



在当下系列



在

创意力

成功就在一念间

罗威◎著

60

种成功创意方程式，
帮你开拓人生好钱景！

青岛出版社



赢在

创意力

成功就在一念间

罗威◎著

青 岛 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

赢在创意力——成功就在一念间/罗威著. —青岛:青岛出版社, 2004.5

(赢在当下)

ISBN 7-5436-3066-4

I. 赢... II. 罗... III. 成功心理学—通俗读物 IV. B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 018409 号

本书中文简体版权经台湾爱迪生国际文化事业股份有限公司授权, 由青岛出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可, 不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

山东省版权局著作权合同登记号: 图字:15—2004—018 号

书 名 赢在创意力——成功就在一念间

作 者 罗 威

出版发行 青岛出版社

社 址 青岛市徐州路77号(266071)

本社网址 <http://www.qdpub.com>

邮购电话 (0532) 5814750 5814611-8662 传真 (0532) 5814750

责任编辑 傅 刚 E-mail: fg@qdpub.com

装帧设计 申 尧

照 排 青岛达德印刷有限公司

印 刷 青岛双星集团华信印刷厂

出版日期 2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

开 本 16 开(640 mm × 960 mm)

印 张 15.75

字 数 150 千

书 号 ISBN 7-5436-3066-4

定 价 25.00 元

盗版举报电话 (0532)5814926

(青岛版图书售出后如发现倒装、错装、字迹模糊、缺页、散页等质量问题, 请寄回承印厂调换。地址: 青岛开发区江山中路191号 邮编: 266500 电话: 0532-6827680)

前言

财富来自于创意。

如果时常注意广告，就会发现有越来越多的俊男美女，喜欢将牛仔裤穿在身上。

因为有了这些修长美腿的吸引，才让平凡的我们也跟着买一条来穿，而牛仔裤也成为全球年轻族群的共识符号，每个新兴人类都会说：“给我 Levis，其余免谈！”

但是很多人可能不知道，Levis 正是发明牛仔裤的始祖，他原本做缝纫用品和帐篷帆布的生意，希望能将产品卖给那些参加淘金潮的人，不过针线卖得不错，但是帆布却是堆着没有人要。因为大家都喜欢住在旅馆内，懒得搭帐篷，而身上的衣服却因为经常磨损而破裂，需要买针线缝补。

这位 Levis 先生干脆把帐篷帆布改制成厚实的工作裤，没想到这一改就出现了服饰的革命，从此牛仔裤独领风骚，过了一世纪仍然不退烧，Levis 赚得全世界的财富，他才是真正的淘金者。

其实这正是一种创意的力量，它能让我们变得与众不同，发掘别人想像不到的机会。一个创造财富的人，常常也是想法不断、足智多谋的人。

这本书要谈的，正是六十种开发创意的方式。千万

不要以为创意只是天才的专利！事实上，即使资质平庸，只要经过后天的练习，也能摇身变为点子高手，随时想到石破天惊的招式，带领自己开发商机，成为淘金潮的成功第一人。

书中到底介绍了什么有趣的技巧呢？举例来说，这位 Levis 先生便是善用“改变形状”的原则，他让原先的事物转换用途，帆布于是改变风貌，以牛仔裤现身，而 Levis 的庞大财产也开始现身。

或者，使用“一加一”的加法原则，将两种不同的功能相加在一起，便能产生独特的产品。联邦快递的创办人 Frederick Smith，当初希望自己的快递公司可以结合“快速准时”与“直接送达”两种特质，而他的联邦快递，不但成为全球最重要的快递企业，也成为新兴同行所依据的标准。只要注意我们身边许多新奇的产品，就会发现它们都巧妙运用了加法原则，组合出不同的元素。

每回吃森永牛奶糖时，会不会觉得糖果十分精致？上面竟然还有精巧的刻痕！事实上，这只是“二减一”减法原则的巧用，森永如此设计可不光是为了好看，减少成本才是重点，每颗省了零点零几立方厘米的原料，累积起来相当可观。省钱即赚钱，所以森永牛奶糖可以经历几十年而屹立不摇。我们也可以运用这种递减法则，不但物尽其用，而且旧酒更有新意。

其实产生创意一点都不难，最重要的，是要我们时常挑战自己原有的习惯，就会发现新的视野与动机。

光是不断地运用加法原则、减法原则、改变形状原则，我们就会发现原来自己也是个点子大师，只是被习惯围困而浑然不觉而已。更何况这本书所介绍的概念是这三种原则的二十倍，所带来的效果不光是脑力激荡的高倍速革命，更是致富商机的无穷开拓。

从现在开始，就跟着书中练习这六十种招式吧！相信必能赢在创意、钞票赚满地。

编者谨识

目 录

- | | |
|----------------------------|-----|
| 01 梦想限时快递 一加一大于二 | 001 |
| 02 当美工刀遇见巧克力 二减一大于一 | 005 |
| 03 我变，我变，我变变变！ 形状大挪移 | 009 |
| 04 最佳男主角，换猫做做看 善用绿叶效应 | 013 |
| 05 山姆大叔的钞票请靠近一点 张大眼睛详加观察 | 017 |
| 06 招待荒野大旅客 换一只手拿筷子 | 021 |
| 07 畅销钞票黏不住 善用负面条件 | 025 |
| 08 春卷远渡大西洋 二点间的距离不再只有直线 | 028 |
| 09 三头小猪造车快 从无关中寻找相关 | 032 |
| 10 甲子园保送电池上垒 虚心求教多良方 | 036 |
| 11 筷子从加拿大出发 让不同文化相互撞击 | 040 |
| 12 上半天工，给全天薪 丢开想当然尔的模式 | 044 |

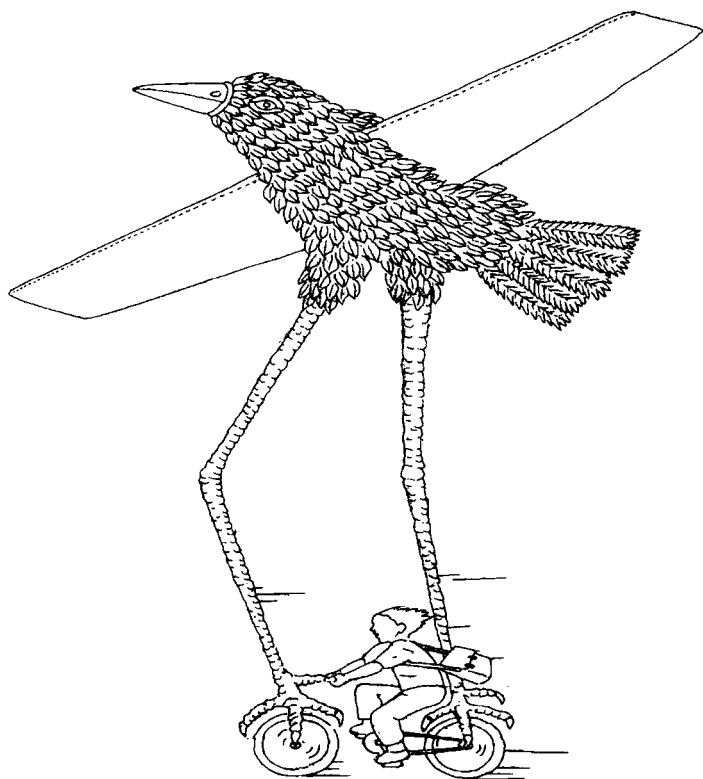
13	替脑筋做按摩 生活放轻松	048
14	让霍格华兹来附身 转换角度看世界	052
15	捕捉美丽灵感 如何构思创意?	057
16	撒下蜘蛛人战略 重新定位再出发	061
17	创意尚未成功, 同志仍须努力 拥抱新体验	066
18	我是迷人的世界之王 以感性为诉求	070
19	我们一起来乱讲! 幽默的人点子多	074
20	学习带来成长 比SK-II更青春	079
21	寻找性感的创意空间 进入滋养创意的环境	083
22	魔戒现身时 勇气创造动机	087
23	四海为友乐陶陶 结识创意灵魂	092
24	三冠王安全上垒 此路不通, 换条路走	097
25	要宰羊还是莫宰羊? 在文字中寻找创意	101
26	有笑声何须怕停电? 学着让自己快乐	105
27	游过我的野蛮鳄鱼 赶鸭子上架激发创意	109
28	敌人藏在背后的阴影中 相信自我的力量	113

- 29 滑头小鬼闯通关 | 偷懒也能发明 118
- 30 戴上天真无邪的眼镜 | 当个小孩又何妨 122
- 31 当潜水艇启动文艺复兴 | 向大自然学习 126
- 32 莎士比亚不再傻子皮痒 | 相信爱情的神奇力量 130
- 33 展开二万五千尺恋情 | 描写天下无双的空中小姐 134
- 34 书中自有黄金屋 | 读万卷书，找出一万个点子 138
- 35 到哪里当明星？ | 与孤独为友 142
- 36 第六感嗅知常存我心 | 相信本性直觉 146
- 37 兰若寺的小倩面临更年期 | 注意创意的周期 149
- 38 绕着地球跑 | 以旅行增广见闻 153
- 39 有数位助理，何须助理数位？ | 随时跟上科技 157
- 40 私人所有不外卖 | 将创意留给自己 161
- 41 拥抱第三类接触 | 流浪到博物馆 165
- 42 阿玛迪斯回到多次元时空 | 向梦境请益 168
- 43 我写故我在 | 随时记录点子 171
- 44 球鞋在钢琴上昏倒了 | 游戏也能激发创意 174

45	滋养超文字联想能力 学着用图像思考	178
46	来当怪医黑杰克 长保好奇心	182
47	急诊室内寻找春天 跌倒后的灵光一现	186
48	青出于蓝胜于蓝 运用改良式模仿	190
49	世界首富寻金记 让脑力相互激荡	193
50	将海市蜃楼变成摩天大厦 想得到也要做得到	197
51	谁在文汇报发头条广告? 我傻瓜, 我聪明	201
52	穿越时空是一定要的啦! 若是回到未来会如何?	206
53	闻乐起舞 音乐一起来	210
54	发掘一千个不亮的理由 永远乐观向前	215
55	夺宝大作战 作个冒险的霹雳高手	219
56	四肢发达, IQ 不简单 运动让头脑更灵活	223
57	家具不停变身 避免故步自封	227
58	问号靠边闪 回到原点	231
59	防呆、防笨、防迟钝 保持敏锐的触觉	235
60	找出大内黑手 阻挠创意成长的语法	239

01

梦想限时快递



赢在创意力



一加一大于二

三个臭皮匠，可以胜过一个诸葛亮，这便是组合的效用。只要将不同的旧元素安置在一起，就能产生新产品。

在全世界的快递业中，联邦快递一直是当中的佼佼者。它的运送路线涵盖了全球各地，准确及时地送达各式各样的信息、需求和梦想。

联邦快递的直达任务

联邦快递创办人费德瑞·史密斯是耶鲁大学商学院的高材生，他在大学期间就对快递行业充满兴趣，并将快递作为毕业论文的主题。在费德瑞·史密斯的预测中，他深信快递业将会是未来的主流行业之一。

毕业之后，费德瑞·史密斯从家族继承了一项遗产，他运用这笔钱，买了一家急于脱售的小型航空公司，并在三年内让业绩转亏为盈。往后的几年时间内，费德瑞·史密斯在航空公司的经营上获得了更充裕的资金，以及丰富的航空运输经验。而费德瑞·史密斯也开始思考开创快递事业的可行性。他观察市场上从事快递

服务的航空运输公司，发现他们在晚上都没有运送的服务，而且也无法直接送达目的地。如何兼具“快速准时”与“直接送达”的特质，是费德瑞·史密斯发现的商机。

费德瑞·史密斯在 1971 年成立了“联邦快递公司”，强调的特色就是可以二十四小时全天候运送，并且直接准时送到目的地。虽然一开始公司出现了亏损，不过在四年之后，联邦快递就出现盈余，它所设定的标准，也变成往后快递公司的设立准则。

将不同元素相组合

仔细观察，许多新产品都是以“组合”的方式存在，它可能组合两种功能，或是组合实际的两种产品。联邦快递就是组合了“快速准时”与“直接送达”两种要求，成为当时航空运输公司前所未有的特例。

瑞士刀组合了剪刀、刀片、螺丝起子、指甲刀等不同的产品，它们可以同时收入沟槽，也可以分别伸出，成为特别、实用的工具。两样原先平凡无奇，甚至是毫不相关的事物，一旦组合在一起，常常会发生新鲜火花。一个喜欢追求创意的人，常常就是不断玩组合游戏的人。

台湾的潘恒旭是传播界有名的创意才子，但若是仔细拆解他的招式，可用“组合”二字一语道破，他将台湾的民俗布袋戏和电影、平面出版、武侠小说、电脑游戏等分别搭配，就出现了“圣石传说电影”、“素还

梦想限时快递

写真书”、“射雕英雄传布袋戏版”和“圣石传说电玩版”等大受欢迎的产品。

这就是一种混血的功用。为什么混血儿总是长得漂亮？因为他们可以吸收父母双方的优点，成为最独特的个体。如果真的觉得自己绞尽脑汁也想不到什么好点子，只要善用组合的公式，创意就能源源不绝。

例如，我们常戴的眼镜，可以有摄影的功能；现代人所用的手机，同样可以是一部掌上电脑。在我们身边，正有许多创意用组合的方式问世，不用怀疑，我们也能立刻加入发明的行列。

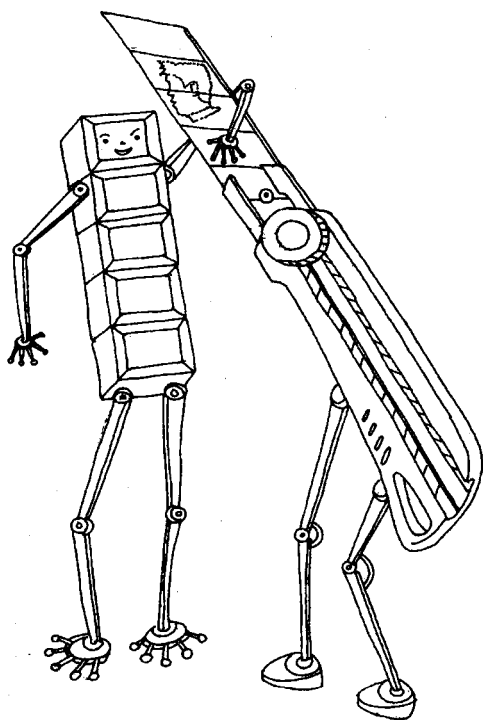


灵机一动 许多新产品是以“组合”的方式存在，它可能组合两种功能，或是组合实际的两种产品。



02

当美工刀遇见巧克力



赢在创意力

.....



二减一大于一

不同的元素相加在一起，会产生新的创意。若是倒过来做，将原来的要素切掉一部分，也会出现另一种风貌。

当割纸时，美工刀是最常使用的工具。不过很多人没想到，它出现在地球上，已经将近二分之一世纪了。

刀片被巧克力喀嚓

美工刀的发明人是日本的冈田良明，他是一位造型设计师。在他身处的 50 年代，要剪裁造型纸，只能用安全剪刀。不过安全剪刀的效果不好，剪坏一次，造型纸也就报废了。

有一天当冈田良明吃着板状巧克力时，他从折断的巧克力喀嚓声中，想到了一个创意。他想是否可以发明一种可折断的刀片，让工具一直保持在锐利的状态，同时也能延长刀片的使用期限，不需要刀钝了就丢掉。

冈田良明在公司努力地要实现这个创意，不过他原来的公司却不认同他的做法，反而觉得他不务正业，把

他辞掉了。冈田良明并没有灰心，他离职后继续构思，不久后创造出美工刀这个产品。这种产品可更换刀片，刀片也能像巧克力那样一截一截地折断，延长它的使用寿命。为了这项产品，冈田良明特地开了一间阿尔发公司，从1959年开始生产美工刀。这项产品问世后，在日本创下了惊人的销售成绩。之后美工刀也走出了日本，在全世界狂卖，一直到现在，仍然是我们最常用的文具之一。

“减少”与“分割”都是一种创意

我们生活中有许多产品，常常是不同元素的相加，例如具有手电筒功能的电子表，既可以上网又能够喝咖啡的网络咖啡厅。

不过，我们若是能将一项产品，减少某一部分，也会带来新的创意，这是一种递减法则。日本人就是擅用递减法则的民族，因为他们环境地狭人稠，也缺乏天然条件，所以对于任何资源都会特别珍惜，不舍得浪费。这种节省的心态，就会带入发明和创造中。冈田良明正好身处二次大战结束之时，一切百废待举，所以他希望刀片至少可以用五六年，甚至更久，再加上巧克力的灵感，便产生了美工刀这个新产品。

森永牛奶糖每颗都有很漂亮的井状纹路，他们设计的原因不光是为了美观，更重要的理由是为了减少成本。每颗可以节省零点零几立方厘米的原料，累积起来便非常可观。有的日本公司老板，会要求在公司洗手间