

拥有 H having the best idea 好的主意

168位商业大师智慧的凝聚,超群
创造力训练思维的演绎,让领悟告诉
自己:如何让生意找到你,以便能出
奇制胜?

创造力=(主意×环境+附加价值)×意愿

熊超群 李金平 徐文波 著

拥有 Having the best idea 好的主意

168位商业大师智慧的凝聚,超群
创造力训练思维的演绎,让领悟告诉
自己:如何让生意找到你,以便能出
奇制胜?

| = (+)

熊超群 李金平 徐文波 著

图书在版编目 (CIP) 数据

拥有好的主意：洞察商业创造力的先机/熊超群，李金平，徐文波著. —广州：广东经济出版社，2004.9

(CTP 超群创造力训练读物①)

ISBN 7-80677-797-0

I. 拥… II. ①熊…②李…③徐… III. 商业经营—通俗读物 IV. F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 077597 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	广东信源彩色印务有限公司 (原广东邮电南方彩色印务有限公司) (广州市天河高新技术产业开发区工业园建工路 17 号)
开本	787 毫米×960 毫米 1/16
印张	11.75 2 插页
字数	155 000 字
版次	2004 年 9 月第 1 版
印次	2004 年 9 月第 1 次
印数	1~10 000 册
书号	ISBN 7-80677-797-0 / F·1101
定价	23.50 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话：[020] 83780718 83790316 邮政编码：510100

邮购地址：广州市东湖西路邮局 29 号信箱 邮政编码：510100

(广东经世图书发行中心)

本社网址：www.sun-book.com

·版权所有 翻印必究·

超群创造力概述

创造力的根源：

我们生活的世界有众多的不确定性：宇宙的不确定性，微观粒子的不确定性，人的不确定性，社会的不确定性。由于世界的不确定性，存在着改变的可能性，人可以施展自身的力量改变这个世界。

人是万物的灵长，能用新的方法去适应和改变生存环境，最开始是被动地采取新方法，后来是主动地寻找新方法。所谓创造，就是发挥人的主动性，不走过去的老路，在面对原来的或变化的状况时，能用从来未出现过的方法去达到新的状态。正是因为创造，人不但改变了环境，也改变了人自身，人改变了世界，也创造了自己。

创造行为：

创造行为是人们基于目的，采取行动，产生新状态而改变环境的过程。创造行为具备三个特征：具有目的性；改变环境；产生新状态。人的行为必须同时具有这三个特征才能称为创造。

具有目的性：目的是愿望的直接结果，没有愿望和需求，就不会有目的。愿望坚持下来就是意志，意志使目的保持稳定，从而保证行为的一致性。目的是可变的，受人的调节和控制。

改变环境：环境是人类生存的客观世界，也包括人类自身。在社会环境中，我们每一个人都是他人的环境，同时他人也是我们自己的环境。环境按与人的关系可分为内部环境和外部环境。人的能力可以控制的环境为

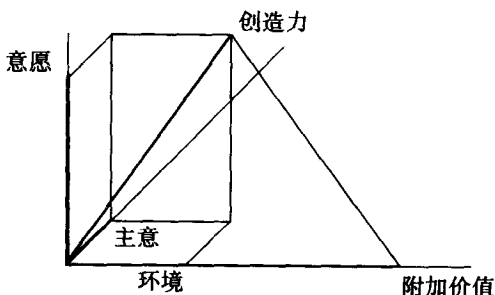


内环境；人的能力不可控制的环境为外部环境。环境按表现形式可分为物质环境和思维环境。物质环境即硬环境，由我们生活的现实客观世界构成，包括物质资源、经济环境；思维环境即软环境，是指愿望、知识技术、信息、制度等意识形态的环境。创造行为改变环境，通常是由改变内部环境到改变外部环境，由改变思维意识环境到改变物质环境的全过程。只改变内环境或只改变外部环境不能称为创造，只改变思维环境或只改变物质环境也不能称为创造。例如企业内部是内环境，但如果企业不生产产品，只是内部改变设备人员等，而不改变外环境，则不能称为企业在创造。再如，人有很好的思想，但没有通过声音或纸张等媒介形成物质表现形式，就不能称为创造；在纸上随意画一些线条，而没有明确的意思支持，也不能称为创造。创造行为改变环境是一个由内到外，由意识到物质的错综复杂的过程。

产生新状态：状态是事物变化产生的形态和过程的表现，是意识引导物质环境发生变化和内部环境推动外部环境变化的全过程。最初产生的是意识状态，是人脑将观察到的现实环境转化为目标意识活动，然后是行动状态，是人按照意识的设计，用人的主动力量改变物质环境的过程；结果是产生环境的新变化，成为新的环境。意识状态是一个思维过程，是人脑的活动现象，它指挥并控制人的行动。行动状态是事物按意识的指示产生变化的过程，具有两个特点：目的性和预计性，即行动是有目的的和预先计划的；行动状态是一种动态，有如猫将捕鼠，全身绷紧了肌肉，蓄势待发；又如汽车不断变化的转速表，反映了整个汽车系统的工作情况；行动状态是行动产生的环境变化和环境继续变化的趋势的结合。在行动中产生的新状态是不断变化着的，是内在思想和力量导致环境变化的过程。新状态是动态和静态的结合，行动是动态的，但也可以分解为静态，有如电影的胶片，单独的一张胶片是静态的，但连接起来就是动态的了。

创造力：

创造行为是由创造力推动的。创造力是人类改变世界的能力，由三个要素组成：意愿、主意、环境支持。首先是人具有改善环境的需求和愿望，愿望坚持下来就是意志，愿望结合意志形成意愿；人有了意愿后，就会考察环境，评估现状与目标的差距，并且检查现实环境中有何种资源可用来达到目标，环境中可以利用的资源就是支持实施创造行为的基础，构成创造行为的环境支持；按照意愿，以环境支持为资源，创造者通过主意来达到目标，完成创造过程。在创造过程中，创造力三要素不断变化，是不能分开的，三个要素总是紧密结合在一起，它们之间的关系是结合关系，创造力是意愿、主意、环境支持的合力，用下图表示：



在图中，环境是基础，以环境为横轴；意愿是导向，作为纵轴；主意连接环境和意愿，为斜轴。创造力作为意愿、主意、环境支持的合力，可表示为：

$$\text{意愿} \times \text{环境支持} \times \text{主意}$$

创造力最终作用在环境上，改变环境，产生的新环境比原来的环境支持具有不同的价值，变动的部分是附加价值，通常是在原来的价值基础上产生了价值增值。因此创造力应包含有附加价值。即：

$$\text{创造力} = [\text{主意} \times \text{环境} + \text{附加价值}] \times \text{意愿}$$

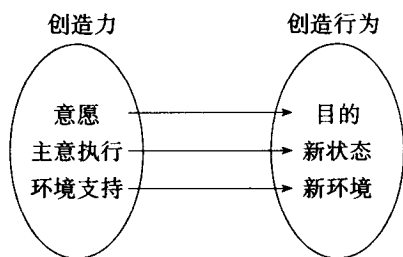
从图中可以看出，意愿、主意、环境支持的任何一条线的增长，都可



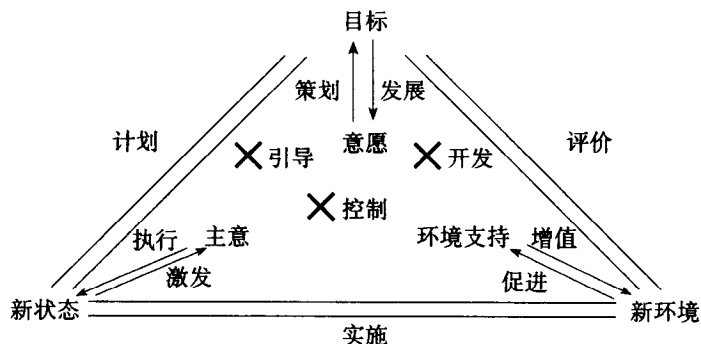
以带来综合创造力的增长，产生更大的附加价值。一般地，主意和意愿增长产生的附加价值较大，环境支持产生的附加价值较小。

创造过程：

创造行为是由创造力推动的，其推动过程是：首先人具有意愿，有了意愿就会产生目标；为了实现目标，人会产生主意，实施主意会在环境中产生新状态；环境在创造过程中会不断改变，支持创造的环境会不断变为新的环境。创造力三要素和创造行为的三要素都是密不可分的，它们的推动关系可以表示为下图：



创造过程从意愿开始，到产生新环境结束，完成一个大循环。在这个大循环中，创造者每采取一个行动，其意愿、主意和环境支持就相应地发生变化，即完成一个分循环，在总的大循环中存在三个主要的分循环：计划分循环；实施分循环；评价分循环。这些分循环又可以分为多个步骤，见下图：



训练创造力：

世界是变化的，人自身是不确定的，人的创造力是可以通过训练来提高的。通过训练，每个人都可以得到超群的创造力。

训练创造力可以对创造力三要素分别进行训练。首先是意愿的训练：树立理想、改善兴趣、提高责任感、磨练意志等是有效的训练方法；其次是主意的训练：扩充知识、提高智力和学习技巧等是有效的方法；再次是环境支持的训练：改变眼光、善于利用身边的环境、改善人际关系等是有效的训练方法。

以上是超群创造力的概略提要，读者要了解详细的内容，请阅读 CTP 超群创造力训练读物。

目 录

第一章 主意产生的原理

1. 蜜蜂与大彻大悟 (4)

王安公司开发大众电脑 (5)

网络首富的第一步 (7)

做生意吃的是智慧饭 (9)

汉高，经营人才的高手 (14)

2. 火烧虎头岩 (17)

“力帆”迎风起航 (19)

从“巨人”到“脑白金” (21)

致达公司，人才是第一要件 (24)

第二章 寻找主意的准备

1. 从书生到封疆大吏 (30)

从修车师傅到摩托车大王 (32)

技术领先，“金蝶”飞舞 (36)

机会总是垂青有准备的人 (38)

炒股的秘诀 (40)

摩托罗拉注重员工培训 (42)

把知识变成财富 (44)



目 录

2. 楚庄王的成功与唐明皇的

失败 (47)

综合开发, 畅销欧美 (49)

万事俱备, 发展神速 (51)

哈默的生意经 (54)

第三章 寻找主意的原则

1. 两个报仇的故事 (62)

生命中最后一次机遇 (63)

以大众的利益为前提 (67)

皇明停产的目的 (71)

2. 纸上谈兵与空城计 (73)

用友: 全面升级, 扩张发展 (74)

小合同办大事 (77)

通用电器公司的创新精神 (79)

坪内寿夫扭转乾坤 (82)

顺应时势, 因地制宜 (87)

目 录

第四章 产生主意的方法之一：逻辑推理

1. 曹玮用兵	(94)
一招鲜，吃遍天	(96)
攻克关键难题	(98)
换一种方法融资	(102)
找出市场需求的关键	(104)
小铜牌的妙用	(107)
2. 苏昆长堤与导水治堤	(108)
带擦铅笔的由来	(109)
高效的“丰田商法”	(111)
“3+3 服务”的意义	(114)
用油轮运输石油的创始者	(116)

第五章 产生主意的方法之二：想像与灵感

1. 孟尝君恢复相位	(124)
国美电器的发展思路	(126)
鹅卵石之美	(128)
无线广播之父——萨尔诺夫	(130)



目 录

对市场的洞察成就联想	(132)
2. 晏子救人和东方朔自救	(136)
“报业公主”胡仙重振星岛报	(137)
雷诺汽车公司的成功之路	(140)
灵机一现，房产盘活	(143)

第六章 主意的实现

1. 曾国藩与“胆大心细”	(150)
波音的梦想变成现实	(151)
怎一个“快”字了得	(157)
积极行动，变废为宝	(158)
难事是用简单办法解决的	(163)
2. 李牧破匈奴	(164)
柯达，摄影事业执著的倡导者	(166)
WPS汉字处理系统的诞生	(169)
灵活机动的美洲银行	(171)
袁宝的成功：从种地开始	(175)

第一章

主意产生的原理

ZHUYICHANSHENG DE YUANLI

王安公司开发大众电脑

网络首富的第一步

做生意吃的是智慧饭

.....

人的根本特性是具有意识、能思考。思考的结果通常是产生一个主意。产生主意是人脑的功能，是人脑在意愿驱动、目标指引下自动工作的结果。所谓主意，就是人脑在大脑内将现状向目标按照可操作的步骤进行转化，这一转化过程就是主意。产生主意有四个基本的要素：对现状的了解、意愿驱动、目标指引、掌握知识和技术。

◎ 主意的产生是人脑自动工作的结果。

●【实例】王安公司开发大众电脑：主意是大脑自动工作的结果，是对目标和现状的连接。

●【实例】网络首富的第一步：主意是创造成功的关键。

●【实例】做生意吃的是智慧饭：主意是人脑的功能，其生理过程是人的神经元进行发放。

●【实例】汉高，经营人才的高手：人才是主意的土壤，要有好主意，必须用人才。

◎ 主意产生的过程是人脑在意愿驱动和目标指引下，结合现状和知识技术得到的。

●【实例】“力帆”迎风起航：意愿产生目标，并推动大脑工作，产生达到目标的主意。

●【实例】从“巨人”到“脑白金”：要找到好主意需要付出艰辛努力。

●【实例】致达公司，人才是第一要件：人才能高效率地产生出色的主意，在产生主意的过程中作用是巨大的。



1. 蜜蜂与大彻大悟

佛学里的禅宗讲究顿悟，要求修禅的人有慧根、有悟性。《西游记》里写孙悟空在太乙真人处学艺，有一天太乙真人在孙悟空的脑袋上敲了三下，这猴子机灵，在三更时分去找师父，于是太乙真人传了他七十二般变化。这脑袋上敲三下就是一个悟性的考试，孙悟空算是得了满分。但并非人人都有孙猴子这般灵气，有些“榆木脑袋”需要用棒子来帮忙，在老师讲道讲得口干舌燥时，弟子若还是不能理解，老师就举起一根棒子向学生头上打下去，同时大喝一声，这叫“当头棒喝”，据说有奇效，学生立刻就顿悟了。但也不是全用这种方法，也有用其他方法收到很好效果的，下面就是一例。

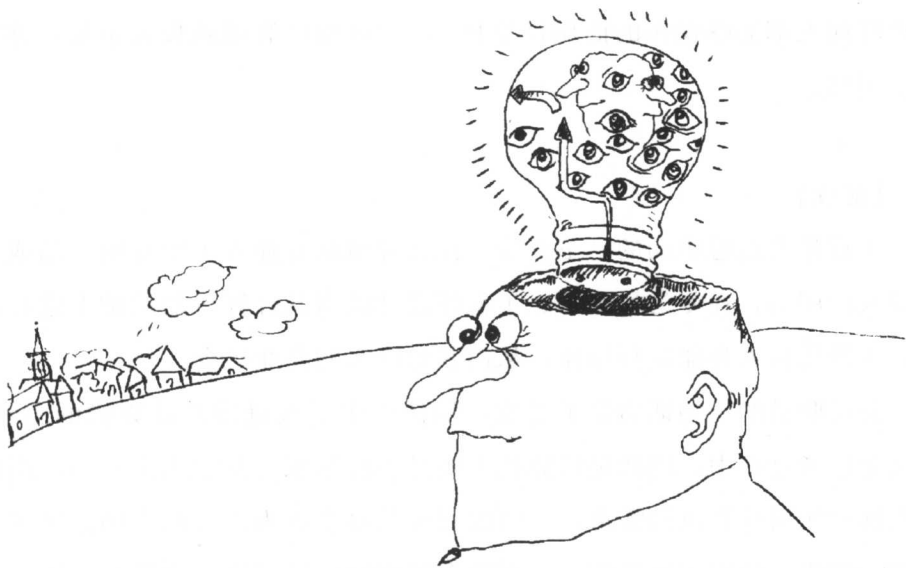
古灵禅赞禅师悟道以后，有一天，看到他的师父在窗下看经，正好有一只蜜蜂飞投纸窗钻不出来。古灵便趁机说：“世界如许广阔，不肯出。钻他故纸驴年去（驴年，是代表永远没有这一年的意思。因地支十二生肖里没有驴）。”遂说偈曰：“空门不肯出，投窗也大痴。百年钻故纸，何日出头时。”他的师父因此受到启发而终于大彻大悟。又有人根据这个故事写了一首诗偈说：“蝇爱寻光纸上钻，不能透过几多难。忽然撞着来时路，始信平生被眼瞒。”

古灵禅师的师父少说也大了古灵几岁吧，但悟道还在古灵之后，看来人的悟性各有不同。所谓悟性，就是理解，相当于对事物之间的关系了解得很清楚。一个悟出道的人，给出一个事物，他立即就能讲出道理；给出一

个问题，他立即就能解答；说出一件事情，他立即就能想出办成的主意。

主意是人脑通过对现状的了解，将现状改变为目标的工作过程。这个变化过程中的每一个步骤，都可以通过现实中存在的事物或力量得以实现。产生主意是人脑的功能，是连接现状和目标的方式。

主意产生的原理：主意的产生是人脑自动工作的结果，由人的意愿驱动，由目标指引，以人的现状作为材料，实现由现状向目标的转化。



【实例】

王安公司开发大众电脑

已故的华裔电脑巨人王安，在他的经营理论里就只有七个字——找出需要，满足它！