



# 創意 是什麼？

All about Creativity

當今，

誰能主導「創意」，  
誰就站在世界的頂峰！

二十一世紀，能力不再是成功的唯一關鍵，腦力才是決定勝負的一切。  
最高明的創意，是「天衣無縫」的抄襲，而成為「青出於藍」的模仿……  
創意是一個快樂的旅程，是偉大廣告的萌芽，非凡策劃的靈魂，傑出設計的起點，  
財富不竭的泉源……好創意可以興起一座城市，成就一個企業，打贏一場戰爭，創造一片奇蹟！



作者 陳放、武力  
美術構成 驟賴耙工作室  
封面設計 斐類設計工作室  
發行人 羅清維  
企畫執行 林義傑、吳秋霞  
責任行政 陳淑貞

出版 海鴿文化出版圖書有限公司  
出版登記 行政院新聞局版北市業字第780號  
發行部 台北市信義區林口街54-4號1樓  
電話 02-27273008  
傳真 02-27270603  
網址 www.seadove.com.tw  
e-mail service@seadove.com.tw

總經銷 創智文化有限公司  
住址 新北市土城區忠承路89號6樓  
電話 02-22683489  
傳真 02-22696560  
網址 www.booknews.com.tw

香港總經銷 時代文化有限公司  
住址 香港九龍旺角塘尾道64號龍駒企業大廈7樓A室  
電話 (852) 3165-1105  
傳真 (852) 2381-9888

出版日期 2012年04月01日 二版一刷  
定價 280元  
郵政劃撥 18989626戶名：海鴿文化出版圖書有限公司

國家圖書館出版品預行編目資料

創意是什麼？／陳放、武力著--二版，--臺北市：  
海鴿文化，2012.04  
面；公分。--（成功講座；259）  
ISBN 978-986-6340-97-0（平裝）

1. 創意 2. 創造性思考

176.4

101004130

# 目錄

## 第一章：創意的起源

第一節 創意的起源 10

第二節 創意的流派 15

## 第二章：什麼是創意

第一節 創意的相關概念 28

第二節 創意的特徵 32

第三節 創意要素 34

第四節 創意的原則 36

第五節 創意思考 40

第六節 創意的實現 47

## 第三章：創意力

第一節 個人創意力 50

第二節 團體創意力 54

第三節 「3T法則」 55

第四節 「磁吸效應」與「創領現象」 56

第五節	國家創意力	57
第六節	都市創意力	58
第七節	創意之創意力	59
第四章：	創意的障礙	
第一節	創意的崛起	64
第二節	創意思考的8大障礙	64
第五章：	廣告創意	
第一節	廣告創意的概念	76
第二節	廣告創意的特徵	76
第三節	廣告創意的分類	80
第四節	廣告創意的方法	90
第五節	廣告創意的表現手法	93
第六節	廣告創意的流程	98
第六章：	服裝創意	
第一節	服裝創意的概念和特點	104
第二節	服裝創意構思方法	107
第七章：	公關創意	
第一節	公關創意基礎篇	114
第二節	公關創意實戰篇	117

## 第八章： 傳播媒體創意

- 第一節 傳播媒體創意的三大原則 126
- 第二節 傳播媒體創意產業的經營 127
- 第三節 傳播媒體創意產業的未來發展 131

## 第九章： 圖書出版創意

- 第一節 圖書選題創意的意義和過程 136
- 第二節 裝訂創意確立品牌定位 139
- 第三節 圖書宣傳推廣促銷方式創意 141

## 第十章： 休閒旅遊與創意

- 第一節 休閒旅遊產品生命週期與創意 150
- 第二節 休閒旅遊創意的基本方法 154
- 第三節 創意在市場競爭中的重要作用 158

## 第十一章： 電影創意

- 第一節 電影創意概述 164
- 第二節 電影創意原則 165
- 第三節 電影創意過程與方法 167
- 第四節 電影中的創意表現 170

## 第十二章： 體育創意

- 第一節 體育創意的表現 176

- 第二節 體育創意的條件 180
- 第三節 體育創意經典賞析 183

### 第十三章：品牌創意

- 第一節 品牌的內涵 186
- 第二節 品牌基本標識設計創意 189
- 第三節 塑造品牌形象創意 193

### 第十四章：行銷創意

- 第一節 「創意」是行銷人的武器 206
- 第二節 行銷創意基本原理 212
- 第三節 行銷模式創意 215

### 第十五章：設計創意

- 第一節 什麼是設計創意 220
- 第二節 設計創意的文化內涵 223
- 第三節 設計創意的的方法 226

### 第十六章：產品創意

- 第一節 產品創意的本質 232
- 第二節 構思產品創意的的方法 234
- 第三節 產品創意的原則及障礙 237

第四節 產品的技術創新 241

第五節 產品的包裝創意 244

## 第十七章：工藝品與藝術品創意

第一節 工藝品創意 248

第二節 藝術品創意 252

## 第十八章：創意的保護

第一節 創意保護的必要性 258

第二節 物質性創意的法律保護——專利 260

第三節 文化創意的法律保護——著作權 263

第四節 創意保護的其他手段 266

第五節 對創意保護的原則及建議 268



# 創意 是什麼？

— All about Creativity

當今，  
誰能主導「創意」，  
誰就站在世界的頂峰！

二十一世紀，能力不再是成功的唯一關鍵，腦力才是決定勝負的一切。  
最高明的創意，是「天衣無縫」的抄襲，而成為「青出於藍」的模仿……  
創意是一個快樂的旅程，是偉大廣告的萌芽，非凡策劃的靈魂，傑出設計的起點，  
財富不竭的泉源……好創意可以興起一座城市，成就一個企業，打贏一場戰爭，創造一片奇蹟！





# 目錄

## 第一章：創意的起源

第一節 創意的起源 10

第二節 創意的流派 15

## 第二章：什麼是創意

第一節 創意的相關概念 28

第二節 創意的特徵 32

第三節 創意要素 34

第四節 創意的原則 36

第五節 創意思考 40

第六節 創意的實現 47

## 第三章：創意力

第一節 個人創意力 50

第二節 團體創意力 54

第三節 「3T法則」 55

第四節 「磁吸效應」與「創領現象」 56

第五節	國家創意力	57
第六節	都市創意力	58
第七節	創意之創意力	59
第四章：	創意的障礙	
第一節	創意的崛起	64
第二節	創意思考的8大障礙	64
第五章：	廣告創意	
第一節	廣告創意的概念	76
第二節	廣告創意的特徵	76
第三節	廣告創意的分類	80
第四節	廣告創意的方法	90
第五節	廣告創意的表現手法	93
第六節	廣告創意的流程	98
第六章：	服裝創意	
第一節	服裝創意的概念和特點	104
第二節	服裝創意構思方法	107
第七章：	公關創意	
第一節	公關創意基礎篇	114
第二節	公關創意實戰篇	117

## 第八章： 傳播媒體創意

- 第一節 傳播媒體創意的三大原則 126
- 第二節 傳播媒體創意產業的經營 127
- 第三節 傳播媒體創意產業的未來發展 131

## 第九章： 圖書出版創意

- 第一節 圖書選題創意的意義和過程 136
- 第二節 裝訂創意確立品牌定位 139
- 第三節 圖書宣傳推廣促銷方式創意 141

## 第十章： 休閒旅遊與創意

- 第一節 休閒旅遊產品生命週期與創意 150
- 第二節 休閒旅遊創意的基本方法 154
- 第三節 創意在市場競爭中的重要作用 158

## 第十一章： 電影創意

- 第一節 電影創意概述 164
- 第二節 電影創意原則 165
- 第三節 電影創意過程與方法 167
- 第四節 電影中的創意表現 170

## 第十二章： 體育創意

- 第一節 體育創意的表現 176

- 第二節 體育創意的條件 180
- 第三節 體育創意經典賞析 183

### 第十三章：品牌創意

- 第一節 品牌的內涵 186
- 第二節 品牌基本標識設計創意 189
- 第三節 塑造品牌形象創意 193

### 第十四章：行銷創意

- 第一節 「創意」是行銷人的武器 206
- 第二節 行銷創意基本原理 212
- 第三節 行銷模式創意 215

### 第十五章：設計創意

- 第一節 什麼是設計創意 220
- 第二節 設計創意的文化內涵 223
- 第三節 設計創意的的方法 226

### 第十六章：產品創意

- 第一節 產品創意的本質 232
- 第二節 構思產品創意的的方法 234
- 第三節 產品創意的原則及障礙 237

第四節 產品的技術創新 241

第五節 產品的包裝創意 244

## 第十七章：工藝品與藝術品創意

第一節 工藝品創意 248

第二節 藝術品創意 252

## 第十八章：創意的保護

第一節 創意保護的必要性 258

第二節 物質性創意的法律保護——專利 260

第三節 文化創意的法律保護——著作權 263

第四節 創意保護的其他手段 266

第五節 對創意保護的原則及建議 268

創意是邏輯思考、形象思考、逆向思考、發散思考、系統思考和直覺、靈感等多種認知方式綜合運用的結果。要重視直覺和靈感，許多創意都來源於直覺和靈感。



# 第一章：創意的起源

---

創意起源於人類的創造力、技能和才華，創意來自於社會又指導社會發展。人類是創意、創新的產物，人類在創意、創新中誕生，也要在創意、創新中發展。



## 第一節 創意的起源

### 創+意=？

創——創新、創作、創造……促進社會經濟發展。

意——意識、觀念、智慧、思考……人類最大的財富，大腦是打開意識的鑰匙。

創意是一種突破，是對現有技術、產品、行銷、管理、體系、機制等方面的突破。

創意是邏輯思考、形象思考、逆向思考、發散思考、系統思考和直覺、靈感等多種認知方式綜合運用的結果。**要重視直覺和靈感，許多創意都來源於直覺和靈感。**

人類誕生開始，「創意」就開始左右人類的發展，那個時候沒有「創意」兩字，人類每一次的發明、創造都是在一定的環境、壓力、生存下進行，面對自然界，人類應付突然降臨的災害最原始也是唯一的辦法，只有像其他動物一樣，用瘋狂奔逃來躲避。

語言的創意讓人類變成「高級動物」——直到人類發明、製造、運用工具，並在這個開拓性技術過程中深化思考，駕馭語言，才與動物們有了區別。

工具的創意——工具成爲人類進軍自然界最重要的武