



身心灵魔力书系——特质丛书

年轻是最大的资本，它的力量足以超越一切先前曾创下的神话

创新力

红山代有才人出

刘彬彬 / 著



中国出版集团
现代出版社

中吉联合

身心灵魔力书系——特质丛书

年轻是最大的资本，它的力量足以超越一切先前曾创下的神话

创新力

红山代有才人出

胡彬彬 / 著



中国出版集团
现代出版社

图书在版编目(CIP)数据

创新力:江山代有才人出 / 刘彬彬著. —北京:现代出版社, 2013. 11
(身心灵魔力书系)

ISBN 978 - 7 - 5143 - 1830 - 2

I. ①创… II. ①刘… III. ①创造能力 - 能力的培养 - 青年读物
②创造能力 - 能力的培养 - 少年读物 IV. ①G305 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 273546 号

作 者 刘彬彬
责任编辑 刘春荣
出版发行 现代出版社
通讯地址 北京市安定门外安华里 504 号
邮政编码 100011
电 话 010 - 64267325 64245264(传真)
网 址 www.1980xd.com
电子邮箱 xiandai@cnpitc.com.cn
印 刷 三河市恒升印装有限公司
开 本 700mm × 1000mm 1/16
印 张 13
版 次 2014 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5143 - 1830 - 2
定 价 27.80 元

版权所有,翻印必究;未经许可,不得转载

P 前言

REFACE

为什么当今时代的青少年拥有幸福的生活却依然感到不幸福、不快乐？怎样才能彻底摆脱日复一日的身心疲惫？怎样才能活得更真实快乐？

美国某大学的科研人员进行过一项有趣的心理学实验，名曰“伤痕实验”：每位志愿者都被安排在没有镜子的小房间里，由好莱坞的专业化妆师在其左脸做出一道血肉模糊、触目惊心的伤痕。志愿者被允许用一面小镜子看看化妆的效果后，镜子就被拿走了。

关键的是最后一步，化妆师表示需要在伤痕表面再涂一层粉末，以防止它被不小心擦掉。实际上，化妆师用纸巾偷偷抹掉了化妆的痕迹。对此毫不知情的志愿者被派往各医院的候诊室，他们的任务就是观察人们对其面部伤痕的反应。规定的时间到了，返回的志愿者竟无一例外地叙述了相同的感受——人们对他们比以往粗鲁无理、不友好，而且总是盯着他们的脸看！可实际上，他们的脸上与往常并无二致，什么也没有；他们之所以得出那样的结论，看来是错误的自我认知影响了判断。

这真是一个发人深省的实验。原来，一个人在内心怎样看待自己，在外界就能感受到怎样的眼光。同时，这个实验也从一个侧面验证了一句西方格言：“别人是以你看待自己的方式看待你。”不是吗？一个从容的人，感受到的多是平和的眼光；一个自卑的人，感受到的多是歧视的眼光；一个和善的人，感受到的多是友好的眼光；一个叛逆的人，感受到的多是挑衅的眼

光……可以说,有什么样的内心世界,就有什么样的外界眼光。

越是在喧嚣和困惑的环境中无所适从,我们就越会觉得快乐和宁静是何等的难能可贵。其实“心安处即自由乡”,善于调节内心是一种拯救自我的能力。当人们能够对自我有清醒认识,对他人能宽容友善,对生活无限热爱的时候,一个拥有强大的心灵力量的你将会更加自信而乐观地面对现实,面向未来。

本丛书将唤起青少年心底的觉察和智慧,给那些浮躁的心清凉解毒,进而帮助青少年创造身心健康的生活,来解除心理问题这一越来越成为影响青少年健康和正常学习、生活、社交的主要障碍。本丛书从心理问题的普遍性着手,分别描述了性格、情绪、压力、意志、人际交往、异常行为等方面容易出现的一些心理问题,并提出了具体实用的应对策略,以帮助青少年朋友科学调适身心,实现心理自助。

C 目 录

CONTENTS

第一章 创新——价值的提升

- 创新才能立于不败之地 ◎ 3
- 创新则生,守旧则死 ◎ 6
- 创新是对现状的突破 ◎ 9
- 创新力是不走寻常路的魄力 ◎ 11
- 创新力:超越的能力 ◎ 13
- 创新是 21 世纪的通行证 ◎ 15
- 与众不同才能出奇制胜 ◎ 17
- 突破困局的出路是创新 ◎ 19
- 不想被淘汰就创新 ◎ 21
- 创新使危机变商机 ◎ 23

第二章 如何有效提升创新力

- 没有不思考的创新 ◎ 29
- 独立思考是最重要的 ◎ 32
- 多思考才善于创新 ◎ 35
- 创造性思考魅力无穷 ◎ 38
- 问题会引导创新 ◎ 40
- 观察是创新的窗户 ◎ 43
- 观察让创新不再神秘 ◎ 46



创新力——江山代有才人出

- 为创新插上想象的翅膀 ◎ 49
- 没有想象创新随之衰弱 ◎ 52
- 换个地方打井 ◎ 55
- 多元思维让创新花样不断 ◎ 58

第三章 是什么羁绊着你的创新

- 过于屈从是创新的杀手 ◎ 63
- 不做盲从的毛虫 ◎ 65
- 专家不全是正确的 ◎ 67
- 权威并非都是真理 ◎ 69
- 一味跟着别人走就没有出路 ◎ 71
- 你有勇气挑战权威吗 ◎ 74
- 经验已经是过去式 ◎ 76
- 经验之谈束缚创新 ◎ 78
- 跳出经验定式 ◎ 81
- 独辟蹊径的创新 ◎ 84
- 纸上得来终觉浅 ◎ 87
- 读死书的可悲 ◎ 89
- “书为我所用”才是目的 ◎ 93

第四章 该用什么样的心态创新

- 到前沿去淘金 ◎ 97
- 细节是创新的关键 ◎ 100
- 创新就要逆境而上 ◎ 103
- 小蛇吞大象 ◎ 106
- 持续不断的创新 ◎ 109
- 危难之中的新思路 ◎ 112
- “柳暗花明又一村” ◎ 115
- 积极让创新的火焰不灭 ◎ 118
- 创新要主动 ◎ 121
- 逆境中的创新之光 ◎ 124

- 执著才能坚守创新 ◎ 127
- 离创新只有一步之遥 ◎ 130
- 创新要放低姿态 ◎ 133
- 空杯能盛更多的水 ◎ 135
- 永不满足的创新 ◎ 137
- 会学习才会创新 ◎ 140

第五章 创新要有好方法

- 要勇于标新立异 ◎ 145
- 如何走在别人的前面 ◎ 148
- 创新要会巧借他人的力量 ◎ 150
- 买卖的创新 ◎ 153
- 创新就要抓住身边的机遇 ◎ 156
- 创新在于观察与发现 ◎ 159
- 暗渡陈仓的创新方法 ◎ 162
- 保证创新的顺利实施 ◎ 165

第六章 提升创新力的思维

- 金钥匙——质疑思维创新 ◎ 171
- 激发创新能量的发散思维 ◎ 173
- 反中求胜的创新 ◎ 178
- 让创意穿越时空的联想思维 ◎ 181
- 环环紧扣的创新 ◎ 184
- 用想象提升自己的创新力 ◎ 187
- 开发右脑打破思维定式 ◎ 189
- 异于常规的创新——侧向思维 ◎ 191
- 借鉴别人的智慧发现创新的亮点 ◎ 194
- 灵感是科学发现和发明的催生剂 ◎ 196
- 取长补短的创新方法 ◎ 199



第一章

创新——价值的提升



没有创新就缺乏竞争力,没有创新也就没有价值的提升。

创新是一个民族的灵魂;创新是人类发展的不竭动力;创新是人类智慧的结晶;创新是一个团队凝聚力与创造力的具体表现。

创新是对精华的萃取;创新是对糟粕的摒弃;创新是新世纪腾飞的羽翼。

一个人要想取得成功,有大的发展,就必须去创新,努力做到“人无我有,人有我新”,只有这样,才能立于不败之地。



创新才能立于不败之地

或许,在几十年前,我们还常常能够听说某个大腹便便,不学无术的人在“老天”的眷顾之下,没有经过多少努力就腰缠万贯成了暴发户。

有一个年轻人非常聪明,大学毕业后他没去任何公司,而是决定自己创业,当时他没多少钱,况且都毕业了,更不好意思和家里伸手,算是白手起家。但他凭借着灵活的头脑,在短短几年内,就建成了自己的公司,而且发展稳定,运行良好。

他是怎样赚到自己人生的第一桶金的呢?

在开始的那一年,他几乎都在马不停蹄地找商机,灵感源于汗水这句话一点儿也不错,他终于打听到一个刚成立的厂子,制造了一大批收银机,厂长正在因为市场销售问题烦恼,他马上找到那个厂长,对他说:“如果你愿意向我购买电子原料,我就订购你一批收银机。”老板一听,电子原料自己本身也用得上,而且自己正在为这一堆库存发愁呢,有人买,何乐而不为呢。

接着,他迅速跑到一家在不断建分店的超市,对一位部门经理说:“如果你愿意买我的收银机,我就长期和您订购饮料和矿泉水!”

部门经理一听,可以啊,反正自己新开的超市也必须得用收银机!这买卖好,于是这位部门经理订购了一大批收银机。年轻人又跑到一家大型电子原料供应厂,找到负责人说:“如果您能让我在这里销售饮料,我就向您订购一批电子原料。老板一听,让工厂里的人从外面买饮料改成到里面买饮料,用这个机会居然可以卖一批产品,这可真不错!”于是负责人点头答应了。

于是年轻人把电子原料卖给制造收银机的厂子,又把收银机卖到超市,垄断了电子原料厂的饮料零售市场。一箭多雕,不仅从几次“倒卖”中赚了一大笔钱,而且通过这次合作建立起了自己的事业根基。现在他的公司已经涉及电子产品、食品等,并且靠着不断的创新,公司业务也越来越多,从最



创新力——江山代有才人出

初自己的单打独斗到现在手下已有一百多名员工。让人不得不佩服他那善于创新的头脑。

有句话说得好：“改变你的想法，才能改变你的世界。”跳出思维局限，天地才能宽广。只有这样善于、乐于又肯下工夫在平凡的小事中的冒出创新火花的人，才能在行业中取得出色的成绩和伟大的成功。

诗人江南春的创业之路总是被人津津乐道，这位靠着3厘米厚的液晶显示屏成为身价20亿元人民币的亿万富翁的传奇人物，正是靠着灵机一动的创新思维而发家的。

一次，江南春在等电梯的时候，注意到电梯门上贴着一张舒淇的海报，江南春非常喜欢舒淇，正想仔细地欣赏一下那张海报的时候，电梯来了。江南春不得不走进电梯，在电梯门关上的那一刹那，他突然迸发出一个灵感：有多少人像我一样，在这个封闭的空间里看不到自己想看的東西呢？这是人们不方便之处，可别人的麻烦就是我们的商机。而在等电梯的时候也是如此，大家都非常无聊，只能干瞪眼，这时候如果在电梯的壁上放个屏幕，播放点内容，肯定会有很高的“收视率”。

江南春没有迟疑，回到公司就开始动手操作，经过努力他成功地实践了自己当初的创意，如今在很多城市都可以看到江南春的楼宇电视广告，而江南春的公司现在也家喻户晓，成为传媒界的一朵奇葩，那就是分众传媒。

这的确是一个非常好的创意，对于等候电梯的人来说，楼宇广告使大家走出无聊；对于所投放的楼宇而言，能把地方充分利用起来，赚取不菲的收益；而对于广告客户而言，投放广告有针对性，而且因为“收视率”高，所以广告效应更好；对于江南春自己而言，他也得到了丰厚的利润回报。

不得不说的是在创业中给予江南春事业最大支持的软银（中国）前上海首席代表余蔚。在江南春最需要钱的时候，软银提供了1000万美元的投资，使之能将新媒体业务迅速从上海扩展到了四个城市。余蔚说：“很少有商业模式会在很短的时间内就开始赢利，这是我非常感兴趣的一点，这个项目最大的价值就在于它整个商业模型的独创性是其他人没有的，他有这样一个眼光和组织能力去发现这样一个平台，这是一个价值。所以我很快就有一个决定，我想投资这个项目。”他还说：“1999年加入软银（中国）以来，这是我第一次主动拿钱去追逐一个项目。”

因此我们可以说,江南春之所以走到今天的辉煌,靠的就是独创性。所以,一个人要想取得成功,有大的发展,就必须去创新,努力做到“人无我有,人有我新”。只有这样,才会立于不败之地。



在当今这个科技与知识引领的时代、公平竞争的时代,“天上掉馅饼”的机会恐怕越来越少了,有很多人想通过买彩票中大奖,但要知道中彩票发意外之财的机会也只是上百万上千万分之一,现实地来讲,我们绝大多数人要想有所成就,就必须通过自己的努力,而光努力也还是不够的,还必须要创新,要具备别人不具备的本领,只有这样,成功才会敲响你的大门。

创新则生,守旧则死

创新,不仅会对个人的发展产生重大的影响,对于企业的生存与发展更是有着至关重要的作用。

据统计,世界 500 强企业的平均寿命是 40 ~ 50 年,美国每年新生 50 万家企业,10 年后仅剩 4%,日本存活 10 年的企业比例也不超过 18.3%,而中国大企业的平均寿命是 8 年左右,中小民营企业的平均寿命还不到 3 年。这是个很严酷的现实,没有哪个办企业的人愿意看到自己的企业只是昙花一现。但如果想让企业生存下去,就一定要把握住创新。

有的企业前期势头不错,刚发展到几千万元的资产,就要开始多元化经营,发展到几个亿,就想搞国际化,誓言几年之内进军 500 强。

当企业遇到困难或危机的时候,创新是令企业渡过难关的最有效方法。

美国商人里力在经营口香糖的初期,生意清淡,顾客稀少,仅有少许的儿童顾客。口香糖是不是没有赚钱赢利的商机呢?肯定不是。里力决定用智慧来创造商机,于是他找来一本电话簿,按照簿上的地址,给每个家庭免费寄去四块口香糖,他一口气寄了 150 万户,花费掉了 600 万块口香糖。此举令其他商人大惑不解。几天之后,这一别出心裁的策略奏效了,孩子们吃完赠送的口香糖后,都吵着还要再吃,于是里力的生意果然就好转了起来。不过紧接着,里力又使出了第二招——回收糖纸免费换取口香糖。这样孩子们为了多收集糖纸,动员大人也来吃口香糖。这样,大人和孩子都成了口香糖的顾客,很多人都爱上了里力的口香糖,成为日常生活消遣的方式之一。很快,口香糖就成了市场畅销的产品。

上面的故事讲的是创业初期,对新生事物的经营拓展所采取的创新办法;下面这个故事讲的是在激烈的竞争之中,如何用创新使事业有特色、出财富的故事。

一家新成立的减肥中心,自从开张以来几乎是门可罗雀。主要原因是这个市场的竞争实在是太激烈了,而且在资金不足的情况之下,又不能像大型减肥美容公司大做电视报纸广告,因此知名度不够,上门的客人自然也就少了。

这可把减肥中心的老板急坏了,每天花费一大笔钱却没赚回多少,眼瞅着口袋里的钱就被这冷清清的生意给吞掉了,这可怎么办啊?这天,她站在门口,盯着来来往往的路人,痛苦地想着难道自己辛辛苦苦张罗起来的减肥中心就要关门大吉了吗?

忽然,一个念头跳进了她的大脑,她眼睛一亮,就开始忙碌起来。

隔了两个星期,这座城市的多家报纸都刊登了一则广告:美美减肥,“胖人进去,瘦人出来!速度快,效果明显!本店郑重承诺,在美美减肥店你看不到一个胖人出来,欢迎每天都来印证,如果有胖人从大门走出来,本减肥中心赠奖金5万元。”

当然,这个广告不仅被刊登在报纸上,还被印在传单上四处发。这个广告吸引了很多人,好奇的,真心想减肥的,“美美”一下子门庭若市。果然,每日由大门走出来的都是瘦人,见不到一个胖的。

有些想找茬的人特意找了几个胖人,想:“哼!让这些人进去,再马上走出来,看你怎么说!”但还是没有一个胖人出来,这是怎么回事呢,人们暗暗纳闷。

其实非常简单,玄机就在出口那里,聪明的女老板把大门改装成两个不同的出入口。在外面看,两个出入口大小形状都一样,但是在出口的内层,加装了两道粗钢管,如果你想要出去,就必须侧身从两道钢管中间穿过去,才能到达出口的大门。在两道钢管的中间只能容纳一个侧过身的瘦人穿过去,胖人如果不想成为“卡门”就要乖乖地从减肥中心后面的小门走出去。

美美减肥中心的生意火了,女老板美美地赚了一大笔,说到成功的原因,无外乎:一个是好奇的群众来助长了声势;二是人们在门口看不到胖人,就好奇地进到店里面,当他想出来时,能出来的瘦人自然是开心地出来了,那些不能出来的胖人再一次加深认识:我该减肥了,在这种情况下,宣传人员绘声绘色的解说显得就更有效果了。当然,最重要的还是女老板别出心裁的点子,据说这个新奇的点子引来了多家媒体报道,也给这个减肥中心做了免费的广告。

创新力——江山代有才人出

在这个商品同质化现象严重、各行业基本饱和的市场环境里，可以用一句老话解释这个时代是“酒香也怕巷子深”的时代。传统守旧的经营策略已经行不通了，正像这个减肥中心，如果它一味地因循守旧，而没有采用创新思路来宣传自己的话，很明显，它是无法生存和发展下去的。这个道理同样适用于其他任何一个中小企业也包括大企业，如果不能够保证企业持久的创新力和竞争力，就很可能被淘汰。



“智慧就是财富”，机会无处不在，无处不有，就看你有没有智慧去发掘它。开动脑筋开启创新式的经营之道能使企业转危为安，扭亏为盈。

创新是对现状的突破

创新的根本是突破。创新不是对过去的简单重复和再现,它没有现成的经验可借鉴,也没有现成的方法可套用,它是在没有任何经验的情况下努力探索的结果,其目标是为未来开辟一条新路。所以说,创新力是一种对现状的突破力。

古代人穿的衣服上的扣子不仅多,而且难扣,这对在农业时代有大量多余时间的人来说没什么;而对工业化时代,尤其是快速运作的信息化时代的人来说,就显得有些累赘了。

扣子的问题急需改进,于是有人开始思索着寻求突破和改变了。

1893年,美国芝加哥市有个叫贾德森的工程师,他嫌穿鞋时系鞋带麻烦,就在两条布边上镶嵌一个个门形的金属粒子,再利用一个两端开口、前大后小的元件,让它骑在金属牙上,通过它的滑动使两边的金属牙啮合在一起,从而发明了“滑动系牢物”。人们把这一发明叫“可移动的扣子”。但是,贾德森发明的可移动的扣子存在着一些严重的缺点,如闭合不妥帖,易自动爆开,故用途不大。

20年后,瑞典工程师纳逊德在贾德森的基础上进行突破,经过不断创新和改进,终于使正式的“拉链”诞生了。拉链很快在世界上广泛流行起来。衣裤、背包、裙子、鞋子、枕套、沙发垫、公文包、笔记本……众多物品都用上了拉链。詹金斯医生还发明了“皮肤拉链缝合术”。今天,拉链的用途还在进一步扩展。

没有改变就不会有进步,没有对现状的突破也就谈不上创新力的发挥。创新的过程就是不断地突破一个又一个难关的过程。

假如公司陷入困局,作为公司的一员,是被动待命,还是主动请缨?相信一个不墨守成规、敢于突破常规的员工一定会调动所有的创新潜能,积极