

企业员工创造性思维训练读本

本书编写组 编

创造性思维

原理与方法

经济管理出版社

责任编辑 王光艳
版式设计 蒋 方
责任校对 郭缸生

图书在版编目(CIP)数据

创造性思维原理与方法/本书编写组编. -北京:经济管理出版社,1999.5

ISBN 7-80118-799-7

I.创… II.本… III.①创造思维学 ②创造思维学-应用-企业管理-经营决策 IV.B80

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 11757 号

创造性思维原理与方法

本书编写组 编

出版:经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编:100035)

发行:经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷:中央党校印刷厂

850×1168 毫米 1/32 10.5 印张 254 千字

1999 年 5 月第 1 版 1999 年 5 月北京第 1 次印刷

印数: 1-15000 册

ISBN 7-80118-799-7/F·759

定价: 22.00 元

·版权所有 翻印必究·

(凡购本社图书,如有印装错误,由本社发行部负责调换。

地址:北京阜外月坛北小街 2 号 邮编:100836)

主 编 单 位：广东省经济管理干部学院工商
管理系

协 编 单 位：广东省电力工业学校
广州电力培训中心

组织编写单位：广东省电力集团公司教育处

序

夏书章

《创造性思维原理与方法》书稿读了,饶有兴趣,愿向读者推荐,亦乐为之序。

这本书有如下特点:

一、贴紧时代脉搏,探索崭新课题

在即将进入 21 世纪之际,大家都在讨论一个重要话题——知识经济。按照国际经济合作与发展组织(OECD)1996 年报告标题的说法:知识经济就是以知识为基础的经济。这是对一个时代本质特征的高度概括。从实质讲,知识经济首先指的是一种不同于农业经济、工业经济的新型经济形态,但同时亦涵盖了一种新型的经济思维。因为,伴随知识经济的出现并在全球居主导地位,世界经济结构和经济运作方式势必发生前所未有的变革;从而,我们对传统经济理论、观点、方法等,亦面临一个重新认识与判断的问题。

在知识经济中,什么是决定管理、决策、经营活动成败的关键因素?学术界众多论述中普遍认为,在信息时代,最重要也是最困难的问题不在于信息是否稀缺,而在于如何有效地获取信息并将信息转换成有用的知识。能够实现这种转换的能力,是知识经济时代最为宝贵的资源。那么,决定这种能力的关键因素又是什么呢?就是人们对自己所拥有的充分的知识以及基于知识基础上的智能,尤其是创造性思维能力。

“创新是一个民族进步的灵魂,是国家兴旺发达的不竭动力。”(江泽民)的确,一部人类文明史,可以说是人类的一部创造史;人类物质文明与精神文明的全部成果,无一不是创造的结晶。而创造的活的源泉是什么?是人的创造性思维。没有创造性思维,就没有创造性实践、创造性成果,也就没有发现、发明和发展。

中国革命与建设的历史也告诉我们,如果我们丧失了创新精神与能力,思想僵化,保守成性,墨守成规,无所用心;或者充当别人的复印机、传声筒、翻译器;只会模仿,不懂创新;只知吸收,不会消化,那么我们便从根本上丧失了活力。不要说发展进步,就连生存都成了大问题。反之,如果我们保持和弘扬创新精神,激发和释放每个人的创造智慧和能力,我们就能识变、制变、驭变,就能克服艰难险阻,勇往直前。

在科技发展日新月异、知识经济扑面而来的当今时代,我们应该提倡每个中国人都来弘扬创新精神、炼就创造气度,努力培育和强化创造性思维能力。

本书选准这个角度立论、破题很有新意。

二、围绕企业特点,提高员工素质

当前,我们正在从事社会主义市场经济体制的改革和建设,意义十分深远。在市场经济中,强化宏观调控,转变政府职能,无疑是极其重要的。但企业,作为经济运行的微观主体,作为经济活动的基本单位,作为国民经济的细胞,其成败兴衰,对整个国民经济的健康、平稳、快速发展有着极大的影响。其中,企业的成败兴衰又与其自身的创新能力紧紧地联系在一起。缺乏创新素质和能力的企业,迟早会在市场经济优胜劣汰的激烈竞争中败下阵来。在知识经济主宰的 21 世纪的大环境中,创新能力的有无、高低,更是影响企业生死存亡的决定因素。因此,在谈到提高全民族的创造力以振兴中华时,从最具基础性的意义来说,必须研究如何增强企业的创造力,如何提高企业全体员工的素质,尤其是如何增强企业

家、企业经营管理人员和专业科技人员的创造性思维能力。

正是针对这一点,本书谈创造性思维,不是就思维谈思维,而是一环紧扣一环,围绕企业特点,从“思维的创造特性”落笔,从“现代企业的主导资源”着眼,提倡“培养创造思维,开发无形资源”。不但讲清“创造性思维的基本原理”,分析“创造的主体”、“创造与思维艺术”,更以主要篇幅,步步深入地谈“创造性思维与企业观念更新”、“与企业组织制度、管理方法创新”、“与企业经营战略、市场策略创新”、“与企业产品、技术开发”……;还在全书最后部分,介绍和探讨“创造性思维训练”,有能力训练、心理训练、方法训练;有原理、有方法、更有案例;有强化训练,更有弱化训练。本书没有离开企业这个微观主体,没有离开企业员工素质提高这个基础工作,给人不小的启迪。

就我所知,这在同类书籍中是极为罕见的,可谓匠心独具、蹊径独辟。

三、着眼培训教育,倡导院、企结合

如上所述,本书既要贴紧时代脉搏,又要围绕企业特点;既讲究理论性、体系性,又突出实践性、针对性。这就不能不注意两个问题:一是不要书卷气十足地单就思维概念谈创造性思维,必须与企业活动紧密结合,必须与企业经营中的观念创新、知识创新、经营创新、体制创新、组织创新等方方面面的创新联系起来。这单靠学院式的理论研究不行,单靠企业式的实践摸索亦不行,要院、企携手合作。本书由广东省经济管理干部学院工商管理系、广东省电力集团公司教育处、广东省电力工业学校、广州电力培训中心共同组织,吸收了中山大学、华南师大、五邑大学的教师共同编写,并配套编写了有关案例。其中负责立论谋篇,统稿审定的三位主要人员,即林鸿荣教授、郭银华博士、姜少华硕士,就我熟知,都具有勤于钻研、乐于探索、敏于开拓的特点,他们经常深入企业实践,充当企业顾问,发表了不少创新见解,很受广东企业界的赞赏。这三

位同志,年龄层次不同,但志同道合,携手同行,精神尤为可贵。所以这种合作方式,虚实并举,产研结合,很值得提倡。

当然,创新活动、创新研究,从来就没有止境。所以本书的面世,固然有不少值得称道之处,但肯定有不足甚至疏漏、偏颇地方,希望好好听取有关专家、学者、企业人士的意见,不断修订,以求提高。

1999年2月于中山大学

前 言

摆脱单维、刚性、僵化的思维方式,磨砺多维、弹性、活脱的战略脑筋,跃身于智能涌动、精神奋发的时代洪流,共享创业、创优、创新的无边乐趣!这是时代寄予我们的殷切期望,更是民族交付我们的神圣使命。

对于处在发展阶段的中国来说,扑面而来的知识经济时代实际上是一把双刃剑:一方面它向我们提出了严峻的挑战;另一方面它又给我们提供了前所未有的机遇。甩掉自卑、自馁、畏缩退让的历史包袱,以主动积极的态度,充分利用和消化吸收当今世界各国提供的信息、高新技术、先进管理经验和其他文明成果,最大限度地挖掘中华民族博大精深的文化精神资源,尤其是能无私无畏、无拘无束地激发和释放每个炎黄子孙蕴蓄于大脑深处的智慧资源,使我们能够乘坐甚至驾驭知识经济的高速列车,真正在不太长的时间内赶上世界发达国家,从而跻身于未来文明的前沿。在这期间,我们虽然有很多事情要做,但如何开启、挖掘、释放每个中华儿女的智能,尤其极富成效地锤炼和提高我们的创造性思维能力,无疑是最具战略意义的任务之一。

就企业来说,自工业革命以来,知识、技术、智能,尤其是人的创造能力,就一直与企业的命运休戚相关。奥地利经济学家熊彼特早就指出,企业的发展与人的创造能力之间存在着难以分离,更无法分割的联系。企业家实质上就是具有创新能力的人;企业家的创新能力,将引导和带动整个企业在观念、知识、产品、技术、市场、管理等方方面面的创新。以后人们更进一步把企业创新的主

要内容概括为观念创新、知识创新、技术创新和制度创新。在知识经济来临的今天,由于竞争越来越激烈,越来越体现全球智能化的特点,经济发展更加依赖于创造性的智能因素,因而企业生存、成长问题与人的创造力之间的因果联系更为明显。

企业生存、发展的根本在于创新,企业创新的根本在于企业员工,尤其是决策管理人员的创造性思维能力。创造性思维是企业创新的活的源泉。正是在这个意义上说,如何挖掘企业员工的创造精神,如何培养、提高企业员工的创造性思维能力,事关企业的兴衰成败、生死存亡。

关于创造性思维的问题的探讨,近年在我国十分热闹,出版过不少书籍。但我们注意到:讨论创造性思维的各种出版物,基本上是一些“准心理学”论著,大多围绕思维谈思维能力,与企业、个人的生存竞争实践联系不多,甚或相去甚远,没有把创造性思维与观念创新、知识创新、技术创新和制度创新有机联系起来,更缺乏从企业创新角度谈创造性思维的篇章。我们深感遗憾之余,不免激发了一种念头,写一部新著:以企业员工为主要对象,以企业观念、产品、技术、市场、管理、制度创新为主要内容来谈创造性思维。正是基于这一动机,我们尝试由理论界与实践界、由学校与企业携手合作,写这本书。在这本书中,我们围绕决定企业成败兴衰的诸多问题,就如何挖掘企业员工潜力,提高企业员工素质,尤其是培养企业决策管理人士的创造性思维能力问题,力求作出较为全面的讨论。为帮助读者加深对有关问题的理解,使读者获得更深的体验和启示,我们还为本书配套编写了一本《企业创造性思维案例选编》。本书及《案例选编》主要面对企业领导、经营管理人员、专业技术人员,同时也适合于其他有兴趣的读者。这两本书既适合作为企业教育培训的教材,也可当作讨论创造性思维的专著阅读。

立论单位为广东省经济管理干部学院工商管理系、广东省电力集团公司教育处、广东省电力工业学校、广州电力培训中心。除

上述单位的有关领导、专家、学者外,参与编写本书的还有中山大学、华南师范大学、五邑大学的部分教师和在职研究生。

本书由林鸿荣教授、郭银华博士、姜少华硕士布局谋篇、统稿审定。

由于知识经济的浪潮此起彼伏,创造性思维的研讨尚处于见仁见智、方兴未艾的阶段,加之时间紧迫、水平有限,本书不免有疏漏与错误之处,诚恳希望专家、读者批评指正,我们一定虚心吸纳,并在适当时机,加以改正、完善。

编 者

1999年1月1日于广州

目 录

第一单元 创造性思维与企业资源开发	(1)
第一章 思维的创造特性	(3)
一、什么是思维	(3)
二、什么是创造性思维	(8)
三、思维的超越性与创造性	(11)
第二章 现代企业的主导资源	(16)
一、主导资源演变的启示	(16)
二、创造性思维与现代企业的主导资源	(20)
三、创造性思维与企业创新	(23)
四、创造性思维与集约化经营	(26)
第三章 培养创造性思维,开发无形资源	(30)
一、人脑潜能与资源的稀缺性	(30)
二、创造的社会机制	(33)
三、企业创造机制的建立与完善	(40)
第二单元 创造性思维的基本原理	(47)
第四章 创造性思维的运行过程	(49)
一、创造性思维过程、特点和类型	(49)
二、创造性思维的心理结构	(55)
三、发散思维与收敛思维	(60)
四、纵向思维和横向思维	(65)
五、创造性思维形式	(67)
第五章 创造性思维的原理与一般方法	(77)

一、创造性思维的原理	(77)
二、要素分解法	(80)
三、要素组合法	(85)
四、关联推导法	(90)
第六章 创造的主体条件	(97)
一、创造的主体条件:动力、毅力、能力、潜力	(98)
二、创造性思维与人的目标、兴趣	(103)
三、创造性思维与智力、意志、情感	(106)
四、创造性思维与人的知识、经验	(112)
五、创造性思维与人的思维习惯	(116)
第七章 创造与思维艺术	(119)
一、创造的魅力与活力	(119)
二、思维的高度、宽度、长度、深度、密度	(123)
三、思维的弹性、锐性、韧性、活性	(125)
四、奇异思维——思维艺术的真谛	(128)
第三单元 创造性思维在企业中的运用	(133)
第八章 创造性思维与企业观念更新	(135)
一、创造性思维与企业观念更新的关系	(135)
二、日美企业运用创造性思维更新观念的模式比较 ...	(140)
三、当前中国企业如何运用创造性思维更新观念	(144)
第九章 创造性思维与企业组织制度、管理方法创新 ...	(157)
一、企业治理结构的制度创新	(157)
二、企业供给功能的制度创新——创建企业集团	(160)
三、企业职能管理的创新	(164)
四、企业内部管理制度创新	(168)
五、管理方法创新	(171)
第十章 创造性思维与企业经营战略、市场策略创意 ...	(178)
一、经营策略创意	(178)

二、产品与服务策略创意	(185)
三、销售创意	(191)
四、形象及传播策划创意	(197)
第十一章 创造性思维与企业产品、技术开发	(205)
一、技术发明、革新、改造	(205)
二、产品创意	(213)
三、技术产业化	(223)
第四单元 创造性思维训练	(233)
第十二章 基础思维能力训练	(235)
一、思维能力的自我检测	(235)
二、语言文字能力训练	(260)
三、空间、图形与数字能力训练	(268)
四、思维过程训练	(276)
五、思维方法训练	(284)
第十三章 创造性思维的弱化训练	(287)
一、思维定势的弱化	(287)
二、非理性定势的弱化	(298)
第十四章 创造性思维的强化训练	(302)
一、思维视角的多元化训练	(303)
二、思维视域的扩展训练	(309)
三、思维触觉的灵敏化训练	(312)
主要参考文献	(315)

第一单元

创造性思维与企业资源开发

第一章 思维的创造特性

一、什么是思维

人类的活动史就是一部创造史。在社会生活领域,人类创造了国家、城市、行政、司法系统等;在经济生活领域,人类创造了市场、企业、货币、金融体系、商品关系等;在科学技术领域,人类发明了飞机、汽车、宇航器、电脑、电子通讯工具等;同时,人类还创造了维系社会与经济生活正常运行的各种制度、法律、伦理道德体系等等。人类之所以能作出这些创造,是因为人具备任何动物都不具备的高级智慧;而其中,智慧的核心内容——思维,又构成了人类从事创造性活动的精神源泉。

思维是人类心理活动的高级形式,是人类智慧(又可称智能,智力)的核心。人类智慧的各种具体类型——观察力、注意力、记忆力、想象力、乃至各种特殊智能,最终都须依赖思维力的整合、提升、梳理等,才能形成认识和把握客观世界,尤其是产生创造性成果的智慧。正因为如此,广义的思维能力,实际上也就是被人们有意无意间与包含了观察力、注意力、记忆力、想象力在内的智力划上了等号。由于本书着力探讨的是思维与创造力的关系,思维的创造特性等,并非一部严格的心理学学术著作,因此,我们也将在此广义上使用“思维”的概念。换句话说,我们在考察创造性思维过程时,将自然而然地与创造密切相关的人的观察力、注意力、记忆力、想象力等智力一并加以考察。

对思维过程与思维本质的认识,人们的看法经历了一个由浅

至深、由偏到全的过程；并且，至今仍有分歧。

一种观点认为，思维即人的精神印象，印象在头脑中进行关联并达到意识状态（即被人自我意识到），这就是思维。这种观点可以说指出了部分思维现象，但具有以偏概全之嫌。事实上，人们进行某些抽象思维活动时，是不需要借助印象这一材料的，在高度抽象的思维中完全可以不存在印象。

还有一种观点认为，思维活动就是人用内隐语言对自己的谈话，是一种隐蔽的肌肉运动。

但科学已经否定了这种看法。实验表明，人即使在全身的肌肉被麻痹的情况下，只要意识保持清醒，思维活动仍可以正常进行，这说明思维活动与肌肉运动之间不存在必然联系。

在众多的关于思维本质的看法中，有一种观点已逐渐为人们所公认。这种观点认为：思维即人脑借助于语言对客观现象间接的概括的反映。从这一定义中，我们看到，思维具有以下特点：

（一）间接性

指思维与感觉和知觉不同，它不像感觉与知觉那样直接反映客观现象，而是以其他事物为中介来认识和把握对象的。例如，一个人早上醒来，看见墙上的时钟已指到九点，便知道天已经亮了，尽管他睡觉房间的窗帘未拉开，他根本看不见房间外的景象。高级的抽象思维活动更是如此。在经济生活中，一个人如果有一点经济学常识，那么当他听说政府又增加发行了多少货币，他就马上想到，可能一段时间后市场上的商品会涨价，尽管此时通货膨胀还未发生。

思维的间接性，我们还可以通过思维必须借助语言才能反映客观事物这一点加以体会。这里所指的语言，实际上是指人们在相互交往中逐渐形成的彼此沟通信息的符号系统，包括语言（口语）文字、身体语言（如手势、表情）等。语言作为人类相互沟通的符号系统，其信息交流的基本单元实际上就是诸如人、树、动物、市