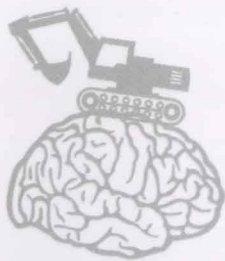


【韩】
陈炯准 著（世界想象力中心 韩国 会长）

千太阳 译

跟风还是原创？人文学主导变革！

想象力革命



现在的超一流企业
正奔向想象力革命

李健熙 三星会长 复出后，第一宣言便是「从管理的三星转向创造的三星」。
具本木 LG集团会长 以「自由的想象力」为2010年经营理念。
尹石金 熊津集团会长 主张「不断地变革是新成长的推动力」的创新经营。



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

跟风还是原创？人文学主导变革！

想象力革命

现在的超一流企业正奔向想象力革命

【韩】陈炯准 著（世界想象力中心 韩国 会长）
千太阳 译



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

상상력 혁명 SANGSANGRYEK HYUKMYUNG

Copyright © 2010, Jin Hyung-jun

All rights reserved.

Simplified Chinese translation edition © 2013 by Publishing House of Electronics Industry (PHEI)

This Simplified Chinese edition was published by arrangement with Sallim Publishing Co. through Imprima Korea Agency and Qiantaiyang Cultural Development (Beijing) Co., Ltd.

本书由Sallim出版公司授权电子工业出版社以中文简体版出版发行。

版权贸易合同登记号：图字 01-2011-6691

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

想象力革命 / (韩) 陈炯准著; 千太阳译. —北京: 电子工业出版社, 2013.10

ISBN 978-7-121-21380-9

I . ①想… II . ①陈… ②千… III . ①想象力—通俗读物 IV . ① B842.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 209121 号

策划编辑: 张 昭

责任编辑: 周宏敏 文字编辑: 施易含

印 刷: 北京中新伟业印刷有限公司

装 订: 北京中新伟业印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 880×1230 1/32 印张: 7.875 字数: 140 千字

印 次: 2013 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

序言

想象力和创造性经营的结合

今年我有了一次新奇而又宝贵的经历。我所任职大学的经营研究生院文化艺术经营学系开设了一门叫作想象力和创造性经营的科目，我有幸担任了这门课的主讲人。

刚收到提议的时候我有点犹豫，但之后便很愉快地接受了这个邀请。老实说，我还有点兴奋。由于我对想象力这个主题研究了三十多年，期间出版了几本关于想象力的著作，所以最近对写想象力理论的文章处于一种疲劳状态，而我就是在这时收到了邀请。我自己一直坚定地认为想象学不是属于一种特定领域的学问，而是一种带有全方位性质的学问。此外，想象学不是一门理论性的学问，而是一门带有强烈实践性的学问。所以，我真的没有任何理由拒绝。

备课期间，我开始读了关于经营学和经济学的书。新的学习总是促发新的想象力，因而我觉得很有趣。当然我也并不是从经营学 and 经济学最基本的内容学起。因为课程的名称是想象力和创造性经营，所以我专门涉猎了关于创造性的信息和知识，了解了创造性经营在经营学中有着什么样的定义及现场的成功人士支持什么样的说法，经营学、经济学领域又有什么样的最新动向等。

在了解经济学和经营学的最新趋势时，我发现，这些不仅仅是发生在经营学 and 经济学中的变化，这种新倾向实际上都有着一贯的趋势。为此，我很是兴奋。因为这一贯的趋势与我在学想象力时对于人与自然、社会之间关系的新认识是一脉相承的。但我又发现了一个很重要的问题，那就是如何接受这些倾向的问题。在我看来，人们一般认为想象力只是一种十分自由的理论，同时把创造性理解为逆向的、新颖的且极其特别的思维。

如果带着这种偏见来接触经营学的趋势，那么，我们很有可能会觉得里面所有的内容都是奇妙而独特的。照这样下去，我们就会很容易地认为所有的事物都必须是独特而新奇的，而不是去学习形成这些独创性思想的原则和脉络。

我们甚至还认为所有的主张都是在某领域具备优秀才能与想象力的个人创造出的故事或者想法。到处都是“新”，现在都让

人反感了。人们只纠缠于新，而不是因接触到新的趋势或产生创新思想而给自己带来帮助。

经营学里面的这些新的倾向的确是优秀个人的创新思想，也是新的故事。但是产生这样的创新思维都要有共同的原则。我把看起来零散的想法以一定的原则串起来，最终形成一个知识体系，作为自己讲课的依据。因为创造性的想象力只有在看穿整体脉络、确定理想的时候才能发挥作用。如果在没有完全理解基本理论的前提下学别人，就会让人不知所措，最终导致失败。

我就是在这种欲望和目标下制定了八项原则。然后，我用这八项原则进行备课。课程的标题如下。

1. 我想象，故我创造。
2. 我梦想，故我创造。
3. 我颠覆，故我创造。
4. 诸事与我相连，故我创造。
5. 我能看见不可视之物，故我创造。
6. 我创造故事，故我创造。
7. 我体验并深爱着，故我创造。
8. 我预见未来，故我创造。

想象力时代首先是从否定“人类是合理的动物”这个命题开始的。经济学、金融学的新倾向也是自否定“人类是合理的动物”这个命题出发的。所以我的第一讲准备了为什么否定“人类是合理的动物”这个命题，同时告诉大家为什么把想象力放到最前面，如何用从这个命题产生的新观念看待人类、社会和宇宙，它们之间的根本区别又是什么。

接下来的七个讲座将基于想象力的新的人类观与以前的合理主义人类观分离，将新的价值和技能作为中心内容。新的人类观重视在合理主义人类观中被轻视的“梦想”，比起正直规范的思维，更倾向于颠覆式思维。新的人类观要求把机械性的思维转变成有机的思维，而且要求具备肉眼看不到的梳理脉络的能力。比起公式的伦理，新的人类观更重视发挥自由想象力的故事，比起广泛的人际关系，新的人类观更需要归根于爱情的深情。还有，新的人类观要求人们不仅依靠单纯的机械法则来预测未来，还会要求人们具备一种带有智慧观测未来的能力。

在准备这八个讲座的时候，我确信已经把在经济学和经营学里面的最新状况按照八种命题排成一列。范围广、样式多、看起来很难把握的经济、经营学的新倾向在我建立的新命题下形成了一个网。本书就是想让读者一目了然地看到这个网。

我真心希望本书不仅能给学习经济学的人，而且能给站在经营一线的人们在创意性方面提供有力的帮助。我希望“经营”这个词在人类经营、世界经营的意义下更加深刻。

本书还包含某位学习想象力的人文学家在经营学这一新领域中发现同类思维的兴奋感和幸福感。

陈炯准

第一章 我想象，故我创造	1
人类是想象的动物	
未来是梦想经营的时代	3
经济学和经营学的新趋势	
人之所以为人，不是因为思考，而是因为想象	8
缔造过文明的合理主义的危机	
颠覆进步的神话	13
对人类的新定义	
想象力的时代是梦想的时代	21
温暖的经营学	
跟想象力的时代会合	25
行为经济学和梦想世界	

第二章 我梦想，故我创造 33

梦想是快乐的产物

创造的秘密，梦想 35

梦想缔造的文化

人类是为了梦想而诞生的 44

巴什拉的梦想的权利

梦想吧，尽情享受吧 51

蚂蚁、蟋蟀和乔布斯

第三章 我颠覆，故我创造 55

打破原来的我，从而得到崭新的我

颠覆可以提高档次 57

看到完全不同的世界的新眼睛

“想象的我”颠覆“思考的我” 64

发现自己内心另一个我的想象力

被破坏的是已僵化的我 69

“不要做”方程和破坏性的变革

第四章 诸事与我相连，故我创造 77

- 以一元论思考模式来展望多元主义 79
和谐与均衡的精神
- 真正的和谐连战士都会包容 90
玄奘法师与孙悟空 *
- 创造性来自系统 98
相生，连接，有机系统

第五章 我能看见不可视之物，故我创造 109

- 你所看到的不一定是全部 111
实证主义时代之矛盾
- 掌握推动人类思想与行为的根本动因 117
希丁克的魔法与魔法背后的真相
- 权威消失，创造性也会消失 131
《搞笑总动员》与王的披风
- 细节可以看到未来 137
具有创造性和活力的眼光

第六章 我创造故事，故我创造 147

主人公，不是多样性，而是故事

想象力的时代，其实就是故事的时代 149

进行交流的方法

人类是编造故事情节的动物 152

神话的复苏

故事，不是需要我们去发现的，
而是需要我们去创作的 163

广告市场的竞争

要满足消费者的口味 172

故事时代的创造性经营

第七章 我体验并深爱着，故我创造 179

能够使消费者打开钱包的，最终还是爱

创造性变革的决定因素——执行力 181

具体的体验和爱情

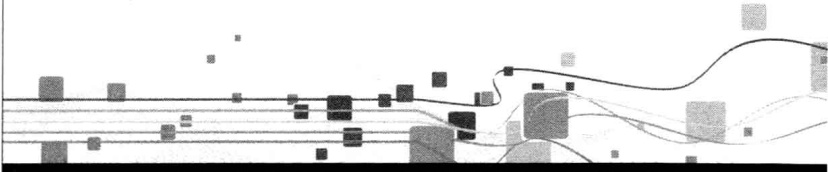
如果做不到融入，那么是不可能实现的 185

调教和融入的法则

您的公司和产品，已经是艺术品了	196
共享秘密的法则	
应该在顾客的心里，留下爱的印记	201
爱情的法则	
有关爱情的冒险，能够引领创意经营	206
乔布斯和苹果神话	
第八章 我预见未来，故我创造	213
从刚发芽的植物身上看到开花结果的那一天	
未来就是不可预测的同时也是可预测的	215
丹尼·埃尔利和格兰维尔之间的对话	
越是微笑的东西，越是进步的	221
复杂性的法则	
去想象吧，然后去读懂未来	224
能够预测到未来的想象力的力量	
尾声	
当你的经营理论当中充满着故事情节时	233

第一章

我想象， 故我创造



人类是想象的动物

“在营销领域最重要的概念，就是要把消费者看成有理性的存在。”

——汉斯·格奥尔格（新营销领域最具权威者）

未来是梦想经营的时代

经济学和经营学的新趋势

首先我想说，在接触经济学和经营学新趋势的时候，我感到非常吃惊。这有两方面的原因。当然，还有一个原因，那就是以前我所学习的关于经济学和经营学的相当一部分知识要被更改。

1. 经济学是在“人类是合理主义动物”的大前提下建立起来的学问。
2. 在这种前提下，经济学家和心理学家携手创建了一些概念。
3. 经济学家总是带着冷漠的理性来保障利益的最大化，从而做出合理的选择。
4. 最正确、合理的答案总是存在的，经济学只是要找到接近那个答案的理性的、合理的答案。
5. 经营学是在这种原则下寻求利益最大化的学问。

这就是我所认识的经济学和经营学。现在看来，我心目中的

经济学和经营学总是以“合理性”为关键词。

但是，丹麦哥本哈根的未来学研究所所长罗尔夫·詹森在他的著作《梦想社会》中提到，“未来是梦想经营者们的时代”，他还主张“劳动总有可能被机器人和计算机所取代，但是只有想象力永远是人类所特有的能力”。

麻省理工大学媒体实验室和斯隆商学院的年轻经济学家（如丹阿雷利等）主张“人类是可预测的非合理的动物”。他说：“并不是大部分人合理、只有特殊人不合理。人类都是不合理的。”新营销学权威人士的德国某博士受此提示，提出了经济学界创造性革命的可能性：“在营销学里面，首先要攻破的概念就是把消费者看成一种理性的存在”。

他们否定了“人类是合理的动物”这一大前提，在破坏了已存在的经济学和经营学主要概念的同时，主导着经济学和经营学的新趋势。这就是第一个令我感到惊奇的事实。

第二个事实更为惊奇。在我的认识里，经营学和经济学中的人都是以追求利益最大化作为目标的，而且会为了追求利益而不择手段。但是，新的经营学理论家有着完全不同的观点。