

思维创新

那子纯 著

子纯自题



超前的思维

实际的思维

活跃的思维

勇敢的思维

敏锐的思维

简便的思维

追问的思维

水的思维



中国人民大学出版社

那子纯 著

思维创新

子纯自题

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

思维创新/那子纯著. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 10
ISBN 978-7-300-18125-7

I. ①思… II. ①那… III. ①创造性思维-研究 IV. ①B804.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 226416 号

思维创新
那子纯 著
Siwei Chuangxin

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京宏伟双华印刷有限公司

规 格 160 mm×235 mm 16 开本

印 张 18.75 插页 2

字 数 247 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2014 年 1 月第 1 版

印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价 45.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

序一

与作者相识二十余年，交往颇深，若说相知，亦不为过。从道理上讲，为《思维创新》这样的书作序，本应以学术评价为主，但自知功力不足，难以从更高角度或更深层次解读作者的思想。好在自己亲身经历了书成始末，大略记之，或许可以为读者提供一个新视角。

作者任大庆石油管理局党委组织部副部长时，两个规定动作必做：其一，一项工作完成后，必须集体总结；其二，外出培训考察，所闻、所见、所想，必向团队汇报。经验教训、信息知识，团队内都要共享。2006年，作者到北大培训三个月，期间和随后一段时间，陆续给我们讲了几次收获和体会，系统化之后，在油田一些培训班上做了多场专题讲座，《思维创新》从一篇讲义，几经完善，逐步成为一本受人欢迎的专著。

坦率地讲，从作者第一次讲座到《思维创新》第一次出版，我始终是两种心态并存：一是震撼，二是疑惑。震撼也好，疑惑也罢，都源于观念上的碰撞、思想上的冲击。以我的直觉来判断，相信会有一批读者与我感同身受：有些观点精妙绝伦，让人豁然开朗，而有些观点则颠覆了我们固有的常识，它们究竟是对是错？

这几年，我多次翻阅《思维创新》，渐渐地，我感到就观点谈观点是消化不了《思维创新》的。无论是震撼，还是疑惑，甚至是自己目前还不能接受的观点，都给了我很多启示与帮助，原因何在？思来想去，我最终的答案是——在于实践！作者从来都是从实践的角度来看问题的，经世致用，这是他一以贯之、从不动摇的立场。就《思维创新》来讲，三个方面的

特征是非常明显的：

第一，这本书的源头是实践，是基于企业管理实践的思考。我始终认为，本书的作者不是学者，而是一个实践者（以我的标准也可以称为实践家）。尽管《思维创新》大量引用了专家学者的观点，但根本上讲，引发他思考的，还是实践。这里所说的实践，一方面来自他直接从事的工作，另一方面来自油田广大管理者的实践，来自他在干部考核中对企业管理者及其管理活动的深入了解、持续观察与价值判断。比如，书中所讲的思维创新的第一个取径——“超前的思维”，以及第五个取径——“敏锐的思维”，最初都是在干部考核工作中提出来的。当时他强调的是，直觉是职业能力的重要组成部分，识人要培养直觉，敢于假设。有人会讲，这不是先入为主吗？准确来讲，“先入”是一定的，但不一定“为主”，直觉、假设仅仅是第一步，接下来要做的，就是长期地、全面地、深入地求证，不断地修正，这样才能在考核实践中把“点”上的突破与“面”上的认知结合起来，久而久之，识人的能力，包括识人的效率与深度，就都能提高起来。当年李鸿章请曾国藩在用人上帮助把把关，一走一过之间，曾国藩即断定某人不可用，某人适合做军需，某人适合带兵。这个适合带兵的人，就是后来在危难之际担任台湾巡抚的刘铭传。这种迅速的判断是什么，我们只有称之为直觉。直觉一定是人人有的，做到准确，才是能力。我认为，对很多职业或事业而言，灵敏、准确的直觉，一直是一种非常必要而又非常稀缺的能力。书中所讲的第八个取径——“如水的思维”，最初也是在干部考核中提出的，只不过最初讲的是“谈”无定式。一般而言，考核谈话需要一定经验和技巧，但最大的技巧是没有技巧，能够赢得别人的信任，胜过所有的技巧。这其实是需要我们从修德做起，无厚德则无以载物，对方认为你是一个可以信赖、可以依靠的人，自然会对你讲真话。实际上，这本书中的绝大多数观点，都能在

实践中找到类似的影子，可以说，它是作者对多年来实践的一次系统梳理和总结，当然也是一种升华。

第二，这本书的指向是实践，直接触及企业管理中的具体问题。所谓文如其人，正像作者在思维创新第二个取径——“实际的思维”中所倡导的那样，他本人的的确确就是一个具有强烈问题意识的人。我们常讲，要善于发现问题，但对于作者来讲，这样说，程度明显不够。实际工作中，他不是发现问题，而是时刻在挖掘问题。对任何一项工作，他都在不停地想：问题在哪儿？他不仅相信问题的存在，更相信问题是可以解决的。即便是开一个无关紧要的会，别人走神儿，他也在考虑这个会怎么开才能开出效果来。他是一个对所有实践都感兴趣的人，从根本上讲，他的思考不是为了学术，而是为了实践。比如他在书中讲，“学历教育对企业来讲，远不如培训重要”，事实上，自从他意识到学历培训对企业培训资源的浪费后，就一直在推进淡化学历培训的实践，特别是任高级人才培训中心主任后，仍在推进这项工作——要知道，学历培训也是高培中心的一个重要收入来源，淡化了学历培训，等于加大了高培中心的经营难度。再如，书中多次讲到内训师队伍建设，于他来讲，不是原则性的倡导，而是长期不懈的实践，他在这方面的付出，至少在我所认识的人中是无人可比的。本书讲的是思维，于我看来，本质上讲的都是实践。

第三，这本书的逻辑是实践，主张按照实用管用而不仅仅是理论上正确的方法解决企业管理中的问题。与作者稍熟的人都知道，他最讨厌的就是绝对正确而绝对无用的观点。尽管作者在书中系统阐述了创新的初始性、科学性、应用性、人文性、相对性，但核心的思想还是应用性，所谓“企业管理不是科学，只是实践，并且全部是实践”，“学习就是实践”，“‘做实’了就是功夫”等等，他所强调的，都是用实践自身的逻辑去解决实际问题。举一个本书之外的例子，或许能更有助于理

解作者的思想。一次，他列举了我的一些缺点，然后说：“如果你认为自己有这些问题，你就去改；如果你认为自己没有这些问题，你要反思：为什么会给别人这样的印象？只有这样考虑问题，对自己才有帮助。”我当时很震惊，怎么可以这样想问题，太主观、太绝对、太苛刻了吧？然而，静下来越想越觉得有道理：要改变别人的评价，只有改变自己，至少要改变我们影响别人的方式，这就是我们工作的逻辑、生活的逻辑。当然，我们也可以不去这么做，但是一旦它成为某种特定职业的特定需要，从业者就必须这样去想、这样做。可以想象得到，书中的很多观点，可能让我们很不舒服，但它们能启发我们正确地思考，能让我们刻骨铭心，更能让我们受益。

还有一条更为关键，就是《思维创新》开篇讲到的，“原创的价值不尽在于其正确性”，那么价值在哪儿呢？我认为，原创的价值，更主要是在于对实践的推动。《大国崛起》是这样叙述哥伦布发现新大陆的：为了开辟与印度的海上贸易通道，当时的第一强国葡萄牙的策略是越过好望角，经非洲向东航行。哥伦布提出，向西航行也能很快到达东方。然而这个建议遭到长达六年的冷遇，航海知识丰富的葡萄牙专家们认为：向西航行到达东方的实际距离，将远远超过哥伦布的预测。这是一个非常正确的判断，但正是这个正确的判断，使葡萄牙丧失了一次历史性的机遇，将哥伦布“送”给了西班牙。更让人感慨的是，哥伦布至死都认为他到达了印度，而事实上，他到达的既不是印度，也不是东方的任何一个国家，而是一块欧洲人从来都不知晓的新大陆。严格来讲，哥伦布“正确”过吗？然而正是他完成了有史以来最伟大的地理大发现。

这也许就是原创的价值吧！

谭成庄

2013年10月7日

再版序言

这是一本大庆油田企业“内训”的讲稿，现在仍是。不同的是，自2006年以来无数次的讲授不断丰富着一些内容，特别是新增加了整整一个章节的“工作者的六种思维”；还有就是这门课程在大庆油田外部企业也获得好评，已经成为一门企业“内训”的精品课程。

我注意到，近些年来终于有越来越多的人在谈思维方式的问题，或结合思维方式来谈创新的问题，但遗憾的是专门论述这些问题的著作仍然鲜见。所以，当中国人民大学出版社王海龙编辑提出再版的时候，我觉得这真的是一件好事情，尽管自己工作繁忙也还是承担了较为繁杂的修改工作。

邢子纯

2013年10月5日于大庆油田

原版序言

这是一本直接以企业“内训”讲稿的面目出版的、严格来讲尚不能称之为著作的出版物——尽管这样也并不能算作“述而不作”。

之所以要强调这一点，是因为本讲稿中的许多观点并非从学术研究角度提出的观点，所选的案例亦非严格精心挑选的案例，引用的言论更没有经过多方查证。一方面，我觉得用于企业“内训”不需要精确到那个程度；另一方面，我本人也实在没有那个兴趣和时间。

我在本讲稿中一再强调：企业管理不是科学，只是实践，并且全部是实践。既然我所讲述的只是从实践中得来的认识，那么其科学性也就不是我要十分关注和格外追究的了。

本讲稿由我自己作序，是因为我不忍心也不需要他人费力地阅读一遍讲稿，再义务地说几句恭维的话或者根本就没有阅读讲稿却违心而好意地说几句恭维的话——何况这恭维未必贴切和到位。

名人出书，向为我所疑忌。但出版本讲稿，我却全无顾忌——这倒并非因为我不是名人，而是全出于一片有益公众的热忱，以及对本讲稿具有的原创价值、实用价值的自信。

少不得要在这里略述一下本讲稿的由来：

第一，国有企业的培训，到了非抓“内训”不可的阶段了。特别像我们大庆石油管理局这样的特大型国有企业，以石油天然气勘探开发为主营业务，既有钻井、采油、科研、化工、基建，又有机械制造、矿区建设、水电信保障、文教卫生

等行业，没有自己的“内训师”、光凭花钱外请教授来授课，是绝对不可以的——缺乏实用性和针对性，不会产生多少实际效果。所以2006年初负责企业培训工作后，我决心抓“内训师”队伍建设，并带头尝试着做“内训师”，想通过亲身体验来探索建设企业“内训师”队伍的路子。

第二，诚如我在讲稿中所说的，自己参加工作20年，最大的体会是：创造性地工作是一切工作的本质要求和最高境界，而思维的创新是一切创新的基本特征和根本途径。这方面自己的体会很多，急切希望能与大家交流和分享。

于是，就在2006年的9月8日，我在大庆局物业集团园林绿化公司进行了首场思维创新讲座。之后接连在全局组织部长培训班、高级人才培训中心、昆仑集团、大庆局2007年度青年干部培训班、文化集团、创业集团等单位进行了此类讲座，每次反响都很好——至少是“内训”效果突出意义上的好。

我的目标是：再用三到五年时间，建设一支讲授内容能够涵盖大庆局主要业务的“内训师”队伍，在经营管理、专业技术和技能操作层面，有效而出色地完成企业大部分的培训任务。

我盼望着企业“内训”成熟后，可以向石油石化系统推介“内训”的精品课程，甚至在大庆承办全国企业的培训项目。我想，以大庆油田的这些精品课程，以大庆油田“铁人纪念馆”、“历史陈列馆”、“石油科技馆”、1205钻井队等传统教育基地，以大庆周边的湿地、自然保护区和五大连池等自然风光，作为承办培训的特色元素，办好油田外部企业的培训项目是没有问题的。

可能的话，今后可以通过模拟培训公司的形式进行劳务输出。我想，像讲大庆精神和铁人精神、“两论起家”基本功、油田企业思想政治工作这样的课，石油石化系统内部不可能有比我们讲得更好的，我们也没有理由讲不好，我们更没有理由

不讲——因为我们义不容辞地担当着传承大庆精神、铁人精神的重任。还比如讲集团化运作、专业化管理、基层建设、企业的安全和稳定、大庆油田企业管理特色、扁平化与流程再造、市场拓展、钻采技术、科技创新这样的课程，我们都有很多体会和宝贵的经验可讲。

我的思维创新讲座受到学员如下评价：“案例多，效果好”、“应当给各级领导干部都讲一讲”、“很难听到这样的课，希望能多听到这样的课”、“非常生动又发人深省”、“信息量大，观点新，思考有深度，表述清晰，案例翔实，大家听得津津有味”、“讲得非常好，很有哲理，看得出是精心准备的，但又是挑精华讲的，大家没有感到疲倦”、“深刻而多彩”、“耳目一新，没有听够，很有底蕴，内容与形式都是创新，比从高校请来的教授讲得还好”、“切入点把握得准确，概念解释得清晰透彻，观点独到而新颖，案例很符合实际”、“听教授讲课感觉就是传授知识，听您讲课感觉就是在用心传递一种责任感”，还有人总结出六个特点：“思辨性、深刻性、实用性、启发性、冲击性、原创性”。

课后大家也反映了一些问题：“内容较多，显得时间不够充分，没有展开讲透”、“跳跃性较大，观点与观点之间显得不太连贯和系统”、“不太好理解，有点儿抽象，听不太懂，有点跟不上”。

这样的评价无论准确恰当与否，作为序言是再合适不过的了。

邢子纯

2007年9月27日

再版后记

修订五年前的旧作，像在跟自己打架，因为有些观点或叙述的方式已经改变，结果是用妥协的办法与过去的自己讲和，我觉得有限度地修订是一切作者对待旧作的基本原则。所幸现在的自己常被过去的自己感动，为那时思想的激扬或观点的新奇所惊叹。但假如没有中国人民大学出版社王海龙先生督促再版，可能就不会有机会生发这番感慨。郑重感谢诸位编辑的劳动，使得这本讲稿能够以更加完整和细致的面貌呈现给今天的读者。

邢子纯

2013年11月13日

目 录

一、思维创新的由来	1
1. 变化的客观性与主观性	2
2. 知变、应变与求变	2
3. 打造企业核心竞争力的关键	8
4. “简易”、“变易”与“不易”	11
5. 用什么理念指导工作，用什么方法解决问题	13
6. 培养抽象的意识与抽象的能力	15
7. 什么是创新	16
8. 为什么创新	22
9. 如何去创新	27
二、超前的思维	33
1. 假设是创新的开始	33
2. 真正的智者善于超越知识局限提出假设	35
3. 提出假设的能力就是创新能力	38
4. 思维创新需要勇气和想象力	39
5. 搞经济、搞企业管理尤其离不开假设	42
6. 大庆精神与铁人精神就是我们的核心竞争力	47
7. 假设的运用及意义	50
三、实际的思维	60
1. 发现了问题，就等于是发现了创新的对象	60

2. 管理者的真本领在于发现和解决问题·····	61
3. 要以问题为中心进行管理·····	63
4. 国企面临的问题·····	64
5. 解剖我们企业的问题·····	65
四、活跃的思维 ·····	70
1. 要学会从给定的信息中生成新的信息·····	70
2. 发散思维需要开发好、调动好、准备好潜意识·····	72
3. 要跨专业、跨行业、跨国度思考问题·····	73
4. 要用普遍联系的观点观察事物·····	74
5. 要高度关注细微之变·····	77
6. “雾状”思维 ·····	78
7. 发散思维还要有一个阳光的心态·····	89
8. 用历史的、发展的眼光看问题·····	90
9. 用比较的眼光观察事物和分析问题·····	92
10. 从工作、读书和生活中训练自己的发散思维 ·····	98
五、勇敢的思维 ·····	101
1. 不断地自我否定 ·····	101
2. 自我否定需要勇气以战胜自己和蔑视权威 ·····	102
3. 否定就是创新的开始——创新的否定性 ·····	102
4. 思维创新的愉悦性 ·····	103
5. 否定性的剔除与肯定性的充实 ·····	106
六、敏锐的思维 ·····	107
1. 在速度决定胜负的今天，直觉决策更重要 ·····	107
2. 集体偏见是创新的天敌 ·····	108
3. 重要的少数与次要的多数 ·····	108
4. 直觉是实践的产物、实践的积累、实践的升华 ·····	109
5. 灵感比汗水更重要 ·····	111
6. 兴趣、好奇心、亲自动手 ·····	112

7. 办企业，需要“天才级”人物	113
8. 在靠速度取胜的今天，学习就是实践	114
七、简便的思维	125
1. 工具的特征就是时代的特征、思维的特征	125
2. 工具代表一个时代的理念力量与知识力量	126
3. 使用工具是基本能力，开发工具是创新能力	126
4. 一切皆可量化，管理皆需量化	131
八、追问的思维	133
1. 永远的问题	133
2. 对一些根本性的问题永远不能轻视或厌烦	134
3. 养成自问自答的习惯，遇事会更有办法	137
4. 令人汗颜的追问	139
九、如水的思维	141
1. 要注意及时消解思维定势	141
2. 从众思维要不得	148
3. 思维的民族性、地域性特征	150
4. “内训”对国企来讲价值巨大	163
5. 思维如水	169
6. 先哲们从水中悟出的道理	197
7. 要摆脱“材料思维”、“文本思维”	201
8. 重在养成好的思维习惯	205
9. 干部工作的核心竞争力	207
十、创新大师的思维	214
1. 伟大的爱因斯坦	214
2. 神奇的爱迪生	243
3. 世界首富的思维	248
4. 解读伟人是洞悉思维创新的捷径	253
5. 值得研究的两封信	255

十一、工作者的六种思维	259
1. 什么是工作	259
2. 将工作视为对幸福的描绘	261
3. 不论做什么都要“取法乎上”	264
4. 凡事都要“切己自反”	266
5. 要用感恩与敬畏的心去感知外部的世界	268
6. 要用欣赏他人的态度融入集体	271
7. 承诺贡献	272
十二、结束语：品格修炼与习惯养成是思维创新的总门径 ...	277
再版后记	284

一、思维创新的由来

对思维创新这个问题，近些年我一直比较感兴趣。特别是结合企业里遇到的实际问题，曾经做过深入的思考。我总的感觉是：一切战略和执行问题，归根结蒂，其实首先都是思维的问题。我们不妨回想一下：我们在工作中遇到的问题，不管是什么样的问题——战略问题、政策问题、执行问题、方法问题，甚至技术问题，是不是首先都是思维的问题？也就是“采取什么方式进行思考”的问题？

我相信：从工作中抽象出来，再还原到工作中去，这是一切学问最好的循环方式。工作中得来的东西，是真正属于自己的东西，是比从书本中得来还要宝贵得多的东西。所以，我为什么要研究思维创新这个问题？简单地说，全由工作得来。也就是说，自己是在工作中受到了启发、进行了抽象，回过头来想把这种启发与抽象再应用到工作中去，并且通过“内训”的形式分享出来，也是希望能对更多的人有所启发和帮助。

在我以往听过的讲座中，很少有专门讲思维这个问题的，在图书馆或书店里也很少看到这方面的专著——少量的专著也都是过于技术性或故事性的分析，因此也就难以为我的这些思考找到佐证。不过那也没有关系，毕竟这些思考是我的真情实感。真情实感总是有价值的，这种价值当然不是单指学术意义上的价值。下面，我只是对这些“真情实感”进行一次总结式的交流。况且“佐证”并没有太多的意义，尤其在讲创新这个问题的时候。这里要给大家分享的内容是我仅基于企业行为的“原创性”的见识、“原生态”的思考，尚未来得及精细研磨，不一定正确或精确，仅供参考。交流的