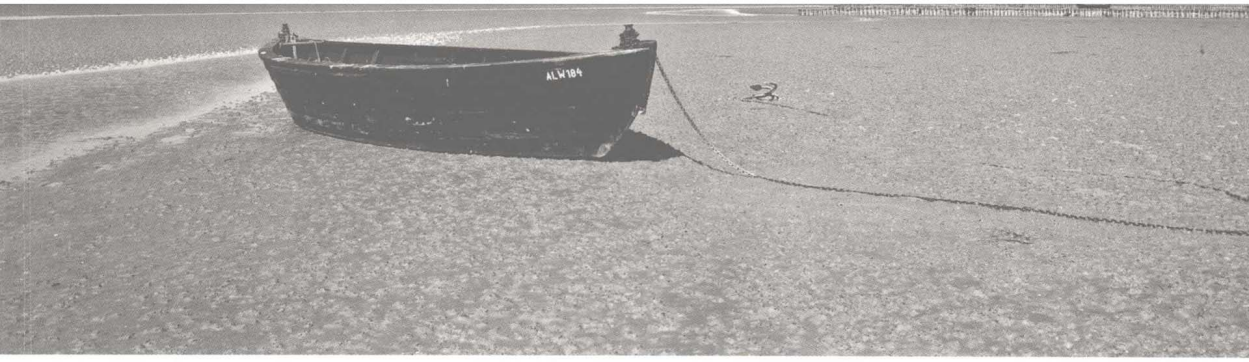

HARVARD WISDOM STORM

哈佛智慧风暴

哈佛
优质思考术

HARVARD'S
HIGH-QUALITY THINKING TECHNIQUE

杨果果 编

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

哈佛智慧风暴

哈佛
优质思考术

HARVARD'S
HIGH-QUALITY THINKING TECHNIQUE

杨果果 编

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目（CIP）数据

哈佛优质思考术/杨果果编. —北京：经济管理出版社，2012.3

ISBN 978-7-5096-1791-5

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 021907 号

出版发行：经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话:(010)51915602　　邮编:100038

印刷：北京晨旭印刷厂　　经销：新华书店

组稿编辑：陈　力　　责任编辑：曹　靖　田　攀

责任印制：黄　铄　　责任校对：曹　平

720mm×1000mm/16　　12.25 印张　175 千字

2012 年 2 月第 1 版　　2012 年 4 月第 1 次印刷

定价：25.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1791-5

·版权所有　翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话:(010)68022974　　邮编:100836

前言

人类的进步来源于人类自身的思考，无论是高深莫测的哲学还是通俗易懂的民间戏文，抑或是改变人类生活的无数发明，都是一代代人思考的结果。

每个人的人生轨迹，除去不可捉摸的命运安排，其实都是我们借助自己的思考不断做出选择、不断前行。一个人选择了什么样的思考方式，也就选择了什么样的生活方式。

拥有好的思考方式，你就会挖掘出自己深藏的潜力，在人生和事业的路途上，走得更加顺畅和轻松。

笛卡儿曾说："我思故我在。"怎么思考，决定你的位置。拥有杰出的思考方式你才能从茫茫人海中脱颖而出。陈旧死板的思考方式会让一个朝气蓬勃的少年行事如同垂暮老人，而积极创新的思考方式能让风烛残年的老人返老还童，精神抖擞。

哈佛大学是无数学子梦寐以求的高等学府，它培育了无数成功人士，而他们之所以成功，正是因为他们掌握了哈佛大学教给他们的与众不同的思考术。本书总结提炼了 13 种最有效、最科学的思考方式，并加以延伸

和扩张，并让这些思考术本土化，以求立足于国情，更好地为中国读者服务。

本书分为13章，每一章又分为三个环节，分别是案例面面观、武装大脑和名人逸事。对每一种思考术具体阐述的同时，我们又借鉴了一些经典案例，具体分析，深入浅出，让不同年龄阶段、不同知识水平的读者都能有所收获。其中的故事和案例生动地反映了时代气息，贴近实际，力求让读者通过直观的分析真正提高自己的思维能力。

俗话说，知识改变命运，其实思考才能改变命运。思考，是人类前进的动力和阶梯。亲爱的读者们，不要再犹豫，静下心来好好研究本书，相信你一定能有所收获。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目录

第一章 | 哈佛创新思考术 / 1

案例面面观 / 1

武装大脑 / 6

名人逸事 / 15

第二章 | 哈佛转换思考术 / 19

案例面面观 / 19

武装大脑 / 23

名人逸事 / 28

第三章 | 哈佛机遇思考术 / 33

案例面面观 / 33

武装大脑 / 37

名人逸事 / 40

第四章 | 哈佛逆向思考术 / 45

案例面面观 / 45

武装大脑 / 51

名人逸事 / 59

第五章 | 哈佛积极思考术 / 63

案例面面观 / 63

武装大脑 / 68

名人逸事 / 74

第六章 | 哈佛发散思考术 / 79

案例面面观 / 79

武装大脑 / 83

名人逸事 / 90

第七章 | 哈佛联想思考术 / 97

案例面面观 / 97

武装大脑 / 100

名人逸事 / 104

第八章 | 哈佛质疑思考术 / 109

案例面面观 / 109

武装大脑 / 113

名人逸事 / 121

第九章 | 哈佛冷门思考术 / 125

案例面面观 / 125

武装大脑 / 128
名人逸事 / 131

第十章 | 哈佛辩证均衡思考术 / 137
案例面面观 / 137
武装大脑 / 140
名人逸事 / 143

第十一章 | 哈佛灵感思考术 / 145
案例面面观 / 145
武装大脑 / 148
名人逸事 / 155

第十二章 | 哈佛放弃思考术 / 161
案例面面观 / 161
武装大脑 / 165
名人逸事 / 169

第十三章 | 哈佛性别思考术 / 175
案例面面观 / 175
武装大脑 / 180
名人逸事 / 183

后 记 / 185

第一章

哈佛创新思考术

案例面面观

李开复的创意孵化器

在苹果公司6年、微软公司5年、谷歌公司4年，翻开李开复的履历，你不得不说他在全球IT界是属于最拔尖儿的那一类，他总是在最恰当的时间进入技术潮流的最前沿。而创新，是李开复不断强调的一点行动精神。

“我迫不及待地想要创业。”李开复在离开谷歌后毫无保留地说出心中的梦想。2009年，李开复以“创新”为旗帜，创办了创新工场。创新工场是一家风险投资企业，由李开复出任董事长兼首席执行官，以帮助中国青年成功创业，帮助中国打造一批新一代高科技公司为己任。工场计划培养110名左右高科技公司精英，创新工场立足互联网、移动互联网和云计算，每年尝试20个新的创意，公司员工将通过“头脑风暴”的形式挑选20个

值得尝试的创业创意，再从中挑出10个有潜力的创意促成开发项目，最后从中筛选出5个公司。新公司一旦成立，将脱离创新工场，另立门户，这样，创新工厂将会成为创意和创新的“孵化器”。

美容店的免费广告

黛娜贷款在哈佛大学所在地——坎布里奇市中心公园开了一家小美容店，开始自己的创业之路。

美容小店艰难地起步了，在花花绿绿的现代社会里并不起眼，而且尤为糟糕的是在黛娜的预算中，根本没有广告宣传费。正当黛娜为此烦恼时，她收到一封律师来函。这位律师受两家殡仪馆的委托控告她，告诉她要么不开业，要么就改变店外装饰。原因是美容小店花哨的店外装饰，破坏了附近殡仪馆庄严肃穆的气氛，从而影响了业主的生意。

黛娜灵机一动，打了一个匿名电话给一家有影响力的报纸，声称黑手党经营的殡仪馆正在恫吓一个手无缚鸡之力的可怜女人，这个女人只不过想开一家经营天然化妆品的美容小店维持生计而已。

这家报社十分好奇，并在显著位置报道了这个新闻，不少富有同情心的读者都来美容小店安慰黛娜。由于舆论的作用，那位律师也没有再来找麻烦。就这样，她的美容小店广为人知，名声传开了。然而不久，一切发生了戏剧性的变化：顾客渐少，生意日淡。

经过深刻的反思，黛娜发现，新奇感只能维持一时，不能维持一世。在她看来，美容店虽然别具风格，但给顾客的刺激还远远不够，需要进行宣传。一个早晨，市民们去公园晨练，发现一个奇怪的现象：一个古怪女人沿着街道往树叶上喷洒草莓香水。她就是黛娜——美容小店的女老板。

她的这一非常奇特且意外的举动，又一次上了报纸的版面。后来，广告商热情洋溢地主动提出要为美容小店做广告。他们相信，美容小店一定会接受他们的热情，因为在美国，离开了广告，商家几乎寸步难行。

黛娜却拒绝了：“对不起，小店的预算费用中没有广告费用这一项。”美容小店离经叛道的做法，引起商界议论纷纷。要想在商界立足，若无大

量广告支持，无异于自杀。

敏感的新闻媒体没有漏掉这一奇闻，他们在客观报道的同时，还加以评论。大家也开始关注，觉得这家美容小店确实很怪。这实际上已起到了广告宣传的作用，黛娜并没有去刻意策划，但却节省了巨额的广告费。到了后来，美容小店的发展规模及影响足以引起新闻界的瞩目时，黛娜更没有做广告的想法。

黛娜就是依靠这一系列标新立异的做法使最初的一间美容小店扩展成跨国连锁的美容集团。公司上市之后，她很快也步入了亿万富翁的行列。

影响深远的“马屁股”

铁路在我们日常生活中扮演着举足轻重的角色，关于铁路有一个有趣的典故。美国铁路两条铁轨之间的距离是4.85英尺，这么多年来一直沿用这个标准。为什么是这个奇特的标准呢？原来最早美国的铁路是由英国人设计建造的，而英国的铁路是由建电车的人设计的，可最先造电车的人以前是造马车的，他们习惯性地把马车的轮宽搬到了电车上。然而，英国马车的轮宽之所以用这个标准，是因为在古代英国，路的辙迹是这么宽，如果马车用其他轮距的话，轮轴就很容易损坏。更有趣的是，据查英国老路的辙迹宽度是罗马战车形成的，而罗马战车的轮距是依两匹拉战车的马屁股宽度设计制造的。

我们由此得出一个惊人结论：现代社会铁路铁轨的距离居然是由马屁股的宽度决定的。而人类这么多年来竟未能在此创新一步，这让我们看出历史的惯性是多么巨大，它像一只无形的巨手，画地为牢，默默地却是强有力地影响着人们的思维和走向。

好点子换来的财富

关于大英图书馆有这样一个传说：由于大英图书馆老馆年久失修，馆长决定在新的地方建立一个新的图书馆，经过一段时间以后，新馆建成了，但是面临一个情况：怎么把老馆的书搬到新馆去。这本来是搬家公司

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

的事，没什么好策划的，把书装上车、拉走、摆放到新馆即可。问题是预算需要350万英镑，但图书馆没有那么多钱。如何解决这个难题呢？

正当馆长苦恼的时候，一个聪明的图书馆工作人员看到愁眉苦脸的馆长，于是询问发生了什么事，死马当活马医的馆长就把这个情况向这个图书馆员介绍了一下。

几天之后，图书馆员找到馆长，告诉馆长他有一个解决方案，不过仍然需要150万英镑。馆长十分高兴，因为图书馆有能力支付这些费用。

“快说出来！”馆长很着急。

图书馆员说：“好主意也是商品，我有一个附加条件。”

“什么条件？”热锅上的蚂蚁一样的馆长此时也顾不了这么多了。

“如果我用我的方法解决了这个问题，钱还有剩余，图书馆把剩余的钱给我。”

“那有什么问题？350万英镑我都认可了，150万英镑以内剩余的钱给你，我马上就能做主！”馆长坚定地说。

图书馆员和馆长以合同形式规定了双方的权利义务，不久就实施了图书馆员的搬家方案。花150万英镑？连一半都没有用完，就把图书馆里的书给搬完了。

你想到馆员想出了什么主意吗？

原来，馆员以图书馆的名义在报纸上发出了一条惊人的消息：从即日起，大英图书馆免费、无限量向市民借阅图书，条件是从老馆借出，还到新馆……

很快，老馆的大部分图书被一借而空，而这位聪明的图书馆员提前将老馆里珍贵的图书用一部分钱请搬家公司搬到了新馆，这样既保证了珍贵图书的运送，又节省了资源。最后自己还大发一笔横财。

“看不见”的商机

你尝试过在黑暗的环境中吃饭吗？相信很多人从来没有过这样的体验。在巴黎蓬皮杜艺术中心广场对面一条小街上，有一家小有名气的黑暗

餐厅。餐厅的特色是里面一丝光亮都没有，它打出的广告语是“美食新体验”、“感官新经历”、“法国独此一家”，里面所有顾客都在黑暗中用餐，而所有戴着夜视镜的侍者则为顾客提供服务。

进入这家完全黑暗的餐厅内，每个用餐的顾客都被要求戴上一个巨大的围兜，以防食物和饮料溅洒在衣服上。他们首先来到唯一有光亮的地方——位于餐厅中央的集体点餐柜前，在昏黄的灯光下点餐。点餐完毕后，顾客们便将手搭在戴着军用夜视镜的服务人员的肩膀上，慢慢地踱步至大厅内，开始享受黑暗美食。餐厅只在打扫卫生时亮灯，而且此时从不对外人开放。因为如果有顾客知道餐厅里面的模样，餐厅将丧失它的神秘感。黑暗餐厅只有安全方面的投入大于普通餐厅。为了确保安全，黑暗餐厅内设有全方位的红外线录像检测仪、独特的照明应急设备和便捷的紧急出口，而且都需经政府监管部门严格审批。

黑暗餐厅建成以后，引来很多慕名而来的游客，从而一炮打响，后来全球各地也有类似的餐厅开业，都引起极大的轰动，而餐馆老板也都赚得盆满钵满。

城市里的悬崖

日本是一个岛国，寸土如金，可以说土地是最大的资源。日本最大帐篷商、太阳工业公司董事长能村先生想在东京建一座新的销售大厦，扩大自己的规模。善于动脑筋的他想，在地价这么高的东京单独建一座大厦，不仅一时难以收回成本，而且大厦的每日消耗也是一笔不小的开支。怎样能做到既建了大厦，又可以借此开拓新的市场呢？

世上无难事，只怕有心人。能村先生便开始思考如何能双赢的方法，于是特别关注城市生活里的一些热点问题。当时，户外运动方兴未艾，而攀岩作为一个新兴运动，正在日本流行，且大有蓬勃发展之势，这令能村先生茅塞顿开：何不建一座能攀岩的建筑，满足那些都市年轻人的爱好？经过调查研究，能村先生邀请了几位建筑师反复研讨，决定把十层高的销售大厦的外墙加一点儿花样，建成一处悬崖峭壁，作为攀登悬崖的练习场。

半年后，一座植有许多花木青草的悬崖，便昂然矗立在东京市区内，仿佛一个多彩而意趣盎然的世外桃源。能村先生又立刻加大宣传，让这座奇妙的大厦成为大家关注的焦点。练习场开业那天，几千名喜爱攀岩的血气方刚的年轻人，兴高采烈地聚集此处，纷纷借此过一把攀岩瘾。

这座大厦竣工以后，在东京市区内出现了从前在深山峻岭才能看到的风景，这一下子吸引了人们的目光，每日来此观光的市民不计其数。而一些外地的攀岩爱好者闻讯后，也不辞辛苦到东京一显身手。接着，能村先生又恰到好处地把握了这种轰动效应，在公司的隔壁开了一家专营登山用品的商店。很快，该店便因货品齐全，占据了登山用品市场的榜首位置。

“在别人想不到的地方赚钱”，这是能村先生的经营之道，而他也正是在这一理念的引导下，解放了自己的思路，勇于创新，把大楼的外墙建成都市里的悬崖，从而赚了大钱。

武装大脑

心灵深处的秘密——创新

“创新思维”一词近年来成为使用率非常高的词汇之一，在我们的生活和工作中被广泛地应用。无论是我们个人，还是一个团体在这个充满变化、日新月异的社会中都将面临着生存的考验。可以说，我们的身体里的“创新因子”活跃与否，关系到我们的事业是“死”还是“活”。谁要抓住创新思维，谁就会成为赢家，谁要拒绝创新思维，谁就会平庸。

那么究竟什么是创新思维呢？所谓创新思维，是指人们运用已有知识和经验增长开拓新领域的思维能力，亦即在人们的思维领域中追求最佳、最新知识独创的思维。按爱因斯坦所说，“创新思维只是一种新颖而有价值的、具有高度机动性和坚持性、能清楚地勾画和解决问题的思维能力”。创新思维不是天生就有的，它是通过人们的学习和实践而不断培养和发展起来的。

一位作家在他的书中写道："人类有三种创造者：第一种人是不断地、顽强地劳动，集中意志和力量，长年累月，突破一点而达到伟大的目标；第二种人是靠天才的火花；第三种人是两者兼而有之：或者通过顽强的劳动而获得耀眼的天才火花，或者相反，天才的火花推动创造者去顽强劳动，常年探索，照亮他的发明创造的道路。"

第一种人就是我们生活中最常见，也是社会最容易塑造的，他们拥有顽强、坚韧、百折不挠的精神，有坚持到底、重点突破的意志和力量。但是他们往往相对缺乏思维的悟性和开阔的视野，不过由于持之以恒，他们大部分还是取得了令人瞩目的成就，这样的人是值得我们尊敬的。

第二种人就是天才，他们也许放荡不羁，也许不拘于常理，他们的成就通常由他们的天赋决定，这种人在历史上只是凤毛麟角。

第三种人就是创新人才的代表，他们借助顽强的劳动和天才的火花互相促进，使得自己的才能百分之百地释放出来，大大降低了自己的无效劳动或者低效劳动。

其实创新能力是每个人都具有的一种心理品质，是每个人都具有的一种变革事务的潜能。著名教育学家陶行知先生就说过："人类社会处处是创造之地，天天是创造之时，人人是创造之人。"那么为什么在日常生活中，很多人丧失了创新的能力呢？

无数的科学实验表明，人类在孩提阶段是极富有创新意识的，所谓"初生牛犊不怕虎"，儿童面对这个千奇百怪的世界，他们渴望探索，渴望发现，喜欢尝试新的东西，而且他们没有太多条条框框的约束，于是他们常常能在不同想法之间任意游走。而当我们年岁渐长，被惯性思维所限制，被从众的枷锁牢牢锁住，就渐渐丧失了创新的能力。

希腊神话中，天神创造了人之后，不想将生活的秘密告诉人类，但又不知该将生活的秘密藏在哪里，才不会被人类轻易发现。

有一位神说："把它埋在山底下。"

天神说："万一人们去开山掘地，还是会发现的。"

另一位神说："那就把它藏在深海里好了。"

天神说："人类以后发展高科技，自然也有办法到海底去探索，到时候这秘密也会被找出来的。"

当诸神都想不出好方法时，有一位小神来到天神的面前说："我想把生活的秘密，放在人类的心灵深处。人类的天性只会向外追寻，从不会探索自己的心灵深处，如此人类就永远找不到它了。"

诸神纷纷点头赞同小神的意见。

正如这位小神所说，我们大多善于向外界探索，去发现各种秘密，却很少寻找心中的秘密。认识到这一点，如果我们能解放自己的思想，发掘自己的内心，我们将收获更多。

如何让我们的大脑再次激活，充满创新的点子呢?

首先，要培养自己独立思考的能力。独立思考，顾名思义，就是能够拥有自己的思维和想法，而不是人云亦云，跟着大众"和稀泥"。人是复杂的，有学者指出，人性中普遍存在着两个相反的特质，这两个特质都是积极思考的绊脚石。

一个是轻信，往往我们不凭证据或只凭很少的证据就相信一些事情，而忘了"实践是检验真理的唯一标准"。另一个是不相信他们不了解的事物，凭借自己的经验对新生事物加以否定。

这两个特质都是不正确的，它们就像两个极端，都是错误的和不可取的。成为一个独立思考者，就要求自己成为思维的主人而不是奴隶，自己开动脑筋，用事实说话，而不是主观臆断和凭空猜测，因为你的思想，是你自己唯一能完全控制的东西，你应该好好珍惜这份权利和福气。

然后就是要培养自己的"独创性"。创新，关键在于"新"，拾人牙慧，走前人老路的思维不是创新思维，创新就是要解决实践中出现的新问题，新情况。

举一个大家都知道的例子。美国的苹果公司，1997 年，苹果公司的市值不到 40 亿美元，但当锐意创新的总裁乔布斯回归"苹果"以后，经过几年的探索，苹果公司开始积极创新，很快大众知道"苹果"是一家不错的公司，但新的问题出现了——愿意为它掏钱买单的人却并不多。"苹果"

似乎不那么“物有所值”，是说乔布斯的创新失败了吗？别着急，2003年，“苹果”推出了一个跨时代意义的平台——iTunes，起初它只是一个和iPod对应的平台，然而现在它已经成为“苹果”一系列产品的终端平台，它彻底改变了苹果公司。可以说，没有iTunes的出现，就没有iPhone和iPad等跨时代产品的出现。为什么说iTunes如此重要呢？因为它意味着“苹果”的转型，以前苹果公司只是做产品非常出色，现在他拥有这个平台以后，他可以卖应用软件来盈利了。因为iTunes强大的功能，让“苹果”旗下的产品具有了“独创性”的魅力，从而一下与市场上其他产品划分开来，让“苹果”的产品具有了独特的号召力。“苹果”的产品甚至成了一种文化。2007年，“苹果”发布iPhone，2008年推出App Store，并实现与iTunes的无缝对接，2010年苹果公司又推出了iPad，这些产品每次登台亮相，都引起了巨大的轰动。截至2010年5月26日，苹果公司以2213.6亿美元的市值一举超过了微软公司，成为全球最具价值的科技公司。“苹果”将先进的科学技术和创新性的商业销售模式结合起来，让自己有了“脱胎换骨”的变化。

商界有句名言：“谁聪明谁才能赚，谁独特谁才能赢。”独创性，无疑是一个区别你和他人的标签，让你更容易脱颖而出。

最后我们要拥有探索未知和新鲜事物的勇气。一个想具有创新思维能力的人，首先应有思维的探索性，有“钻牛角尖”的精神，社会上很多自然现象和生活琐事，都是我们探索的方向和素材。

在18世纪以前，科学的发展十分有限，人们还不能正确地认识雷电到底是什么，当时人们普遍相信雷电是上帝发怒的说法。一些不信上帝的有识之士曾试图解释雷电的起因，但都未获成功，学术界比较流行的是认为雷电是“气体爆炸”的观点。1746年，一位英国学者在波士顿利用玻璃管和莱顿瓶表演了电学实验。富兰克林怀着极大的兴趣观看了他的表演，并被电学这一刚刚兴起的科学强烈地吸引住了。随后富兰克林自己开始了电学的研究。富兰克林在家里做了大量实验，研究了两种电荷的性能，说明了电的来源和在物质中存在的现象。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com