

的浪潮，被翻译成六十多种文字，全球销量达3.5亿册，名列世界第一……

创意闪电

上万名走出困境的成功者共同的秘密

陈放 编著

一条创意
可以打赢一场战争
可以导演一段历史
可以救活一个企业
可以改变一个人
可以策划一片奇迹



中国城市出版社

创意闪电

陈放 编著

中国城市出版社

(京) 新登字 171 号

图书在版编目 (CIP) 数据

创意闪电/陈放编著. -北京: 中国城市出版社, 1997. 5

ISBN 7-5074-0907-4

I. 创… II. 陈… III. 决策-方法 IV. C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 06532 号

中国城市出版社出版发行

(北京朝阳区和平西街 21 号 邮编: 100013)

电 话: 64235833 传 真: 64238264

责任编辑: 李 青

封面设计: 卜 源 责任印制: 王质祺

北京市通县电子外文印刷厂印刷 新华书店经销

1997 年 6 月第 2 版 1998 年 4 月第 3 次印刷

开本: 850×1168(毫米) 1/32 插页: 4 印张: 12

字数: 256 千字 印数: 27001—30000 册

定价: 19.80 元



笔者随同全国政协副主席洪学智上将等领导视察浙江省绍兴市文化经济项目。



作者与我国著名学者、经济学家于光远先生在一起。



作者陪同原中顾委委员、国务院副秘书长、中央调查部部长罗青长同志视察国有企业改革情况。



参与策划的“中国名茶之乡春茶展示会”在北京召开，左一为农业部副部长王连铮，左三为国务院特区办主任葛洪升，左五为李德生上将，左七为全国政协常委，侨联副主席陈彬藩，左八为国家科委原秘书长吴武封。



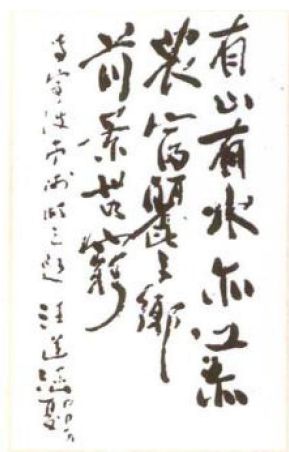
作者与著名经济学家王珏教授在一起。



参与策划、组织的“全国国有中小企业改革研讨会”开幕式
其中：左一为全国人大常委、财经委主任柳随年，左二为著名经济学家于光远，左三为中国市场经济研讨会会长王珏，左四为原顾委委员、国务院副秘书长罗青长。



“天下第一王禹神像”及“东方第一飞瀑”正在宁波市东钱湖筹建。全国政协副主席吴学谦几次视察东钱湖，称东钱湖为“华夏沿海第一湖”。



海协会会长汪道涵为开发东钱湖题词

(“天下第一湖”及“东方第一飞瀑”创意策划内容见本书附录)

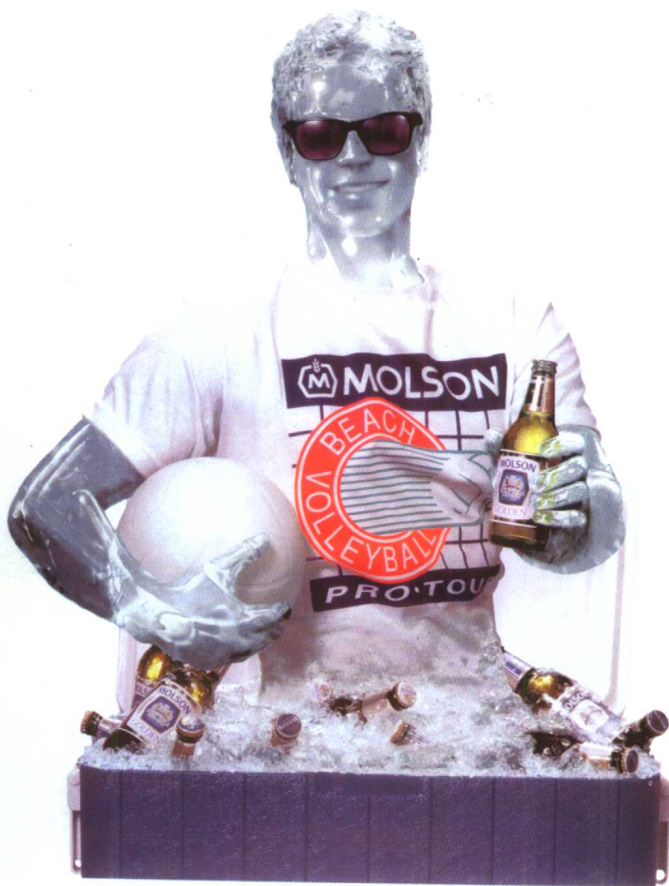


作者与沙特阿拉伯王国驻华大使（右）洽谈有关合作事宜。



作者在策划东钱湖开发项目时与中国国际信托投资公司徐宏先生及宁波海洋渔业总公司傅德祥主任在宁波东钱湖宾馆。

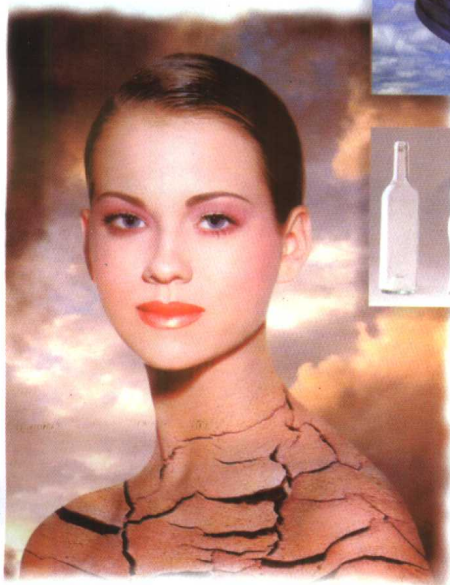
2



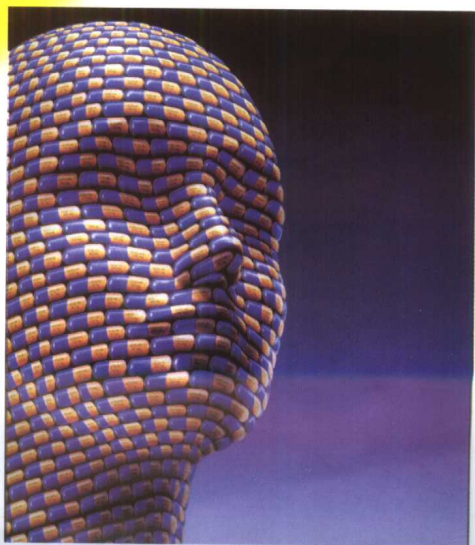
创意在商品
广告中的妙用。



创意在摄影艺术中由暗制亮方面的妙用

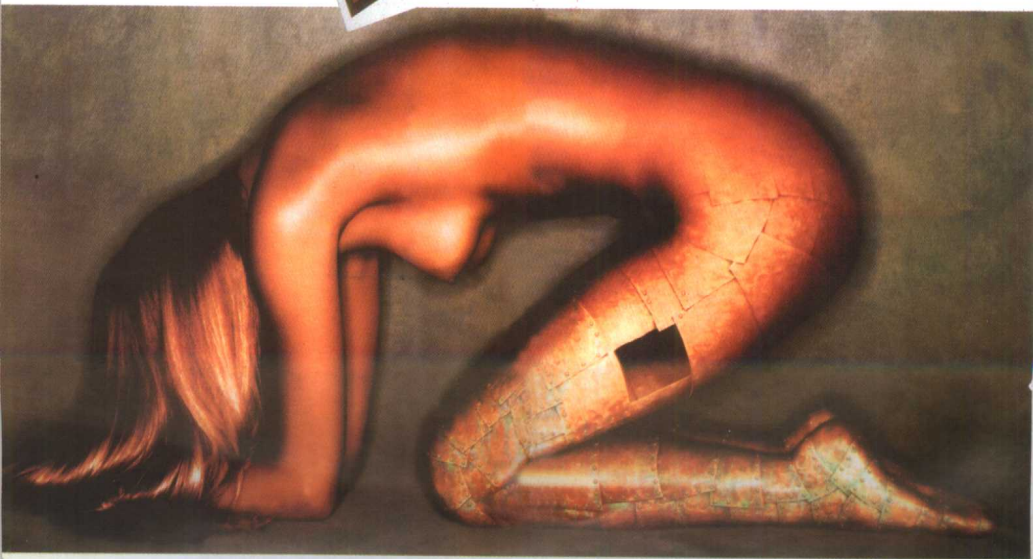


创意在商品广告中的妙用。





创意在摄影技术与
电脑制作方面的妙用。



序

没有奇思就没有创造，没有怀疑就没有新知。这或许是一套写给二十一世纪的丛书，她以整个宇宙为胸怀，以科学的态度为舟，自信与逻辑为帆，以当代最有影响的系统科学、自组织科学为桨，在科学的海洋里开辟出一条自己的航道。严谨而不轻狂，神秘而不虚无。

书中的许多观点，或许让现代人感到不可思议，但纵观人类科学史，哥白尼的“太阳中心说”，爱因斯坦的“相对论”，……又有哪个新学说的创立能为当时的人们所接受呢？我们不应该苛求一种假说的完善或永恒，我们应为那怕是些许的科学开拓的成分由衷地喝采。无论未来的科学界对本书做如何的评判，其敢于打破常规向古人挑战的精神值得称道。本书的价值在于敢以大胆的“一家之言”，启迪人们对习以为常的“真理”进行反思，阐述了一套重新认识世界的新方法。作者的探索 and 追求，正是为揭示一条真理——人类对自然和自身的认知是永无止境的。

作为作者的一位平凡的朋友和知音，我想把我的这些感受讲给本书的每一位读者。

广 智

一九九五年四月十三日于北京三里河

目 录

序 导 言.....	(1)
------------	-----

创意——

给你生存的权力 赋予你生命的活力
给你成功的秘诀 给予你成功的源泉

第一章	(4)
-----------	-----

制造“英雄”的基本定律

英雄虽然是历史的产物，但是
当今的“英雄”可以像生产产品一
样大批量制造出来，而且并不复杂，
因为我们每个人都会产生创意，问
题是你如何掌握制造“英雄”的基
本定律，如何掌握创意……

一、创意启动.....	(7)
二、智能放大——即广义能量放大.....	(8)
三、意识能、创意能的有机运用.....	(9)

第二章..... (11)

创意（创造性思维）的基本特征 及充分必要的条件

一条创意可以打赢一场战争，

一条创意可以挽救一个民族，一条

创意可以救活一个企业，一条创意

可以改变一个人的一生，一条创意

可以创造一个奇迹，一条创意可以

.....

一、创意是人类社会发展的推动力，

创意无处不在、无时不在 (11)

二、创意方法的问题 (12)

三、创意的基本特征 (13)

四、创意的充要条件 (14)

1. 产生创意的前提 (14)

2. 产生创意的基础 (15)

3. 产生创意的方法 (16)

4. 创意的智能放大问题 (17)

五、创意构想的基本原理 (18)

1. 万象系统论 (18)

2. 万象相干论 (18)

3. 万象全息论 (18)

4. 万象有“意”论 (19)

第三章..... (20)

创意方法论

从一点可以引发出千万条创意，从千万条创意里可以提炼出一条最佳创意，从一条最佳创意可以升华到一个伟大的创意，因此而迈出了实现梦想的第一步，跨出了制造英雄的第一步，走向了……而这一切都需要你熟练地掌握和运用创意的基本方法。

第一节 (21)

第一种创意方法

——超序联想相干法

一、简单画与画无穷 (21)

二、超序联想相干法 (22)

案例一：胡萝卜与大棒成亲 (24)

案例二：用咖啡制造计算机 (25)

案例三：西红柿与老黄牛“杂交” (26)

案例四：使鹅卵石变成高档工艺品 (26)

案例五：打气筒与副食店的相干 (27)

案例六：可口可乐与火车 (27)

第二节 (28)

第二种创意方法

——拉线相干法

一、拉线看宇宙 (28)

二、拉线相干法 (29)

案例一：千万种新武器 (36)

案例二：白兰地与鸡联姻 (37)

案例三：香港的“菜色大全”	(38)
案例四：“椰菜娃娃”风潮	(39)
案例五：在烟盒上的创新	(43)
案例六：“分角小商店”遍全美	(44)

第三节 (45)

第三种创意方法

——系统法

一、整个宇宙就是一个无穷系统的超序组合体	(45)
二、系统创意法	(46)
案例一：企业靠调整产品结构获胜	(48)
案例二：结构一改，销路大增	(49)
案例三：制造“饥饿”状态的销售法	(50)
案例四：新奇、独特的营销心理战术	(51)
案例五：促销活动中的“妙计”	(53)

第四节 (55)

第四种创意方法

——非系统法

一、非系统论	(55)
二、非系统法	(58)
案例一：欢迎罢工的“吃光”餐馆	(61)
案例二：巧借“名人”兴生意	(62)
案例三：反向思维的股市巨头	(63)
案例四：“反其道”经营术	(68)

第五节 (69)

第五种创意方法

——意场感应法

- 一、宇宙意子理论 (69)
- 二、意场感应法 (70)
- 三、开象感应 (72)
 - 案例一：在“实践”中寻找作战方案 (74)
 - 案例二：一只猫导致一场战役的胜利 (74)
 - 案例三：从蛋奶饼到运动鞋 (75)
 - 案例四：饭店王国希尔顿 (76)
 - 案例五：诗的创意意象 (81)

第六节 (89)

第六种创意方法

——大裂变法（原子弹法）

- 一、物质原子弹 (89)
- 二、全息类比——创意大裂变法（原子弹法） (90)
 - 案例一：全方位的经营战略 (96)
 - 案例二：“揭丑会”产生的效益 (100)
 - 案例三：股票分散投资法 (101)
 - 案例四：废料变宝，身价百倍 (102)
 - 案例五：连锁经营术 (102)

第七节 (103)

创意第七种方法

——（创意^{创意}）超系聚变法（氢弹法）

- 一、意子氢弹 (103)
- 二、意子——创意交换倍增原理 (104)
- 三、互射互激发突变式倍增 (105)