

继《佐藤可士和的超整理术》后 佐藤可士和最新力作

佐藤可士和 我的创意新规则

[日]佐藤可士和 斋藤孝 著 胡静 译

互联网是百年一次的巨大的规则颠覆。
在这一大颠覆下，创意的新规则是什么？
我在本书对其重新进行了明快的理解与整理。

佐藤可士和

佐藤可士和 我的创意新规则

[日]佐藤可士和 斋藤孝 著 胡静 译

图书在版编目 (CIP) 数据

佐藤可士和：我的创意新规则 / (日) 佐藤可士和，(日) 斋藤孝著；胡静译. —北京：企业管理出版社，2015.3
ISBN 978-7-5164-1008-0

I. ①佐… II. ①佐… ②斋… ③胡… III. ①创意—研究
IV. ①J0-02

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第004476号

SATO KASHIWA NO ATARASHII RULE DUKURI by Kashiwa Sato, Takashi Saito
Copyright © Kashiwa Sato, Takashi Saito, 2013

All rights reserved.

Original Japanese edition published by CHIKUMASHOBO LTD.

The simplified Chinese language edition published by arrangement with
Chikumashobo Ltd., Tokyo in care of Tuttle-Mori Agency, Inc., Tokyo
through Beijing Kareka Consultation Center, Beijing

版权登记号：图字01-2015-0341

书 名：佐藤可士和：我的创意新规则
作 者：[日] 佐藤可士和 [日] 斋藤孝
译 者：胡 静
责任编辑：张 羿
书 号：ISBN 978-7-5164-1008-0
出版发行：企业管理出版社
地 址：北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编：100048
网 址：<http://www.emph.cn>
电 话：编辑部 (010) 68453201 发行部 (010) 68701638
电子信箱：80147@sina.cn zhs@emph.cn
印 刷：北京鹏润伟业印刷有限公司
经 销：新华书店
规 格：880毫米×1230毫米 32开本 7.5印张 100千字
版 次：2015年3月第1版 2015年3月第1次印刷
定 价：38.00元

版权所有 翻印必究·印装错误 负责调换

如发现图书质量问题，可联系调换。质量投诉电话：010-82069336

有人不论做什么都顺风顺水，有人无论做什么都如逆风行船。不仅是人，企业、品牌也是如此。也有人说日本无精打采很长时间了，看来国家也是如此。为什么会有这样的差异？这两种境遇之间必然有着某些不同，那就是“是否由自己书写规则”。

生活在现代社会中的我们，经常处于竞争之中，我们每个人每天都生活在某种竞争中。既然不论是否愿意，自己都要处于这种状况中，那么就要在竞争中取胜——每个人大概都会自然而然地如此认为。

那么，我们要如何赢得游戏的胜利？努力研究游戏、磨炼技能是一种获胜的手段，但是，还有没有更加便捷、实用的方法呢？如果我们以自己最擅长的方式书写游戏规则，将对自己最有利的事物带入游

戏中，那样我们就会是最强的。在这里所说的“规则”，并不是游戏中的详细规定，而是指怎样做才会赢、拥有什么才能赢，如何搭建从根本上取得胜利的构造。

大家在小时候有没有和伙伴们一起想过游戏玩法呢？像是对捉迷藏游戏进行改变，“爬上高处就不会被鬼捉到”这样的规则就会很受欢迎。比如，如果一个孩子说：“只要待在这个圆圈里，鬼就捉不到！”然后画好能容下一个人的圆圈后开始捉迷藏游戏的话，那么，那个孩子一定会待在圆圈里，看着圆圈外面的世界展开的竞争，而他自己却绝不会被“鬼”捉到。

我希望大家能够成为这种可以制造游戏的“游戏创造者”。但是，这种捉迷藏不会永无止境，当大家玩腻了这个规则下的游戏后，也许就会有孩子大喊着说：“待在圆圈里不能超过10秒！”从而又产生了新的规则。

这种游戏现今正在全世界开展着，可以说它是对

全世界所有范畴、所有场景中开展的新领域的一种挑战。它不是发生在未来世界，而是正发生在我们身边。发生在现代的这一新游戏，换言之，就是要想提高自己在这一时代中的生活态度，提升自我存在感，是否能够自己“书写规则”将会成为关键。人世间在不断地写入新规则，互联网就是百年一次的巨大的规则变更。在这一大规则下，苹果、谷歌等在不断书写着新规则。而且，像脸书（Facebook）一样的新规则更是在其出现后就随即扩展开来。

那么，我们要怎样才能打造新规则？其中，能够“完全熟练地运用概念”将会至关重要。那么，所谓的“概念”是什么？“完全熟练运用概念”又是怎么回事？我通过与斋藤先生的对话，得以对其重新进行了明快的理解与整理。

我把我们的对话过程拿来与读者朋友们一起分享，让我们一起来思考“新规则的书写法”，以及为什么现在有必要“书写规则，打造自己的舞台”。

我担任NHK电视台《玩转日语》节目的综合指导。有一次，在我去台里时，员工们正在议论着什么。

“据说，这次《玩转英语》的节目革新工作委托给佐藤可土和了，就是那个佐藤可土和哦。NHK也做了一件不得了的事情呢。”

实际上，《玩转英语》在革新后有了巨大的改变。不过，通常人们听到这件事时都会想：“为什么会是佐藤可土和负责《玩转英语》呢？”提起佐藤可土和，一般给人的印象就是他是“设计师”“艺术指导”“制作人”等与“设计系”相关的人。一般人都会想，可土和“为什么搞英语”“为什么参与电视节目”？

但是，当我听说这件事时，我认为：“如果是可土和，他一定会圆满完成工作的。”他做什么都能胜任。

所以，优衣库才会委托他进行全球化战略¹，7-11才会将品牌的全面包装与革新交给他。能够一个人背负起企业的命运，决定企业在全球经营中成败的人少之又少。

我认为，可土和的成功不单只是“佐藤可土和个人的胜利”，而在于他是能够书写新规则的人。他时而负责电视节目构成，时而为幼儿园设计园舍，时而又在大学中授课。

佐藤可土和好似无处不在，他八面玲珑地活跃在各个领域。这并非因为他是各个领域中的专家，而是因为他能在各个领域书写出新的游戏规则，并以此展开活动。

拿足球来说，目前为止，我们需要的是如同香川真司一样的天才。香川凭借自身百年难得一见的才能，正在作为曼彻斯特联队的一员而大放异彩。但是，今后却不同。我们需要的是像可土和一样，单靠

1 优衣库的海外输出从2001年在英国伦敦开店开始，其后实现了进驻中国（及香港地区）、美国、韩国、法国与世界市场。2006年11月开业的SOHO纽约店由佐藤可土和担任综合指导，并确立了其全球旗舰店的地位。自此，优衣库的海外战略开始出现大转变。

自己就能组成曼联、凭借“单人曼联”就能大放异彩的实力。日本所需的也正是这种实力。

令人惋惜的是，如我一般的学者并不能主宰日本经济的浮沉。但是，可士和对日本经济的价值却是显而易见的。他所发挥的品牌化实力，即品牌力，现今更是有着重要的价值。其价值就在于“打造新规则”的可士和的“单人曼联实力”。

世界正在以新规则开始运转。可士和跳出其外，并对新的游戏规则加以说明，更进一步而言，就是将自己塑造为书写规则的人。

自己制作的游戏玩起来不仅得心应手，甚至称得上是“万能”。或许大家正是因为意识到了可士和的这种才能，所以才会纷纷将工作委托给他。

本书的目的就是希望能将可士和自身的价值抽取出来，使之普遍化。我本身就是教育工作者，出于这一立场，我希望能听取“秘籍”，并学习如何培养像可士和一样能够书写规则的人。

目录

CONTENTS

前 言 **世界已经开始按照新规则运转起来** 佐藤可士和 / 001

培养书写规则的人 斋藤孝 / 004

创造规则的练习一 **明确自身的“好恶”**

1 对自己的“喜好”抱有自信 / 3

“喜欢的事物”没有正确答案 / 3

将自己的“喜好”转化为语言表达出来 / 7

为什么“性手枪乐队”很酷? / 11

2 克服“厌恶” / 14

摒弃固有观念 / 14

把“讨厌的色彩”组合起来 / 16

创造规则的练习二 对理所当然产生疑问

- 1 理所当然并非理应如此 / 25
从怀疑前提开始 / 25
- 2 不仅关注日本，更要着眼世界 / 33
让“STETECO”成为世界通用语 / 33
- 3 避免做事理所当然，就要三思而后行 / 39
在一个提案背后要产生50个构思 / 39

创造规则的练习三 打造自我风格

- 1 通过编排改变印象 / 45
利用版面设计改变印象 / 45
协调感讲求“中庸” / 48
- 2 不同风格带来的价值 / 51
“身体特性”与“实际思考”是我的风格 / 51
运动中更容易发现重心 / 56
把风格作为函数进行捕捉 / 58
- 3 左右完成质量的“表现基调和手法” / 64
“表现基调和手法”决定整体氛围 / 64

4 改编与拼贴 / 68

理解而不模仿 / 68

连接毫无联系的事物 / 73

5 其实，最重要的是时机 / 78

价值并不普遍 / 78

足球是学习如何抓准时机的绝好教材 / 82

日本人的快节奏非同寻常 / 85

创造规则的练习四 共享概念

1 明确概念的含义 / 91

概念是思考的设计图 / 91

不是“想长寿”，而是“怎样度过人生” / 96

2 委托人对概念不够明确 / 99

充满紧迫感 / 99

疏忽大意就要倒霉 / 102

驱散迷雾，让理解变为具体表现 / 105

3 有概念就会有想法 / 109

从概念落实为细节 / 109

通过细节归纳概念的方法 / 115

思考10个以上的创意 / 117

4 所有事物都有“sizzle镜头” / 119

最能彰显魅力的瞬间影像 / 119

发现人生的sizzle镜头 / 122

5 比拟一切 / 125

用酱汁杯比拟咖啡杯 / 125

构思是一种比拟 / 127

6 教育工作使概念得以运用自如 / 132

授课让“时间”得以浓缩 / 132

1分钟传达一切 / 135

创造规则的练习五 一切都是媒体

1 通过“小罐柠檬”打造媒体 / 141

将便利店变为媒体！ / 141

2 让商品自身成为媒体 / 146

让整条街成为媒体 / 146

让商品媒体化 / 153

AKB48为什么厉害？ / 155

创造规则的练习六 打造品牌就是引出本质

1 对“7-11”进行品牌重建 / 161

构筑品牌的品牌设计师 / 161

设计体系 / 166

进行自我品牌构筑 / 170

日本人很适合重新包装 / 172

2 一切都能品牌化 / 178

千利休是打造品牌之神 / 178

我是半个顾客 / 182

创造规则的练习七 创意不是提出的，而是产生的

1 共享过程 / 189

史蒂夫·乔布斯是摇滚明星！ / 189

2 开启创意开关的语言 / 193

发表极端论点，唤醒创意开关 / 193

3 调查分析的重要性 / 197

想出好主意时更要与人交流 / 197

4 有使命就有干劲儿 / 201

召开公开企划会并排名 / 201

创造规则的练习【总结】 **现代社会中，书写规则
的一方就是胜者**

将概念运用自如 / 209

一个规则产生的新价值与美 / 213

创造规则 **可士和的15条铁则** / 219

尾 声 **保持“可士和气势”有何不好** 斋藤孝 / 221

内文照片·作品一览 / 224

■
创造规则的练习一

明确自身的「好恶」

