

商业创新创业系列教材

“上海市085内涵建设工程”建设成果

商业创新思维

Shangye Chuangxin Siwei

池丽华/主编



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

商业创新创业系列教材
“上海市085内涵建设工程”建设成果

商业创新思维

池丽华/主编



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

商业创新思维 / 池丽华主编. —上海:立信会计出版社, 2015. 1

商业创新创业系列教材

ISBN 978 - 7 - 5429 - 4530 - 3

I. ①商… II. ①池… III. ①商业模式—创造性思维—教材 IV. ①F71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 024256 号

责任编辑 洪梅春 于 欣

封面设计 周崇文

商业创新思维

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路 2230 号 邮政编码 200235

电 话 (021)64411389 传 真 (021)64411325

网 址 www.lixinaph.com 电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net 电 话 (021)64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 上海锦良印刷厂

开 本 787 毫米×960 毫米 1/16

印 张 17.25

字 数 243 千字

版 次 2015 年 1 月第 1 版

印 次 2015 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5429 - 4530 - 3/F

定 价 30.00 元

如有印订差错,请与本社联系调换

商业创新创业系列教材

编 委 会

主 任 池丽华

副主任 陈 敏 周 勇

编 委 (以姓氏笔画为序)

王大群 王 卫 王立勇 方献礼 朱文敏

伊 铭 池丽华 孙笑天 李仇辉 张 晟

张晓灵 陈 敏 周 勇 南 洋 侯立玉

袁美琴 徐慧群 郭秋杰 康海燕 熊平安

魏拴成

序

海啸来了,猪也会飞!移动互联网的出现,催生着新的商业生态圈,这是一个需要想象与再造的年代。创新无所不在,已经成为推动社会进步的第一生产力。

在商业领域,创新不是为了标新立异,应该是想法与做法的统一,而且能够由此带来效益,这样的创新便可称之为“有效创新”。如果说创新是发展的硬道理,那么,有效创新才是发展的真道理。过去三十年:不怕做不到,就怕想不到;未来三十年:不怕想不到,就怕做不到。为什么?在信息技术高度发达的未来社会,公开透明成为社会的主流发展趋势,你能想到的,别人也能想到,但你能做到的,别人不一定能做到,所以,创新的方式也将因环境的改变而转变。

为了适应大学生创新创业教学的需要,提升大学生创新意识与创业能力,用创新创业的意识去就业,上海商学院“创新创业实践教学团队”在调查研究基础上,采取校内专家与校外行家相结合的方式,组建了教材编写团队,首批出版的教材有5本:《商业创新

主张》《商业创新思维》《商业创新案例》《商业调查与市场发现》《商业营销策划》。

本教材的出版得到了“上海市 085 内涵建设工程”的经费支持,也得到了联华超市股份有限公司、农工商超市(集团)有限公司、上海西郊国际农产品交易有限公司、上海华联罗森有限公司、浙江兴合电子商务有限公司、安徽乐城投资股份有限公司、上海神仙实业有限公司、上海浦东故里记忆文化创意有限公司、《中国商界》杂志社、商业创新实验室等单位的支持。教材编写过程还参考了专家学者的著作和论文,以及新媒体的资讯,在此一并致谢!

本系列教材以消费需求为纵轴,以时代变革为横轴,以创业精神为动力,以创新思维为技法,从商业原点探索商业逻辑,结构新颖,素材鲜活,文笔诙谐,用叙述故事的方式,向读者展现了一系列原创性市场发现与应用型研究成果,既可作为大学生创新创业教学用书,也可作为企业经营管理人士的参考用书。

编著者

2014 年 10 月

前 言

人类社会的发展是不断创新的过程,但“商业创新”更注重“实效”,即解决实际问题。所以,本书将“创新能力”解释为“实践应变能力”。如电视连续剧《亮剑》中李云龙用挖壕沟与扔手榴弹的方式打击“日本鬼子”,再如电视连续剧《枪神》中的兵工厂厂长吴应德用绑脚带捆绑作为弹射器把手榴弹扔到更远的敌方阵地,这些在战争理论中没有的“方法”,却在实际战斗中发挥了无可争辩的威力,这就是创新。商业实践也需要这样的“创新”。

创新可分为三类:一是硬件创新,是指物化的创新过程,如数控机床的诞生;二是软件创新,是指固化的创新过程,把人类活动的流程、经验、知识等固化在计算机软件、信息系统中,可以大大简化与节省人工操作的时间、资源与成本,提高效率,减少误差,提升满意度,如在手机中广泛应用的“APP”;三是活件创新,是指活化的创新过程,把人的心智构造得更有利于创造新的精神世界与物质世界。创新取决于创新思维与创新习惯的建立,所以,活件创新最关键。

人这一生,实际上是习惯决定性格,性格决定命运,只有心灵自由,人生才能自由,自由的心灵与自由的人生,才能创造出新的精神世界与物质世界。从企业组织的角度分析,一个企业类似一辆运动中的板车,最高领导一个人拉着板车,后面有四个人分别管着板车的四个轮子,并推着板车向前。这里有四点特别重要:一是领导者的想法(思维创新);二是四个轮子(科技创新);三是四个推车人的协同配合(政策激励);四是拉车的方向(市场拉动)。后来企业发展了,老板不用自己拉板车了,就可以招聘一个职业经理人来拉企业这个大板车。企业发展得更大的

时候,人工板车不行了,就改用电动板车、汽车、火车甚至多种类的组合。在这个时候,老板一个人的脑袋也不够用了,需要一个智囊团队来为企业出谋划策,需要一个指挥团队贯彻落实,还需要一个评估团队做业绩考评。这时候,老板做什么?从企业内部走向企业外部,去获得更多的社会资源与发展机会,让这些团队去创新发展。可见,企业大了,老板应该是一个核心动力,他的创新力、影响力、控制力,最终都应该转化为一种创新文化,从而影响整个企业的发展。

本书共分六章,各章主要内容如下:第一章创新概述,挖掘创新原动力,分析创新原理;第二章思维概述,认识人脑,分析奇妙的思维世界;第三章创新思维(上):发散思维与形象思维,换一种视角求创新;第四章创新思维(下):批判性思维与颠覆性思维,批判与颠覆也有规则可循;第五章创新技法应用,介绍了六大创新技法;第六章创新思维训练,介绍了训练创新思维的实用方法。

本书以“链接”的形式引入了丰富多彩的创新实例,反映了行业的发展现状或最新的研究发现与成果,提出了值得关注的商业创新问题,每章最后的“本章小结”“本章讨论题”与“本章训练题”,为课后复习与讨论指出了方向。

本书由池丽华主编,第一章、第二章由周勇编写,第三章、第四章由池丽华编写,第五章由康海燕、魏拴成编写,第六章由魏拴成、袁美琴编写。在编写过程中,我们参考了许多专家学者的著作,在此对这些著作的作者一并致谢!我们真诚希望与同行们互动交流,不断完善教材内容,并邀请更多的专家学者、职业经理人参与教材修订。书中的任何错误,望读者批评指正。联系方式:池丽华(chilihua99@sina.com)。

池丽华

2014年10月

目 录

第一章 创新概述	1
第一节 创新的内涵与类型	1
一、创新的内涵	2
链接 1-1 联想：从传奇到创新	2
链接 1-2 你知道 TRIZ 吗？	3
二、创新的类型	5
链接 1-3 菠菜的神话	6
链接 1-4 技术创新最新事例	7
链接 1-5 多余的责任感	9
链接 1-6 老鼠开会	10
第二节 创新能力与创新原动力	11
一、创新能力	11
链接 1-7 创新能力是怎么炼成的？	12
链接 1-8 创新能力小测试	13
二、创新能力的形成因素	13
链接 1-9 情感遗传：性格储备	14
链接 1-10 金字塔不是奴隶建造的	15
链接 1-11 偷袭珍珠港的创意来自一本书	16
链接 1-12 黑天鹅效应	17
链接 1-13 大学之痛：“创新精神病”	18
链接 1-14 创新能力与精神病有关？	20
三、组织创新力	21
第三节 创新的原则、原理与过程	23
一、创新原则	23
二、创新原理	25

链接 1-15 犹太商人的智慧:把灰尘也卖出去	29
链接 1-16 让打字机慢下来	30
三、创新过程	30
本章小结	33
本章讨论题	34
本章训练题	34
第二章 思维概述	35
第一节 人脑功能解读	35
一、人脑的结构与基本功能	35
链接 2-1 医疗技术能使常人变成天才吗?	38
二、关于人脑的传闻	39
链接 2-2 人脑利用率到底是多少?	39
链接 2-3 怪异的研究结论	41
三、人脑的保健	42
第二节 思维基础	43
一、什么是思维	43
链接 2-4 思维三要素	44
二、思维过程	45
链接 2-5 日本人巧探大庆油田	47
三、思维能力	48
四、思维偏好与全脑优势思维模型	50
第三节 思维方式	52
一、直观行动思维、具体形象思维和抽象逻辑思维	52
链接 2-6 逻辑思维的训练	53
二、发散思维与收敛思维	55
链接 2-7 思维导图	55
链接 2-8 红砖的用途	56
第四节 思维定势	57
一、思维定势的定义	58
链接 2-9 大象的悲剧——惰性思维	59

二、思维定势的类型	60
链接 2-10 光绪的鸡蛋	61
链接 2-11 送月饼是一种无奈的选择	62
链接 2-12 方舟子质疑“伽利略的比萨斜塔实验”	64
链接 2-13 河中石兽	65
链接 2-14 城市化与经济发展的逻辑错误	67
三、克服思维定势	68
链接 2-15 中式思维的五大逻辑缺陷	69
本章小结	71
本章讨论题	72
本章训练题	72
第三章 创新思维(上):发散思维与形象思维	75
第一节 创新思维概述	75
一、什么是创新思维	75
二、创新思维因子	77
链接 3-1 直觉测验	79
链接 3-2 第六感觉及其测试	80
三、创新思维产生的条件	81
链接 3-3 螃蟹壳是软的	81
链接 3-4 海尔的问题意识	82
链接 3-5 消费热点	84
链接 3-6 创新产品方向	85
第二节 发散思维与商业创新	85
一、发散思维的特点	86
链接 3-7 咖啡的发现	86
二、发散思维的形式	87
链接 3-8 股票预测	88
链接 3-9 金字塔有多高?	88
链接 3-10 一个警示牌的提示	89
链接 3-11 任天堂的 Wii	90

链接 3-12 从“吹尘器”到“吸尘器”	91
三、发散思维与收敛思维的统一	93
四、发散思维的实现方法	93
链接 3-13 铅笔用途与冰箱用途	94
链接 3-14 味精瓶改进与彩色电扇	95
第三节 形象思维与商业创新	96
一、形象思维特点	97
链接 3-15 沼泽地与迪士尼	98
链接 3-16 空中温泉	99
二、形象思维模式	99
链接 3-17 想象实验	101
链接 3-18 类比与联想创新小案例	102
三、形象思维训练	104
链接 3-19 测试你是左脑人还是右脑人	104
本章小结	112
本章讨论题	112
本章训练题	112
第四章 创新思维(下):批判性思维与颠覆性思维	115
第一节 批判性思维与商业创新	115
一、批判性思维内涵	115
链接 4-1 具有批判性思维的重要技能	119
二、批判性思维者善于提出问题	123
三、批判性思维者具备的基本能力	125
四、批判性思维者的五步思考法	128
链接 4-2 阿门娜的故事	128
链接 4-3 反思与提问	130
链接 4-4 盖普公司变更企业标识	131
第二节 颠覆性思维与商业创新	135
链接 4-5 创新是苹果文化的灵魂	135
一、颠覆性思维导图	136

链接 4-6 世界美食家们的朝圣地——西班牙 El Bulli 餐厅	139
链接 4-7 水对消除灰尘作用不大——无水清洁用品推出	141
链接 4-8 分众传媒董事长江南春:创业者一定要有颠覆性思维	143
链接 4-9 从煎饼里吃出创业的产品精神和互联网思维	144
第三节 思考的整理与思考的提升	147
一、思考的整理	147
链接 4-10 你了解睡眠吗?	148
链接 4-11 睡一觉,再想想	149
链接 4-12 学会从生活中归纳书本上没有的知识	152
二、思考的提升	153
链接 4-13 锯的发明	154
链接 4-14 中国古代的一些发明	155
链接 4-15 中国人的阅读现状	157
链接 4-16 人生百态	162
本章小结	162
本章讨论题	163
本章训练题	163
第五章 创新技法应用	165
第一节 创新技法概述	165
一、什么是创新技法	165
二、创新技法的基本原则	166
链接 5-1 出售贫穷	166
链接 5-2 结束厕所耗水历史的“生态厕所”	167
链接 5-3 京东的诞生	168
链接 5-4 各种小发明	169
三、创新技法的种类	170
第二节 头脑风暴法应用	173
一、什么是头脑风暴法	174
链接 5-5 头脑风暴法的产生	174
链接 5-6 直升机扇雪	175

二、激发机理	176
三、头脑风暴的会议原则	176
四、头脑风暴法的实施步骤	178
链接 5-7 “破核桃机”的构思	179
第三节 组合创新技法应用	181
一、组合创新的定义	181
链接 5-8 裙裤的起源	181
二、主体附加法	182
链接 5-9 车载收音机	182
三、异类组合法	183
链接 5-10 应用组合法创新产品	183
四、同类组合	185
链接 5-11 松下幸之助——双插座	186
链接 5-12 鸡尾酒的发明	186
五、分解组合法	186
链接 5-13 你能想象自行车有多少变化吗？	187
第四节 列举创新技法应用	187
一、属性列举法	187
链接 5-14 属性列举法应用——雨伞	188
二、希望点列举法	189
链接 5-15 不用笔套的钢笔	189
三、缺点列举法	190
链接 5-16 缺点列举法新产品的开发	191
链接 5-17 牛粪变宝	193
第五节 设问创新技法应用	194
链接 5-18 紫外线的发现	194
一、检核表法	195
链接 5-19 “能否他用”的创新	196
链接 5-20 手电筒的发明	197
链接 5-21 主题公园的出现	198

二、5W2H 分析法	200
三、和田 12 动词法	201
第六节 类比创新技法应用	203
一、拟人类比	203
链接 5-22 榨汁机的发明	203
二、直接类比	204
链接 5-23 北京吉普节能环保主题的招贴设计	204
链接 5-24 微信红包来了	205
三、象征类比	205
链接 5-25 禁止酒后驾驶的公益性广告设计	206
四、幻想类比	207
链接 5-26 牛肉味的西红柿	207
第七节 创造需求技法应用	207
一、什么是创造需求	208
链接 5-27 莎碧娜航空公司创造航线需求	208
二、创造需求的步骤	208
链接 5-28 诺基亚、苹果,发现需求还是创造需求?	210
本章小结	212
本章讨论题	212
本章训练题	215
第六章 创新思维训练	216
第一节 创新思维是可以训练的	216
链接 6-1 机长的果断	216
一、创新思维需要独立思考	217
二、头脑助产术	218
链接 6-2 苏格拉底“头脑助产术”	218
三、正确思路源于训练	219
链接 6-3 关于“蜗牛爬树”	219
四、国际成功的思维训练	220
五、必须科学进行思维训练	221

第二节 创新意识与创新人格	222
链接 6-4 福特的创新意识	222
一、创新意识	222
二、创新人格	224
链接 6-5 坚定的创造动机	225
链接 6-6 大象林旺的故事	227
链接 6-7 马化腾:乔布斯是偶像,创新是发展的长久动力	228
链接 6-8 变通的格言	229
链接 6-9 信息能准确有效传递吗?	229
链接 6-10 微软吸引留住人才的秘密	230
链接 6-11 美国管理协会给出的“良好沟通十建议”	232
第三节 创新思维训练计划	233
一、第一周训练:理念的建立	233
二、第二周训练:思维的翅膀	236
三、第三周训练:心灵的超越	239
链接 6-12 幼儿想象力	241
四、第四周训练:头脑的飞跃	242
五、第五周训练:走进新天地	245
第四节 创新技能训练	249
一、信息处理能力	249
链接 6-13 青蛙的故事	249
二、组织管理能力	250
三、管理创新能力	251
链接 6-14 大象与猴子	251
四、知识整合能力	252
五、创新技能培养训练	254
本章小结	254
本章讨论题	255
本章训练题	255

参考文献	257
------------	-----

第一章 创新概述

人类与其他动物相比,只有肩膀以上部分才有优势。那是因为人类依靠大脑不仅创造了精神世界,而且也创造了物质世界。当今社会我们日常所见之物,都源于人类的创新与创造。未来世界的历史也将在不断创新中得以延续。这正如比尔盖茨所说:可持续竞争的唯一优势来自超越对手的创新能力。

创新有三个层面:基于大脑思维的个体创新、基于团队合作的群体创新、基于组织习惯的组织创新。所以,创新不仅仅是思维创新,更重要的是要融于团队,养成创新的习惯,使组织具有创新的基因。

遗传因素与环境因素是影响创新能力形成的基本因素,学习与实践两个因素在环境因素中相互作用而影响创新能力,思维因素则是各种影响因素的结晶,最终通过人的创造性思维活动决定人的创造能力。

创新有套路与技法,但基因更关键。社会基因比生理基因更重要,后天比先天更重要,学习比天赋更重要,做法比想法更重要。

第一节 创新的内涵与类型

在商业领域,创新不是为了标新立异,应该是想法与做法的统一,并且能够由此带来效益,这样的创新便可称之为“有效创新”。如果说创新是发展的硬道理,那么,有效创新才是发展的真道理。中国过去的三十年:不怕做不到,就怕想不到;中国未来的三十年:不怕想不到,就怕做不到。在信息技术高度发达的未来社会,公开透明成为社会的主流