

金点子策划丛书

主编 蒋星五/秦重庆/刘 冰



金点子策划丛书

出点子的技巧

主编 蒋星五/秦重庆/刘 冰

M8603

农村读物出版社

(京)新登字 169 号

金点子策划丛书

出点子的技巧

主编 蒋星五/秦重庆/刘冰

* * *

责任编辑 林新华 杨金妹

农村读物出版社出版 (北京市朝阳区农展馆北路 2 号)
新华书店北京发行所发行 北京市密云县印刷厂印刷

787×1092mm32 开本 4.75 印张 102 千字

1994 年 7 月第 1 版 1994 年 7 月北京第 1 次印刷

印数 1—6700 册 定价 4.50 元

ISBN 7-5048-2437-2/C·106

《金点子策划丛书》编撰人员

程宗道	游炳汉	华建宙	蒋茜
宣健萍	华人僖	程燕	刘冰
程鹏	蒋星五	秦重庆	

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14

前言

要创业，离不开点子；要发明，离不开点子；办企业，离不开点子；搞教育，离不开点子；当然发财致富也离不开点子；搞好工作、与人相处……都离不开点子。当然，我们这里指的是对社会进步有益的好点子。

点子就是知识，点子就是力量，点子就是财富！

那么，点子从何而来？什么样的点子最好最有效呢？《金点子策划丛书》的出版，就是出于这个目的编撰的。这套书中的《出点子的技巧》，概述了点子策划的特点、依据、条件和方法。其他四册：《产品开发的点子》、《经营有道的点子》、《营销兴旺的点子》、《公关通达的点子》是以古今中外、各行各业、名人大家、平民百姓……在实践中比较成功的点子整理、编撰而成的。这五本小册子融合在一起，想来会给读者某些启迪——出点子并不是难不可攀的事情；但是出点子需要知识和经验的积累，也需要智力和技能的开发，更需要用一颗对事业钟爱之心去勤奋实践和刻苦创造。

这套小册子是以讲商贸赚钱的点子为主要内容，商务活动中凡是成功的点子，里面应有尽有。而且，许多点子出得实用、有效，而且很有趣味，对学习怎样出点子致富，将有一定的作用。

一册在手，致富有方！预祝你获得成功。但是，由于我们水平有限，错误难免，敬请批评指正。最后，谨向被本书引用过材料的作者、编者、译者致谢。

编 者

1994 年元月

目 录

前言

一、点子的特点	1
1 针对性	4
2 巧妙性	5
3 广泛性	6
4 社会性	7
5 可变性	10
二、点子的分类	12
1 好点子、坏点子、笨点子	12
2 有用点子、无用点子	17
3 大点子、小点子	21
4 快点子、慢点子	23
三、策划点子的条件	27
1 点子和环境	27
2 点子和知识	31
3 点子和动脑	35
4 点子和品质	38

四、策划点子的方法	43
1 触类旁通法	43
2 信息获取法	47
3 逆向思考法	51
4 出奇制胜法	54
5 名人效应法	58
6 善于发现法	62
7 以退为进法	65
8 迂回曲折法	69
9 深思熟虑法	73
10 抓住时机法	77
11 心理探讨法	82
12 模拟创造法	87
13 整体思考法	90
14 需要产生法	94
15 改变角度法	98
16 假设思考法	102
17 抓住灵感法	107
18 推理分析法	111
19 替代置换法	115
20 有机组合法	118
21 改变形态法	123
22 预测思考法	127
23 利用废物法	132
24 梦境利用法	136
25 集体讨论法	138

一、点子的特点

根据有关部门统计，目前仅北京和上海两地，注册登记的“点子公司”及类似的咨询公司就有 2000 多家，营业额达几十亿人民币。作为“头脑企业”重要组成部门的上海咨询业，目前已完成项目 10 万余个，涉及总投资额 1400 亿元，项目投产后每年仅创汇就可达 25 亿美元，为上海新增税利 30 亿元。从这些材料说明，点子的作用在神州大地已被人们广泛接受和重视，“点子公司”在我国经济建设中有着一辉煌的前景。但是，点子并不完全是“点子公司”的专利，许多点子人才就是从凡人俗子中磨炼出来的。

那么，究竟什么是点子，以及它有什么特点呢？

先看下面一些例子：

例 1 有一次，一位外国贵宾访问中国，访问结束，正准备取道上海回国。临行前，主人在某大饭店举行盛大的欢送宴会。

宴会上使用的酒杯是一套珍贵的九龙杯，杯上雕着栩栩如生、如生的九条苍龙，神态矫健，鳞光耀目。每次斟酒，龙口中的一粒金珠会闪闪发光，外宾见了，爱不释手。也许由于薄醉，他竟不知不觉顺手拿了一只九龙杯放在公文包中。接待他的中国人员见状，不问也不是，问也不是。直接向他索回，会伤贵宾的面子，甚至影响双方的关系；欲待不问，这一套九龙杯共 36 只，缺少 1 只，岂不可惜？

这件事很快就向还在上海的周恩来总理作了报告。周总理指示：九龙杯要追回，但不能伤害感情。周总理问起这位外宾活动的安排。接待官员告诉他，晚上观看杂技。这时，周总理想出了一条妙计，巧妙地取回了九龙杯：

当晚，上海杂技场灯火辉煌，外宾兴高采烈。一会儿，魔术师款步上前，他在音乐声中举起三只玲珑精致的杯子，杯子上九龙飞舞。原来这就是有名的九龙杯。只见他轻轻展现后，突然一声枪响，桌上的三只九龙杯少了一只。全场都惊叹魔术师技术高明，不知那杯子落到了什么地方。

魔术师说，杯子尚在。他轻步走到那位外宾前，彬彬有礼地告诉他，九龙杯“变”到了他的公文包里。他轻轻拉开公文包，拿出了那只九龙杯。全场观众掌声雷动，外宾自己也鼓起掌来。

周总理这条智取九龙杯的妙计，就是点子。

例 2 河南郑州市有一个体重 290 多公斤的大胖子，名叫刘江，原是河南省测绘局的助理工程师，今年 35 岁，身高 1.83 米。初见刘江，谁都会吓一跳。他的胳膊像一般人的腿那么粗，肚子大得两个人才能抱拢，他一个人就能把走廊占满，别人很难走过。几年前，他坐吉普车曾压断了弹簧钢板。现在，小车他根本钻不进去。刘江太重了，连走路都感到吃力，更别说上楼爬坡了。机关的工作无法坚持，只能在家里闲着。后来老婆又和他离了婚。

这样一个人，可以说是一个废人一般，没有什么用处。但河南新乡市东海工业公司总经理张来弟慧眼独具，“三顾茅庐”，把刘江聘为特别顾问，每月生活费 600 元，工资 250 元，享受副总经理待遇，还雇了一个人专门照料他的生活起居。当

时，公司很多人反对，说总经理高薪养个大胖子，光能吃不能干。张来弟力排众议。去年元宵灯会时，大胖子坐上公司的彩车，他两边各站一个漂亮的礼仪小姐，首次在新乡街露面，引起全城都知道有一个“东海工业公司”。

1992年5月，在北京举办的“安全、防盗产品展销会”上，刘江的推销活动大出风头。300多家厂家参展，只有大胖子的展厅天天围得水泄不通。公司的新产品“汽车自动变光器”一年的合同一天全部订完，总经理差一点笑掉下巴。现在公司上上下下都尊敬刘顾问。

张来弟总经理聘用大胖子做公关，也是一个极好的点子。

例3 汉朝陈平，少年时家贫，好读书，貌美如冠玉。东汉高祖，陈平常常为他出奇策，取得了不少胜利。

有一次，陈平为了避免迫害，拿着宝剑悄悄地从小道上逃走。渡河时，船家见陈平细皮白肉，举止不凡，怀疑他是个大官，腰里边必定携带着金银珠宝，所以三番五次地用那贼溜溜的眼睛看陈平。

船家的举动，很使陈平担心。他怕船家对他谋财害命。怎么办？船上只有船家和他两个人，陈平不习水性，船家魁梧强悍，真要交手，肯定打不过船家。

在这危急时刻，陈平心生一计，很快就打消了船家对他的邪念。

陈平想的什么办法呢？

陈平脱下衣服，光着身子去帮船家撑船。船家知道陈平身上没有贵重东西，也就打消了行凶抢劫的念头。

陈平想的妙计，也是一个绝妙的点子。

例4 1915年，在国际巴拿马博览会上，各国送展的产品，琳琅满目，美不胜收。可是中国送展的茅台酒，却被挤在一个角落，由于包装太简朴，久久无人问津。当时派到博览会去的一个中国工作人员心里很不服气。他眉头一皱，计上心来，便抱着一坛茅台酒，走到展览大厅最热闹的地方，故作不慎把这坛酒摔在地上。酒坛落地，浓香四溢，招来不少看客。人们被茅台酒的奇香吸引住了。从此，那只饮什么“香槟”、“白兰地”的外国人，才知道中国茅台酒的魅力。这一摔，茅台酒出了名，被评为世界名酒之一，并得了金奖。

这个中国工作人员的摔坛计，也是一个很好的点子。

从以上这些实例可以看出点子的一些特点：

1 针对性

对以上实例进行分析，可以看出，不论周总理也好，不论刘江、陈平，还有那位工作人员也好，他们所以要出以上种种点子，不管动机、目的如何不同，他们有一个共同点，就是为了解决当时遇到的难题。点子是为了解决难题而产生的，任何点子都有这个特点，这就是点子的第一个特点——针对性。可以说，没有难题就没有点子，而没有针对性，就谈不上点子的生成。

有些人认为，点子是头脑的产物，片面认为“眉头一皱，计上心来”，似乎和现实诸多关系不相干。根据点子的针对性这一特点来看，这一说法是不全面的，是对点子的误解。点子固然产生于头脑，但离开现实，离开难题，也就不可能有点子。点子是为了解决问题，如果没有了问题，那么也就没

有了点子。比如陈平，如果他不是遇上了歹徒想抢他身上的财物，他决不可能把衣服脱光，让只穿一条裤头的事出现的。又比如，那个工作人员，如果不是为了解决茅台酒的销售问题，他也决不会无缘无故把酒坛打碎。由此说明点子离不开对事物本质的分析，点子离不开针对性。没有针对性的点子，难道不是胡思乱想吗？

2 巧妙性

上面说过，没有难题就没有点子，点子是针对难题而提出的。那么这个难题，怎样才能解决得好呢？综观以上实例可以看出，他们四人出的点子，都有另外一个共同点，这就是解决难题的方法都十分巧妙，叫人看了，无不拍手称妙。这个特点就是点子的巧妙性。

巧妙性的含义有两个：

(1) 指不是用常规思维想出来的办法。常规思维是不可能有什么巧妙性可言的。比如以司马光小时破缸救小伙伴来说，常规思维解决的方法是：因为司马光小（那时只有7岁），自己不能救水缸中的孩子，只能去喊大人来救。这种常规思维方法就无巧妙性可言。而司马光却想出了一个新办法、新点子，用石头砸破缸救人。这个点子，由于它十分巧妙，所以才流传到今天。

(2) 巧妙性是指那个方法（即点子），是当时最好的最适宜的方法，也就是最佳方法。正因为如此，所以才有巧妙性存在。

看下面一个实例：

日本大正十年，丰臣秀吉平定了天下，就命手下人修筑大阪城。为了使大阪城修成一座固若金汤的城池，需要许多巨石做材料，于是一个名叫大名的人便受命到处去寻找。由于每块巨石有 50 张小席子大小，所以搬运起来非常困难，再加上大石在濑户内海岛上，必须装船东运。可是，一装船就要把船压沉，试了几次都未成功。就在大家无计可施之时，有一个人站了出来，说：“看来，用船载石是不可能了，那就用石载船吧！”大家按照他的点子，将大石捆在船底，利用水的浮力，果然顺利地运抵了目的地。

在当时没有巨轮的条件下，要用一般的木船来运巨石，那是不可能的。而现在这个人想出了用石载船的办法，这在当时确实是一个好办法、好点子。正因为这样，使人看了十分巧妙，富有巧妙性。

以上就是巧妙性的含义。巧妙性的这种含义，实际上是对点子的一种要求，任何点子必须具有这个特性。

3 广泛性

什么是点子的广泛性呢？

这是说人人都可以出点子，不论男人、女人，不论工人、农民，各行各业的所有的人，只要他是正常人都可以出点子。甚至小孩子也能出点子。

如下面这个事例：

上海市某小学五年级女学生方黎，在冬季上体育课时，她发现操场不大，只有一个篮球架，全班几十名学生排队轮番投篮，一节课每人只能投 12 次，大部分时间只能临寒风而立，

冻得直打哆嗦，既锻炼不了身体，也提高不了技术。还有，篮球架高大，也不适合不同年龄的同学使用。于是她想，能不能发明一个多用的又能升降的篮球架呢？从那时起，她朝思暮想着这个问题。但总是想不出来。后来，有一天她开落地电风扇得到启发，用落地电风扇升降的道理制作成了“多用升降篮球架”。这种篮球架中间是一根轴，上面有五根横杆，每根横杆两头是两个投篮铁圈，五根横杆就可有十个投篮圈。中间一根轴是可以升降的。

这“多用升降篮球架”受到人们的普遍欢迎，国家体委副主任徐寅生对这项发明赞不绝口。他说：“这个小发明解决了大问题。多年来，就想有这么一个篮球架，没想到被一个小孩子搞出来了。”这项发明获少年报“居里夫人奖”，“上海市中小学科学小发明作品竞赛”、“第一届全国青少年科学创造发明比赛”奖，由上海、无锡等厂家生产，在上海、无锡、南京、苏州、徐州、长沙、广州等地畅销。

请看，一个小学生都能出这么好的点子，更何况是大人呢？

从这一点可以看出，那些认为自己不会出点子，只有靠专家、学者出点子的想法是片面的。专家、学者固然重要，但关键还在于要做一个有心人。

点子人人会出，点子个个能出，不过点子有好有坏罢了！

4 社会性

点子人人会出，但出的点子好不好呢？这就不是一个人说说了算的，而要看实践、看效果，要得到社会的承认。如果

经过实践，效果不好，社会不承认，那么这个点子就是不好的。反之，经过实践以后效果很好，受到大多数人的欢迎，那么这个点子就是好的，或比较好的。

这就是点子的又一特点——社会性。

请看下面一个故事：

一列开往齐齐哈尔的列车，在茫茫千里林海中奔驰着。车厢里，广播喇叭正传送着播音员的通知声：“旅客同志们，下一站是图里河站，下面我们就要验票了，没有来得及买票的同志请抓紧时间补票；

这时，一个抱着小孩的年轻妇女来到9号车厢，在一个女学生模样的姑娘旁边找了个空座位。她把孩子放在座位上，揭开小被，轻吻一下孩子熟睡的脸蛋，然后走了。

车过一个弯道，孩子被晃醒了，“哇——哇——”大哭起来。

人们相互询问着：“孩子的妈妈呢？怎么不管管孩子！”

女学生见孩子哭得挺凶，便抱起来哄着，邻座的一位大婶见女学生哄不住孩子，就接过孩子，给孩子换下尿布，孩子不哭了。

这下大家议论开了，别是弃婴吧！她妈妈放下她走了再没回来。再说现在许多地方都发生了青年夫妇为了生男孩而丢弃女孩的事。这不，又出现了一个。

这时正巧验票的列车长和乘警来到9号车厢。于是大家就把情况告诉了列车长。邻座大婶还肯定地说，孩子的母亲离开了大约一个小时了。

列车长马上通知广播室广播招领小孩的事。可是广播了半个小时，仍没有人来领。

此时，只见那位女学生把列车长拉到一边说：“我大嫂有

病，不能生育，前些日子，家在根河的大哥大嫂写信给我妈商量要抱一个孩子，这弃婴就让我抱走吧！”

列车长正为这弃婴伤脑筋，听说有人要领就说：“好吧，前面就是库尔都车站，在那儿换车到根河只要几个小时。”

女学生抱着孩子在库尔都站下了车，人们也都为此松了口气。

列车又出发了，开出好一会儿，只见一个年轻妇女匆匆忙忙来到9号车厢，一边揉着鼓胀的胸脯，一边东张西望地问：“咦，我的孩子呢？”

原来，她就是那个小女孩的妈妈。

这位妇女不见了孩子急得头上沁出了细密的汗珠，只是叫着：“我的孩子呢？”

车长、列车员和一些旅客把事情的经过讲给她听。最后车长一拍大腿，后悔地说：“女学生和她哥哥的住址、姓名，我们都没有问，只知道她的哥哥在根河。”

没等车长说完，年轻女人大哭起来：“孩子呀，是我对不起你呀！车长，我全和你说了吧！我上车没买票，我看车上验票，我原打算去厕所躲一会儿，谁想厕所不是锁上就是让人占了。我就到车头那边，在2号车厢呆了一个来小时。车上人多，我估计从9号车厢查到0号车厢没有一个半小时查不完。哪想到，孩子就让人抱走了呢！呜——呜——，我为了‘节省’几个钱，却把孩子丢了，这可怎么办哪？老天爷呀！”

她哭得好伤心。可是，怨谁呢？

只能怨她自己出的点子——逃票。这个点子是效果不好的，动机也不好，那么这个点子是坏点子，是不会被社会承认的，是经不起社会实践检验的。