

佐藤可士和的 创意思考术

Reaching the Solution:
Kashiwa Sato's
Creative Thinking Techniques



佐藤可士和 著

时江涛 译

佐藤可士和的 创意思考术

The Solution:
Shiwa Sato's
Creative Thinking Techniques

□

佐藤可士和 著

时江涛 译

Sato Kashiwa no Creative Thinking
Copyright © 2010 by Kashiwa Sato
Original Japanese edition published by Nikkei Publishing Inc.
Chinese simplified character translation rights arranged with Nikkei
Publishing Inc.
Through Shinwon Agency Beijing Representative Office, Beijing.
Chinese simplified character translation rights © 2011 Beijing Science and
Technology Publishing Co., Ltd.

著作权合同登记号 图字：01-2011-0844

图书在版编目 (CIP) 数据

佐藤可士和的创意思考术 / (日) 佐藤可士和著,
时江涛译. —北京: 北京科学技术出版社, 2011.8
ISBN 978-7-5304-5062-8
I. ①佐… II. ①佐…②时… III. ①创造性思维 IV. ①B804.4
中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第030454号

佐藤可士和的创意思考术

作 者: [日] 佐藤可士和	译 者: 时江涛
策 划: 李雪晖	责任编辑: 李 婷
责任印制: 张 良	图文制作: 博雅思
出 版 人: 张敬德	出版发行: 北京科学技术出版社
社 址: 北京西直门南大街16号	邮政编码: 100035
电话传真: 0086-10-66161951 (总编室)	0086-10-66113227 (发行部)
0086-10-66161952 (发行部传真)	
电子信箱: bjkjpress@163.com	网 址: www.bkjpress.com
经 销: 新华书店	印 刷: 三河市国新印装有限公司
开 本: 880mm × 1230mm 1/32	印 张: 5
版 次: 2011年8月第1版	印 次: 2011年8月第1次印刷
ISBN 978-7-5304-5062-8/B · 018	

定价: 39.00元



京科版图书, 版权所有, 侵权必究。
京科版图书, 印装差错, 负责退换。

序言 让我们的思维富有创意.....	3
--------------------	---

第一章 培养创意意识

01 “前提”正确吗? ——质疑是创意的第一步.....	14
02 倾听 ——通过“问诊”挖掘对方的真实想法.....	20
03 烦恼时将心情写下来 ——心情也需要整理.....	28
04 养成运用比喻手法的习惯 ——通过运用比喻手法了解事物本质.....	34
05 描绘自己的工作 ——视觉比语言更具传达力.....	40
06 记忆的搜索引擎 ——给自己在意的事情贴个“标签”.....	48
07 引人入胜的PPT演示 ——共鸣胜于雄辩.....	58

第二章 尝试着去创意

08 真实感比调查更重要 ——时代关键词：真实感.....	64
09 顾客视线与大众视线 ——似是而非的消费者与普通大众.....	74
10 尽可能地运用一切媒体 ——打破现有媒体的桎梏.....	81
11 激发自主性 ——调动员工的主人翁精神.....	90
12 打造强大的团队 ——具有“人尽其才”的统筹能力.....	97

13 你能写出一部“剧本”吗? ——为独立的“内容”制造“脉络”.....	107
14 设计只是附加值? ——将远景变为现实.....	118

第三章 只有想不到，没有做不到

15 设计工作方法 ——从办公环境到组织结构.....	128
16 泾渭何须如此分明? ——劳逸结合，工作生活两不误.....	137
17 寻找让自己着迷的东西 ——努力发现本质.....	144
18 找回真实感 ——张开每一个毛孔去感受真实.....	151
后记.....	156
书中照片 / 作品一览.....	159

项目简介

麒麟啤酒 / 企业广告
 丽雅姬 / 品牌设计
 湖中“西装精品” / 品牌设计
 麒麟饮料公司“麒麟小柠檬” / 品牌设计
 优衣库 / 全球品牌推广
 古洛布莱株式会社 / 企业形象设计
 藤幼儿园 / 翻新设计
 东京都交响乐团 / 视觉识别改进
 乐天集团“乐天塔” / 办公空间设计
 都科摩儿童手机、运动型手机 N-07A / 产品设计

佐藤可士和的 创意思考术

The Solution:

Shiwa Sato's

[.] Creative Thinking Techniques

[.]

[.]

佐藤可士和 著

时江涛 译

序言 让我们的思维富有创意

大家或许会感觉本书书名中的“创意思考”这个词听起来与己无关，因为在一般人看来，“创意思考”是一种艺术家和设计师等所谓的“创意人士”才会拥有、才会需要的才能，而且进行“创意思考”需要特殊的能力，比如会画画、会制作物品等，普通的上班族基本上不会接触这类工作。

在此，我诚恳地请求那些抱有“创意思考与我无关”、“我没有那个才能”等想法的朋友认真读完本书。本书中的“创意思考”并不涉及艺术家般的感性或者艺术的表现手法，而是指“通过创造性的思考来解决各种问题”，这正是我工作的核心。

我是一名艺术指导（Art Direction），日常的工作就是为企业、产品等提供形象设计、广告策划等服务，以提升

它们的品牌形象。一提起艺术指导，人们可能就想到专业的“创意人士”——他们从事着与艺术有关的工作，凭着灵感像变魔术似的创作作品。然而，我所从事的工作和这些艺术家的的工作完全相反。在工作中，我需要最大限度地挖掘藏在客户心底的真正意愿，然后寻找向大众正确传达这种意愿的方法。因此，从某种意义上来说，我也相当于一位“沟通顾问”。

具体而言，作为艺术指导，我需要认真倾听客户的烦恼，努力发现问题的本质并解决问题，而完成这些工作必须进行“创意思考”。

实际上，为了创造更加美好的生活，人们在日常生活中每天都在无意识地进行着创意活动。仔细观察，你就会在周围发现许多有趣的现象。处理家务就是一个很好的例子。日本的家庭主妇每天都要面对琐碎繁冗的家务劳动，为了尽快从中解脱出来，她们在不知不觉中就会去寻找一些富有创造性的解决方法。在这个过程中，她们逐渐找到了快速完成家务活的方法，并且深谙其中的门道，可以有条不紊地同时进行几项工作，比如一边煲汤一边洗衣

服。此外，我们的祖先发明人工取火的方法、制造和发明工具，也称得上是富有创造性的行为。为了摆脱阴暗、寒冷、危险的生活环境，他们绞尽脑汁、大胆设想、勇于尝试，一遍又一遍地改进自己的创意。随着时间的推移，人类的生活终于发生了翻天覆地的变化。

可能有人还会说：“话虽如此，但想出非同一般的创意对普通人来说还是很困难的事情。”那么，让我们以体育运动和音乐为例，从另一个角度来看待这个问题吧。并非每个参与此类活动的人都能成为运动员或音乐家，但是我们可以通过运动放松心情，也可以手拿话筒跟着音乐尽情高歌。创意活动也是这样，我们即使不能成为艺术家或者设计师，也同样可以进行创意思考，在这方面我们每个人都具有无限的潜质。希望读者朋友们能够转变思维方式，轻松地将创意注入日常生活中，从而使自己的生活更加精彩。我衷心期盼各位在读完本书之后，不再说“我没有创意”，而是惊喜地发现“哦，原来创意就在我身边啊”。

接下来，让我们将目光投向商务领域。长期以来，教

科书式的市场营销理论一直充斥着整个行业，但今天它已经走到了尽头，代之而起的将是创意思考。从提出方案到确立理念，再到拟定策划书、推进会议进程，最后到方案成型，在这一系列环节中，创意思考都会起到非同一般的作用，它必将成为一种不可或缺的商务技巧。当然，创意思考不仅仅适用于产品开发和广告宣传等市场营销工作，还能在企业的人事管理，甚至经营方式等方面发挥作用。

创意思考在信息沟通方面的应用尤为广泛。这里的信息沟通既包括部门内部或企业内部的会议、团队协作，也包括对外的交流，比如向客户展示策划方案、同客户交涉等人与人交往时的所有场面。毫不夸张地说，在商务活动中，最重要的莫过于彼此相互理解，进而明确面临的问题，然后团结一致朝着共同的目标努力。顺畅的信息沟通是构筑良好人际关系的基石，而其本身也是一种极具创意的行为。

自古以来，日本人就很推崇“心有灵犀”、“眉目传情”这种不通过语言表达就能彼此心领神会的含蓄之美，这一独特文化深深扎根于日本人的心中。虽然这种文化内涵丰富，独具美感，但在全球化不断推进的今天，在商务活动

中迅捷而准确地传递信息是大势所趋，因此创意思考在商务领域将逐渐发挥举足轻重的作用。

话虽如此，但要立即将这一技巧运用得非常娴熟还是有很大难度的。首先需要培养创意意识，如果做到了这一点，我们的思考方式就会发生极大的转变。

在本书中，我将与大家一同分享我长期以来积累的工作经验，并结合具体实例介绍各种运用创意思考从不同角度分析、处理问题的技巧。作为一名专业的创意工作者，如果能够通过这本书让大家感受到创意思考的精彩之处与实用价值，我将感到无比欣慰。此外，如果大家在阅读过程中有什么灵思妙想，也请大胆地付诸实践。

佐藤可士和

佐藤可士和的创意思考术 目录

序言 让我们的思维富有创意.....	3
--------------------	---

第一章 培养创意意识

01 “前提”正确吗? ——质疑是创意的第一步.....	14
02 倾听 ——通过“问诊”挖掘对方的真实想法.....	20
03 烦恼时将心情写下来 ——心情也需要整理.....	28
04 养成运用比喻手法的习惯 ——通过运用比喻手法了解事物本质.....	34
05 描绘自己的工作 ——视觉比语言更具传达力.....	40
06 记忆的搜索引擎 ——给自己在意的东西贴个“标签”.....	48
07 引人入胜的PPT演示 ——共鸣胜于雄辩.....	58

第二章 尝试着去创意

08 真实感比调查更重要 ——时代关键词：真实感.....	64
09 顾客视线与大众视线 ——似是而非的消费者与普通大众.....	74
10 尽可能地运用一切媒体 ——打破现有媒体的桎梏.....	81
11 激发自主性 ——调动员工的主人翁精神.....	90
12 打造强大的团队 ——具有“人尽其才”的统筹能力.....	97

13 你能写出一部“剧本”吗? ——为独立的“内容”制造“脉络”.....	107
14 设计只是附加值? ——将远景变为现实.....	118

第三章 只有想不到，没有做不到

15 设计工作方法 ——从办公环境到组织结构.....	128
16 泾渭何须如此分明? ——劳逸结合，工作生活两不误.....	137
17 寻找让自己着迷的东西 ——努力发现本质.....	144
18 找回真实感 ——张开每一个毛孔去感受真实.....	151
后记.....	156
书中照片 / 作品一览.....	159

项目简介

麒麟啤酒 / 企业广告
 丽雅姬 / 品牌设计
 湖中“西装精品” / 品牌设计
 麒麟饮料公司“麒麟小柠檬” / 品牌设计
 优衣库 / 全球品牌推广
 古洛布莱株式会社 / 企业形象设计
 藤幼儿园 / 翻新设计
 东京都交响乐团 / 视觉识别改进
 乐天集团“乐天塔” / 办公空间设计
 都科摩儿童手机、运动型手机 N-07A / 产品设计

