思考法能迅速帮你将复杂问题简单化、抽象问题形象化；灵感思考法能帮你深入潜意识，将奇思妙想有效转化为创造性设想；形象思考法将诱发你的想象，激发你的灵感，帮你将抽象问题具体化；类比思考法能引导你在事物比较中进行创新，拓展视野，开拓思路。

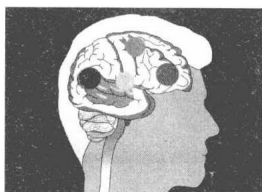
在介绍各种思考方法的时候，我们穿插了一些生动的小故事作为思考方法的例证，让大家更容易理解如何把这些思考方法应用到实际生活中。此外，在一些章节后面，我们还设置了一些小题目，帮助你检验自己是否掌握了相应的思考方法。

全世界成功人士都在用的 8 种思考方法，教你像聪明人一样思考，让你的思路更广阔，多角度、多层次、多侧面地进行思考，快速找出解决问题的突破口，迈向成功。

目 录

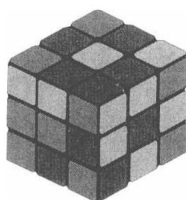
CONTENTS

第一章 成功靠方法 1



第一节	成功者都是聪明的思考者	2
第二节	人类最难改变的是思考	5
第三节	真正的成功靠思考不靠运气	9
第四节	正确思考才能正确决策	12
第五节	思考有方法，更有技巧	15
第六节	全世界聪明人都在用的 8 种思考方法	19

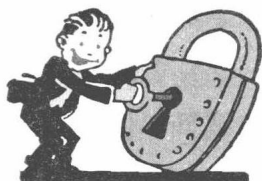
第二章 发散性思考法 23



第一节	何谓发散性思考	24
第二节	组合发散法	28
第三节	辐射发散法	31
第四节	因果发散法	36
第五节	关系发散法	40
第六节	头脑风暴法	44

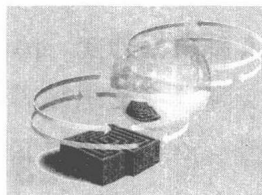
第七节 特性发散法	48
-----------	----

	第三章 六顶思考帽思考法	51
--	---------------------	-----------



第一节 6 种不同颜色的思考帽	52
第二节 白色思考帽	57
第三节 红色思考帽	60
第四节 黑色思考帽	63
第五节 黄色思考帽	66
第六节 绿色思考帽	70
第七节 蓝色思考帽	74

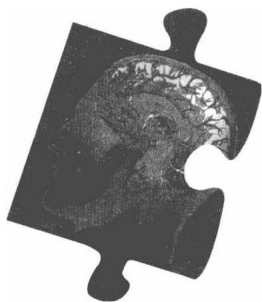
	第四章 倒转思考法	77
--	------------------	-----------



第一节 什么是倒转思考法	78
第二节 倒转不需要条件	81
第三节 条件倒转	83
第四节 作用倒转	85
第五节 倒转人物	88
第六节 倒转情景	90
第七节 方式倒转	93
第八节 过程倒转	96
第九节 观点逆向	98

	第五章 转换思考法	101
--	------------------	------------

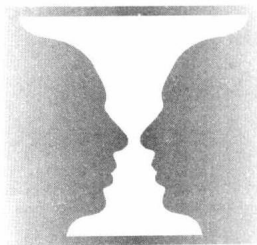
第一节 何谓转换思考	102
------------	-----



第二节	正面思考和负面思考	106
第三节	视角转换	110
第四节	价值转换	114
第五节	问题转换	117
第六节	原理转换	120
第七节	材料转换	123
第八节	目标转换	125

第六章 图解思考法

127



第一节	什么是图解思考法	128
第二节	图解的类型	131
第三节	为什么用图解	138
第四节	“读图时代”	142
第五节	如何绘制图解	145
第六节	好的图解，不好的图解	148
第七节	提升图解的说服力	152

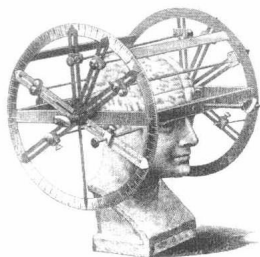
第七章 灵感思考法

155

第一节	灵感的特征	156
第二节	灵感的激发和运用	159
第三节	自发灵感	162
第四节	诱发灵感	165
第五节	触发灵感	167
第六节	逼发灵感	170

第八章 形象思考法

173



第一节	形象思考的作用	174
第二节	想象的创造功能	177
第三节	组合想象	180
第四节	补白填充	183
第五节	删繁就简	186
第六节	取代想象	190
第七节	引导想象	193
第八节	妙用联想	196
第九节	相关联想	199
第十节	飞越联想	202

第九章 类比思考法

205



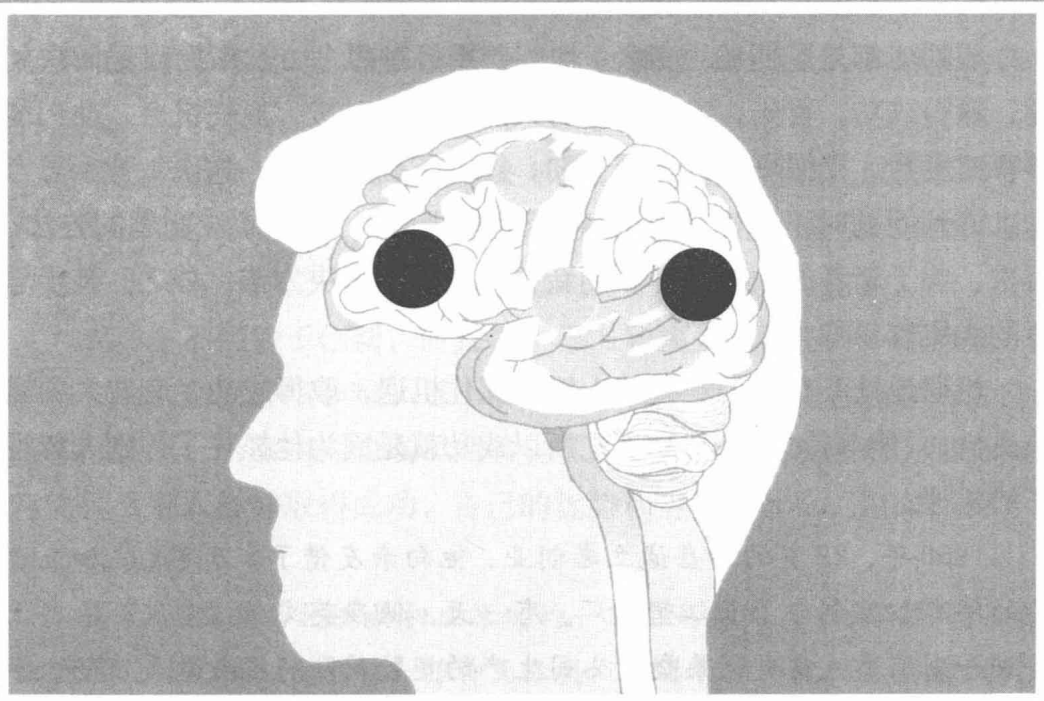
第一节	类比法的运用	206
第二节	直接类比	209
第三节	间接类比	212
第四节	幻想类比	215
第五节	因果类比	218
第六节	仿生类比	221
第七节	综摄类比	224

附录 “开动你的脑筋” 答案

227

第一章

成功靠方法



第一节

成功者都是聪明的思考者

成功者和失败者解决问题时有很大的区别：成功者解决问题时会寻求更好的办法，失败者解决问题时不会尝试新的办法；成功者面对困难时会寻找对策，失败者面对困难时会逃避、退缩；成功者面对挫折时会总结经验教训，失败者面对挫折时只会懊悔、自责。成功者与失败者最根本的区别就在于成功者更善于思考。

成功者都是聪明的思考者，他们善用各种思考方法帮助自己解决问题，取得成功。首先，善于思考的人能够把握时机、抓住机会，他们能够审时度势，把握事情的发展方向，做出正确的判断；其次，善于思考的人遇到问题时不会惊慌失措，他们会积极思考，寻找解决问题的方法；再次，善于思考的人能够不断创新，寻找新的解决方法。总之，善于思考的人更容易取得成功。

机遇无处不在，但是有些人能够抓住机遇，取得成功，有些人则错失良机，只能等待失败。成功者之所以成功就是因为他抓住了被别人忽视了的机遇。

1950年，22岁的李嘉诚立志创业，他向亲友借了5万港元，加上自己的所有积蓄创办了长江塑胶厂。有一天，他在英文版《塑胶》杂志上看到一则消息：意大利某塑胶公司生产的塑胶花即将投放欧美市场。李

嘉诚意识到战后人们的物质生活有很大的提高，塑胶花物美价廉，将有很大的市场，于是决意投产。经过7年的发展，长江塑胶厂成为世界上最大的塑胶花生产基地，李嘉诚也赢得了“塑胶花大王”的美誉。随着市场的发展变化，李嘉诚预料到塑胶花的市场已经饱和了，他决定急流勇退，转投生产塑胶玩具。果然两年后塑胶花严重滞销，而长江塑胶厂已经成为香港最大的塑胶玩具出口企业。

20世纪60年代中后期，香港出现金融危机和政治危机。香港的投资者和市民纷纷移民到其他国家，香港的地产价格暴跌，房地产公司纷纷倒闭，整个房地产市场死气沉沉。李嘉诚没有随波逐流，他坚定地看好香港的商业前景，于是做出大胆的决定——大量买入地皮和旧楼。果然，1970年以后，香港的经济开始复苏，大量当初离开香港的商家纷纷回流，房产价格随之飙升。李嘉诚把当初廉价购入的房产高价抛售，并且购买具有开发潜力的楼宇和地皮。1971年，李嘉诚创办了长江置业有限公司，成为香港最大的房地产商。1997年爆发亚洲金融危机，香港房地产公司陷入混乱状态，大肆抛售楼盘。李嘉诚再次低价购买大量房产，两年后房价回升时获得暴利。李嘉诚手上的资金暴增，使他成为名副其实的华人首富。

失败者遇到问题时找不到解决方法而只会坐以待毙，成功者善于思考，遇到问题时能换一个角度，结果能柳暗花明、绝处逢生。解决问题的方法并非只有一种，一条途径走不通，还可以选择其他途径。

成功者不但善于创新，而且善于学习和模仿。模仿并不是照搬，如果跟在别人后面亦步亦趋，是不会有收获的。成功者能够结合自己的实际情况，借鉴别人的成功经验。看到别人取得成功之后，他们会思考为什么别人能够取得成功，自己的优势和劣势是什么，用同样的方法是否也能成功。

腾讯QQ总裁马化腾最初在深圳的一家公司打工，一次偶然的机会，他接触了以色列人发明的一种聊天工具ICQ。聪明的马化腾立刻意识到这

个东西可以成为“互联网寻呼机”。他在看到 ICQ 潜藏的巨大发展前景的同时，也发现了 ICQ 无法在中国迅速发展——缺少中国版本。于是马化腾找来几个朋友成立了一家公司，模仿 ICQ 开发出中国的在线即时通讯工具 OICQ（又称 QQ）。

如果只是简单的模仿，马化腾也不可能取得巨大的成功。当时中国冒出了一大批模仿 ICQ 的即时通讯软件，比如 Picq，Oicq，OMMO 以及新浪的 UC 等等。但是只有腾讯的 QQ 实现了规模化发展，站稳了脚跟。到 2006 年，QQ 注册用户达到 5.49 亿，活跃用户 2.24 亿，如此庞大的数据中蕴含了巨大的商机。在这个平台上，腾讯可以轻而易举地推广新的创意和业务。经过 8 年多的发展，腾讯已经初步完成面向在线生活产业模式的业务布局，构建了 QQ，QQ.com，QQ 游戏以及拍拍网 4 大网络平台，并且形成了规模巨大的网络社区，市场规模已经达到几百亿。有人将它的发展轨迹与美国的微软相提并论，并称腾讯将会是未来中国互联网的微软。

在追求成功的道路上必然会遇到各种问题，只有善于思考才能把这些问题化解掉。思考方法是成功者手中的利剑，他们能够灵活运用思考方法朝成功的方向努力，披荆斩棘，使问题迎刃而解。

第二节

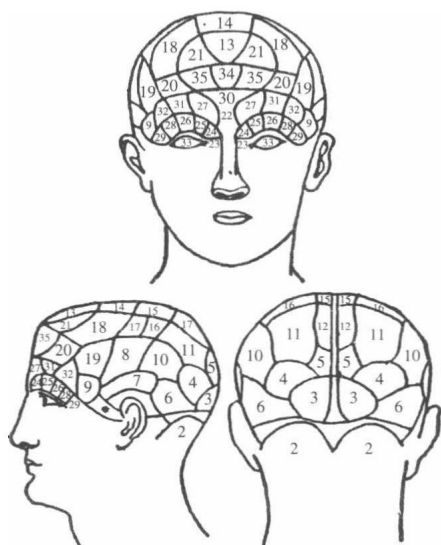
人类最难改变的是思考

人类的一切活动都离不开思考，无论你是老板还是员工，是会计还是律师，是老师还是售货员，要想完成自己的工作都需要思考。思考可以让你更好地解决工作和生活中的各种问题，让你的生活更完美。

思维能力是人类与生俱来的，虽然每个人都会思考，但是思考的质量不同。毫不夸张地说，思考的质量决定了我们是成功还是失败，是强大还是弱小，是幸福还是不幸。高质量的思考可以保证生活的各个方面都朝着我们期望的方向发展，而不良的思考习惯则会让我们付出巨大的代价。尤其是在求学、求职、创业、结婚这些人生的关键时刻，如果因为不正确的思考方式做出错误的决定，就会造成终生的遗憾。对于那些大企业、大集团来说，思考过程中的一个小小的失误就可能造成亿万元的损失。

思考是看不见摸不着的“幕后”工作，很难引起人们的注意。因此，人们很难意识到自己思考方法的错误，绝大多数人都没有想过要学习思考方法，改变自己以往的思考方法。实际上，我们分析问题的时候思路常常一团糟，只是我们不愿意承认罢了。我们一旦揭开幕布的一角，就会惊讶地发现原来我们在思考过程中存在那么多问题。比如：

在证据不足的情况下做出结论，导致错误的观点产生。



■ 心灵器官及能力

据施普茨海姆的《颅相学》，1834。

感情的官能		理智的官能
倾向	情操	知觉的
! 生存欲	10 谨慎	22 个性
* 饮食欲	11 认可	23 外形
1 破坏性	12 自重	24 大小
2 多情性	13 仁爱	25 重量及抵抗力
3 慈爱性	14 尊敬	26 颜色
4 友情	15 坚决	27 地位
5 乡土情	16 良心	28 次序
6 好斗性	17 希望	29 计算
7 秘密	18 惊异	30 结局
8 贪得	19 理想	31 时间
9 建设性	20 愉快	32 音调
	21 模仿	33 语言
		思考的
		34 比较
		35 因果

先入为主的思维模式。

陈旧的观念、权威的观念、别人的观念影响了我们的思考。

对那些与我们的观点对立的观点不假思索就进行批判。

下意识地隐藏对自己不利的信息。

用毫无根据的理由支持自己的观点。

在概念不清的情况下妄下结论。

受无意识的心理活动影响，做出错误的判断。

总是以消极的态度对别人的观点进行批判。

总是以一成不变的角度来看待周围的事物。

每个人都有一定的思维模式，遇到问题时会在以往的知识经验的基础上做出判断和决策。以往的知识经验会给我们提供一些指导，但是也会让我们因此形成思维定势，总是按照固定的模式去分析问题和解决问题，不能开动脑筋思考其他的可能。

思维定势也就是思维的惯性和惰性，有一定的积极意义，但是也会对解决问题造成很大的负面影响。事情是不断变化发展的，如果形成

思维定势，总是用过去的眼光看待新问题，就会犯经验主义的错误。

有些人凭着自己曾经的成功经验来经营企业，并相信用同样的方法可以再次取得成功。他们忽略了市场的变化和消费者的变化，用旧的思维对待新的市场无异于刻舟求剑，必然会遭到淘汰。哈磁药业就是一个典型的例子。

1995年，哈磁集团研制开发出的五行针取得了很大的成功。五行针最初采用现场诊疗的方法进行促销，销售业绩不断上升。后来，哈磁五行针在媒体上投放了大量广告。广告以宣传片的形式在全国卫视的非黄金时段播出，每次播出时间长达10~30分钟，详细地介绍五行针的相关信息，让消费者了解五行针的作用和使用方法。这种广告形式在当时具有独创性，取得了很好的宣传效果，哈磁集团和五行针的知名度得到了极大提高。到1998年，五行针的总销售额超过了10亿元。

五行针的成功使哈磁人的自信心急剧膨胀。先后推出了补充儿童钙、铁、锌的健儿三宝口服液和康复快等系列保健食品。他们凭借五行针的成功经验，同样利用广告大肆宣传，然后全国招商。虽然广告铺天盖地，但是效果却不尽如人意。有些产品根本没有上市，有些产品上市几个月就销声匿迹了，最终导致了公司的巨额亏损。

哈磁集团在运作过程中靠经验而不是靠创新，最终导致企业缺乏生命力和活力。这说明凭借以往的成功经验，妄图将其泛化到所有领域中是行不通的。

当思考方法与待解决的问题不相适应时，就会使思维陷入困境。思维定势是创造性思维的大敌，必须改变思维定势才能有所突破。改变思维定势，就要打破惯性、打破传统，让大脑广泛接触信息，让思维发散。

乐百氏和娃哈哈都是饮料行业的佼佼者。1997年，处于发展巅峰状态的乐百氏开始思考新的利润增长点和未来的发展方向。总裁何伯权决定运作碳酸饮料的项目，甚至连产品名字都想好了叫“今日可乐”。众所周知，可口可乐和百事可乐在全球的碳酸饮料市场占有垄断地位，在中

国市场也有强势的占有率。乐百氏的决策者们对“今日可乐”这个项目犹豫不决。

后来,何伯权出资1200万元请麦肯锡咨询公司为乐百氏做战略咨询和发展规划。麦肯锡经过一番调查之后,建议乐百氏做中国非碳酸饮料市场的领导者,不要进入碳酸饮料市场。1998年,何伯权没有做任何尝试和研究就彻底放弃了碳酸饮料。就在乐百氏决定放弃碳酸饮料的时候,乐百氏的竞争对手娃哈哈却杀进了碳酸饮料市场,大张旗鼓地推出了“非常可乐”。按照常规的思维方法,无论从品牌、资本、管理,还是从网络、人才等各个角度,娃哈哈的非常可乐似乎都不足与可口可乐和百事可乐抗衡。但是,娃哈哈打破传统的思维方式,避开在大城市中占主导地位的可可口可乐和百事可乐,致力于开拓广大的农村市场,并且相应地采取低价格策略。在农村市场,可口可乐和百事可乐的销售还比较弱,非常可乐以低价占领了第一位置,取得了巨大成功。

看着非常可乐的崛起,何伯权曾经对人说,没有着手“今日可乐”是他今生“最懊悔的一件事”。

只有改变思考方式,才能抓住新的成功机遇。只有掌握灵活的思考方法,才能在处理问题时游刃有余、应对自如。要想改变思考方式,要想掌握有效的思考方法,就需要通过练习逐渐形成新的思考习惯。

**开动
你的脑筋**

假设你有一只鸡、一袋粮食和一只猫在河的一岸,你要把它们都带到河对岸,但是船很小,只能容载你和其中的一件事情物。同时,不能把鸡和粮食留下,否则鸡会吃掉粮食;也不能把猫和鸡留下,否则猫会把鸡追捕。你怎样用最少的渡河次数把它们都带到河对岸呢?(答案见附录)