



贏在 創意

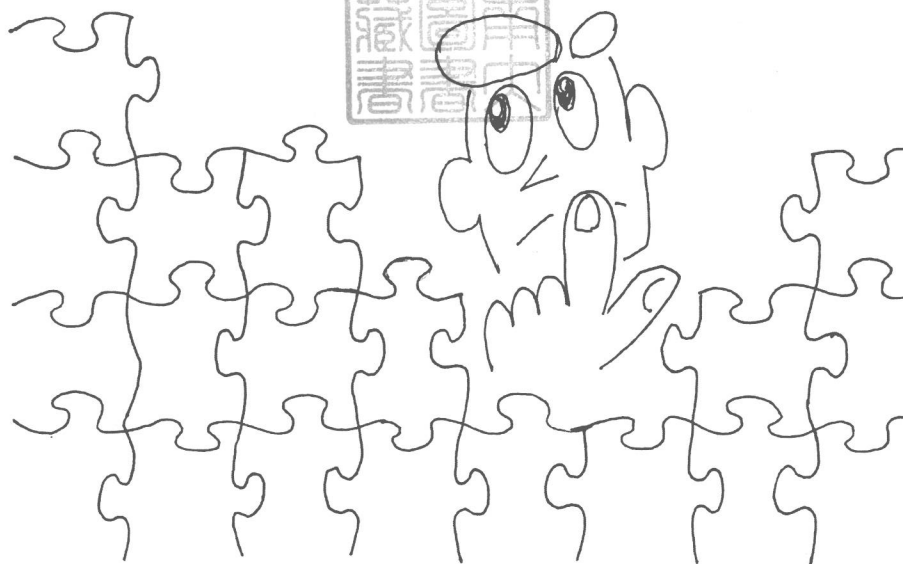
找回企業生存之道

邱慶雲 / 著

Originality

贏在創意

找回企業生存之道



邱慶雲 著

贏在創意 / 邱慶雲著. -- 一版. -- 臺北市 :

秀威資訊科技, 2006 [民 95]

面 ; 公分. -- (社會科學類 ; PF0020)

ISBN 978-986-7080-79-0(平裝)

1.創意

176.4

95015365



社會科學類 PF0020

贏在創意

作 者 / 邱慶雲

發行人 / 宋政坤

執行編輯 / 林世玲

圖文排版 / 郭雅雯

封面設計 / 羅季芬

數位轉譯 / 徐真玉 沈裕閔

銷售發行 / 林怡君

網路服務 / 林孝騰

出版印製 / 秀威資訊科技股份有限公司

台北市內湖區瑞光路 583 巷 25 號 1 樓

電話 : 02-2657-9211

傳真 : 02-2657-9106

E-mail : service@showwe.com.tw

經銷商 / 紅螞蟻圖書有限公司

台北市內湖區舊宗路二段 121 巷 28、32 號 4 樓

電話 : 02-2795-3656

傳真 : 02-2795-4100

<http://www.e-redant.com>

ISBN-13 / 978-986-7080-79-0

ISBN-10 / 986-7080-79-3

2006 年 9 月 BOD 一版

定價 : 390 元

• 請尊重著作權 •

Copyright©2006 by Showwe Information Co.,Ltd.

贏在創意——找回企業生存之道

目錄

前言（代自序）

0
0
2

導論

一、創意的競爭時代

0
0
5

1. 追求生存之道——創意

0
0
6

2. 人人都是創意人

0
0
9

3. 創意利己利世

0
1
2

二、阻礙創意的因素

0
1
5

1. 概述

2. 傳統定義的限制

3. 囿於習慣性思考

4. 在大趨勢中迷失

5. 基本因素難預見

6. 明哲保身觀念的誤用

7. 科技幫倒忙

三、創意的來源

1. 為產生創意做準備

2. 創意是什麼？

3. 創意是累積知識的啟示

4. 創意是集體創作

5. 創意是早人一步起動

0
4
2

0
1
8

0
2
0

0
2
2

0
2
4

0
2
6

0
2
8

0
3
1

0
3
2

0
3
5

0
3
8

0
4
0

0
4
2

本篇

一、創意的產生過程

1. 創意要學習產生過程
2. 創意的產生過程

二、創意的引線

(一) 觀察力

1. 找出事象的特性
2. 影響選擇特性的要點
3. 如何應用這些特性

4. 觀察的價值

5. 觀察的深度

6. 觀察的助手

(二) 思考力

1. 創意是觀察加思考

0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	7	7	7	6	6	5	5	5	4	4	4
6	5	2	0	7	4	7	4	3	9	6	5

2. 思考路線是連續而無限的

3. 思考有很多通路

4. 反面（逆向）思考

5. 不照牌理的思考

(三) 求變心

1. 反骨精神

2. 反常假設

3. 觀念的改變

4. 方法的改變

5. 程序的改變

三、創意的孕育

1. 利用既有技術孕育新產品

2. 利用累積知識跳入新發現

3. 從抽象到具體的構想

4. 在探索過去中孕育

1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	0	9	9	9	9	8	8	8	7
2	0	7	4	3	0	8	6	4	2	1	7	4	8

5. 追溯過去再向前推進

6. 利用過去應注意的事項

四、創意的產生

1. 創意產生模式的分類

2. 組合式創意——實體的組合

3. 組合式創意——觀念的組合

4. 改良式創意——用途的改變

5. 改良式創意——認知的改變

6. 語彙的創意

7. 感性的創意

五、創意的評估

1. 創意的評估

2. 評估是否有助益

3. 大眾是否接納

4. 創意由誰評估

1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	4	4	4	4	3	3	2	2	2	1
2	0	8	6	5	0	6	4	7	5	2	6

六、創意的行銷

1. 創意的成功靠推銷
2. 向大眾推銷的方法
3. 提案制度的利用

1	1	1	1
6	6	5	5
4	1	8	7

自我訓練

一、創意人的培養

(一) 概述

1. 培養火候

1	1
6	6
7	7

2. 創意人的基本心態
- #### (二) 觀察力的培養

1. 如何培養觀察力
2. 觀察的角度
3. 洞察力的培育

1	1	1	1
8	8	7	7
2	0	6	5

4. 找出病源

5. 多層次的觀察

6. 換角度的觀察

7. 不宜以偏蓋全

(三) 思考力的培養

1. 思考從「在意」開始

2. 問題的單純化

3. 長處和短處

4. 興利不如除害

5. 聽出話中話

6. 應用名言的思考

(四) 語彙能力的培養

1. 從文句重組遊戲學習

2. 利用有附加價值的文句

3. 舊詞新解法

2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
1	1	0	0	0	0	0	9	9	9	9	8	8
2	0	8	7	4	2	0	8	6	4	3	0	4

4. 名言的應用

5. 名台詞的應用

6. 讀《論語別裁》一感

7. 從趣譚學習

二、創意的運用

(一) 商場上的創意

1. 標準化和豐富化

2. 美酒繞道攻市場

3. 東瀛的杯子文化

(二) 職場上的創意

1. 追求高格調創意

2. 培養野鴨式員工

3. 塑造企業文化的主流

4. 決策的一刻

5. 研究的契機

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1
0	8	6	4	2	1	8	6	4	3	3	0	8	4

6. 超越自我

7. 創造新的財務技巧

8. 注意資料的陷阱

9. 深究數據的內含

(三) 生活上的創意

1. 生活的改善

2. 忙中有閑

3. 回歸樸素的生活

4. 保持正面的人生觀

5. 錢的聯想

6. 甜美而光明的社會

7. 以創造做為業餘嗜好

(四) 創造的禁忌

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
6	6	6	6	5	5	5	5	4	4	4
7	4	2	0	8	6	4	2	8	4	2

延伸篇

一、創意人的素質

(一) 具備科學家精神

1. 真正的科學家精神
2. 科學家的生活態度
3. 築夢和追夢

(二) 應為多才的人

1. 成功不一定在本業
2. 積極的態度
3. 多樣性知識
4. 富於冒險精神

(三) 應有應變能力

1. 創造性的解決問題
2. 解決難題可以繞道

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	9	9	8	8	8	8	7	7	7	7	7
5	2	1	9	7	4	2	1	5	2	1	1

3. 跳出死胡同

(四) 需要耐心

1. 創意被接納需要時間

2. 要等待創意成長

二、創意與活力

1. 以童心保持活力

2. 以創意追求企業活力

3. 創意和長壽術

4. 燦爛的未來由自己主宰

附錄

本書值得回憶的佳句

3	3	3	3	3	3	3	3	2
2	1	1	0	0	0	0	0	9
1	7	4	2	8	7	4	2	8

代自序

前言



前言（代自序）

追求新奇是人類最寶貴的特徵之一，這是人類或世界發展的原動力，也是企業成長的支柱力和個人保持活力（年輕化）的源泉。

歷史記載告訴我們，假如一個民族、國家、社會、企業團體滿足於現況，沉醉於太平時，接下來就是「退化」。個人生涯中假如已經沒有新鮮的東西時，人生就開始褪色，生活也會趨於單調。

我們當然不喜歡因退化而趨於消滅，那麼如何保持朝氣和活力呢？可開出的「處方箋」可能很多，不過我們先回憶一句名言：「永遠保持年輕（活力）的秘訣是學到如何保持童心……」，也許可以給我們部份的答案。

日人竹村健一的《慾望造就人物》一書敘述：社會上應有更多的人願意向一片汪洋的大海航行探尋未知的世界，為人類造福。他也鼓勵企業人要有慾望來保持衝勁，才能在現代社會中生存。

這些追求新奇，保持衝勁，就是「創意人」的寫照。

創意曾被認為是少數的專利，但是二次世界大戰後，被証實人人都是創意人，只要

你是「有心人」。

本書據於此種認識，希望有心人從學習創意的產生過程起步，逐步瞭解如何透過「創意的引線」，接近和發覺創意的來源，抓住構思，經過孕育階段，利用各種創意的產生模式，演練如何創造新的事物。最後設法將這些創意向大眾推銷，接受大眾的考驗。

這些程序是一般人想成為創意人時，容易忽略的過程，一般人談到創意時容易抱持一步登天的態度，而在失敗後就找出「創意是少數人的專利」的藉口。

希望讀者熟讀創意產生的過程，紮實產生創意的基礎，以期隨時隨地觀察環境，思考各種創意素材，在腦裡融合這些素材，孕育出新的事物。

只要你是「有心人」，熟練上述步驟（方法），相信人人都能成為創意人。

本書對創意人的自我訓練分為培養和運用二部分，對這兩部分以各種角度採取實例為主做介紹，跳脫理論化方式的敘述，以期讀者能以看小說的輕鬆心情學習如何產生創意。

雖然本書一再主張大家都是創意人，但是要走向「稱職」的創意人，仍須具備某些素質。這些素質除先天已具備者外，很多是在後天受個人的「態度」左右，因此將這些素質分類介紹供讀者參考。

現代人都重視「活的健康，活的有意義」，這些觀念表面上與創意無關連，但是如