



前瞻设计

创新型战略推动可持续变革

哈特穆特·艾斯林格 著

青蛙设计公司创始人



前瞻设计

创新型战略推动可持续变革

哈特穆特·艾斯林格 著

青蛙设计公司创始人

内 容 简 介

随着全球气候变暖、产能过剩及能源浪费日益突出,企业将面临越来越多的挑战。这意味着无效的管理策略(所谓的廉价且有效)将不再起任何作用。

能否从战略角度去延伸、定义设计学将成为是否能有效应对未来挑战的关键因素。因此,在自然科学及人文科学备受重视的今天,应该建立一个以创意为重点的教育体系(创新型科学)。这种体系不仅可以发现并提升创新人才,同时也能将必要的专业知识传递给他们,唯其如此,才有资格去积极应对未来的巨大挑战。

本书展示了青蛙设计公司创始人、苹果设计风格奠基人艾斯林格先生职业生涯的一些相关案例研究,并配以丰富的插图说明,同时也呈现了他学生的部分作品。这些珍贵的案例真实、生动地展示了战略设计思维将如何深远地影响人类的未来。

Original English language edition copyright ©2012 by Hartmut Esslinger. Chinese Simplified Language Edition Copyright ©2013 by Publishing House of Electronics Industry. All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission in writing from the Proprietor.

本书简体中文版专有出版权由 Hartmut Esslinger 授予电子工业出版社,未经许可不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。专有出版权受法律保护。

版权贸易合同登记号 图字:01-2013-5254

图书在版编目(CIP)数据

前瞻设计:创新型战略推动可持续变革/(美)艾斯林格(Esslinger,H.)著.—北京:电子工业出版社,2014.1

书名原文:Design forward: creative strategies for sustainable change

ISBN 978-7-121-21731-9

I. ①前… II. ①艾… III. ①工业设计 IV. ①TB47

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第250606号

策划编辑:刘 皎

责任编辑:刘 舫

印 刷:深圳市建融印刷包装有限公司

装 订:深圳市建融印刷包装有限公司

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:787×1092 1/16

印张:19.25 字数:258千字

印 次:2014年1月第1次印刷

印 数:4000册 定价:119.00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 zlls@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

合著者和维也纳大师班教师名单

玛蒂娜·菲内德尔 (Martina Fineder) 是一名设计师、研究员和策展人，现供职于维也纳的奥地利应用艺术及当代艺术博物馆 (MAK)，同时在维也纳艺术学院攻读博士学位，正致力于博士论文写作。她一直以来都在和维也纳应用艺术大学的托马斯·盖斯勒合作研究维克多·巴巴纳克的生平及其作品，同时也参与了巴巴纳克所著的 *Design for the Real World* (《为真实世界而设计》，施普林格出版社，维也纳/纽约，2009) 一书的德文版再版编辑工作。在他们的共同努力下，维克多·巴巴纳克基金会于 2011 年成立。她已经在多个学术、专业及大众出版物上发表了大量文章，内容涉及社会友好型及生态友好型设计的历史和物质文化。此外，她还是 D+ 设计工作室的创始合伙人之一。玛蒂娜曾在应用艺术大学担任过哈特穆特·艾斯林格的助教。

托马斯·盖斯勒 (Thomas Geisler) 是维也纳 MAK 的设计策展人。他参与了维也纳设计周的创立，并负责活动策划至 2010 年。他本为科班出身的职业设计师，后来将兴趣转移到设计历史和对物质文化的研究上，并在多个设计学校 (如维也纳应用艺术大学、维也纳技术大学以及格拉茨的应用科学大学) 从事教学和研究工作。他的出版著作包括 *Career Ladders: (No) Instructions for Design Work!* (《事业阶梯：设计工作 (无) 指南!》，维也纳，2007)，以及 *Victor Papanek: Design for the Real World* (《维克多·巴巴纳克：为真实世界而设计》，注释本德文再版，维也纳/纽约，2009)。此外，他还在 2012 年与哈特穆特·艾斯林格合作，在 MAK 策划了 “MADE4YOU——为改变而设计” 展览。

尼古拉·西普 (Nikolas Heep) 童年时期曾居住于加纳、苏丹、英国、印度和奥地利。1996 年到 2001 年期间他在柏林的技术大学以及伦敦的建筑协会学习建筑学；2000 年与人合作在波士顿中央建筑学院开办的建筑及设计暑期学校担任教师；2002 年到 2005 年任职于艾辛格和克奈希特尔建筑事务所 (Elchinger oder Knechtl Architects)。2005 年，他同妻子米亚·金 (Mia Kim) 共同创立了设计和建筑工作室 KIM+HEEP，他担任该工作室的联合首席执行官。他的作品被收入维也纳应用艺术博物馆展览。自从 2005 年以来，他一直在维也纳应用艺术大学任教，与罗斯·洛夫格罗夫和哈特穆特·艾斯林格共事。

彼得·克诺布洛赫 (Peter Knobloch) 1982 年到 1987 年期间在维也纳 TGM 学习电子和通信技术；1991 年到 1998 年期间在维也纳应用艺术大学学习工业设计；1987 年到 1991 年在维也纳国际机场担任维修工程师，负责维护空中交通管制设备；自 1991 年以来，他一直是一名自由职业者，参与了各种项目，其中包括为林兹电子艺术中心、莫扎特博物馆、萨尔兹堡博物馆和维也纳国会游客中心等客户开发互动媒体装置；1996 年，他开始在维也纳应用艺术大学的电脑工作室任教。自 2007 年以来，他还一直担任助教，研究方向是用户界面设计。

马库斯·克雷奇默尔 (Markus Kretschmer) 1991 年到 1996 年间在柏林艺术大学和赫尔辛基的艺术和设计大学学习工业设计；1996 年到 2002 年间曾在戴姆勒公司研发部任职；2002 年到 2006 年在意大利博尔扎诺自由大学产品设计系担任教授；2008 年至今一直在北奥地利应用科学大学任产品设计和设计管理教授。此后他还提供战略设计咨询。2008 年到 2011 年，他在哈特穆特·艾斯林格的指导下，得到了维也纳应用艺术大学战略设计博士学位。

马蒂亚斯·普费弗 (Matthias Pfeffer) 于 1980 年至 1984 年期间在莱奥本和维也纳学习采矿和机械工程，之后又在维也纳应用艺术大学学习产品设计；1985 年，他创办了自己的设计工程工作室。自 1990 年以来，马蒂亚斯一直从事教学工作。2000 年，他开始在维也纳应用艺术大学担任工业设计教授一职，在技术、模型制作以及原型制作方面与哈特穆特·艾斯林格合作。马蒂亚斯的业余爱好是修复古董赛车。

约翰娜·舍恩伯格 (Johanna Schoenberger) 于 2001 年开始在瑞士门德里西奥的建筑学院学习建筑学；一年后转入维也纳应用艺术大学学习工业设计，于 2007 年毕业，研究方向为太阳能。2007 年到 2011 年，她在哈特穆特·艾斯林格的指导下得到了战略设计博士学位。她曾在纽约的青蛙设计公司以及德国波恩的德国电信公司任职，此外还曾在维也纳应用艺术大学担任由 FWF 所赞助的战略设计项目的研究员。她目前在位于慕尼黑的德国宝马汽车公司 (BMW) 任职，从事设计战略和高级设计工作。2011 年在施普林格集团高布乐出版社发表了博士论文 *Strategisches Design, Verankerung von Kreativität und Innovation in Unternehmen* (《战略设计：在商业中注入创新和创意》)。

斯特凡·兹内尔 (Stefan Zinell) (*1963/A) 曾在维也纳应用艺术大学学习工业设计。自 1987 年起，他曾从事过工业设计、室内设计、展览设计以及设计咨询等工作；1995 年开始在维也纳应用艺术大学从事教学和科研工作。他在国际很多院校进行过教学和演讲，如上海同济大学、里斯本 IADE、伦敦皇家艺术学院、威尼斯建筑学院以及萨拉热窝应用艺术大学等。

目录

001	引言
Part 1	创造新型设计文化
008	第 1 章 创造力的转变
028	第 2 章 建立创意科学 马库斯·克雷奇默尔
050	第 3 章 从绿色和社会的角度考虑问题：维克多·巴巴纳克 马蒂娜·菲内德尔和托马斯·盖斯勒
Part 2	推动设计革命
068	第 4 章 心手并用进行创作
082	第 5 章 青蛙战略设计经典 贵翔、索尼、CTM、卡瓦、汉斯格雅和唯宝、 路易威登、苹果、NeXt、海伦·哈姆林基金会、 雅马哈、奥林巴斯、汉莎航空公司、SAP、 Dual、迪士尼、夏普、青蛙设计公司的推广 活动、小青蛙
202	第 6 章 培养明天的设计师
216	第 7 章 维也纳学生的设计作品 健康、生活和工作、娱乐、移动性、数字集 成、生存
Part 3	设计引领未来
248	第 8 章 温水煮青蛙
268	第 9 章 创新型商业领导层 约翰娜·舍恩伯格
288	第 10 章 结语：创新设计

第 1 页：MAC 世界，青蛙研究设计，1996 年。摄影：MARK SERRI
第 2 页：苹果 BIG MAC，1985 年。摄影：VICTOR GOICO
第 3 页：人类大脑，2012 年。插画：PETER KOSSEV



引言

青蛙设计公司是本人于 1969 年创立的。我曾为世界上一些最优秀、最成功的企业家、高管和公司担任创意顾问。在这段漫长的职业生涯之后，我写了第一本书 *a fine line – how design strategies are shaping the future of business*¹（《一线之间：设计战略如何塑造商业未来》）。本书关注的焦点是商业和设计的结合，阐述了为什么只有把战略设计当作公司创新和商业战略的一部分才能得到最好的结果。由于商业焦点及空间有限的双重原因，《一线之间》这本书并不像很多人所希望的那样详尽，而我还在设计以及商业和设计的合作关系上提出了许多组织和流程方面的问题。因为《一线之间》还被译为德文、中文、日文和韩文出版，它得到的反馈自然是全球性的。就这本书，我收到了很多的疑问、评论和批评。而这些疑问、评论和批评促使我开始写作本书，并对前书中的信息结构做出相应的调整。

总体而言，我收到的信息分为三类，我据此将本书的内容分为三个部分。

第一部分：创造新型设计文化。这部分对设计职业、设计的发展历史、当前面临的挑战以及未来的机遇进行了概述。本部分的各个单元探讨的是“创意”的含义、创意在商业中的作用，还有我早期的设计经历是如何帮助我形成自己的设计方法，并让我开始采用“右脑和左脑”合作的方法的。该部分还介绍了一些具体的理念，以帮助各公司在战略规划和经营的过程中可以充分发挥设计的作用。

第二部分：推动设计革命。本部分探讨的是对设计专业的学生和商学院的学生进行职业技能培训的机会以及挑战。职业技能是保证跨学科团队协作的必要条件。该部分介绍了我的学生的某些作品，以说明在此列出的教育方法所带来的成果。

第三部分：设计引领未来。该部分研究的是设计在当今商业中的作用，以及若要开创一个更高效、更持续的未来，应如何让设计发挥更大的作用。此处讲述了我的一点看法，即当今商业迫切需要让设计发挥更大的综合性战略作用，并仔细回顾了商业和设计的结合在推动世界物质文化和社会文化发展方面发挥的作用。就寻找和选择正确的设计师以及正确的设计客户，我提出了一些建议，并审视了加深对创意及其流程的理解和重视对商业领导可能会有哪些益处。

历史和未来有着密不可分的联系。本书阐述了我某些方面的个人想法，如设计和商业是如何发展到当前状态的，以及如何建立一个充满竞争力的全球性战略设计产业，从而更好地推动设计和商业的发展。下文的大部分内容都是我的个人见解，也许很多人会持反对意见。但是，我有幸取得了很大的成功，并从失败中汲取了很多教训，因此我的观点、想法和建议至少还是值得大家思考的。生活中唯一不变的就是变化，因此本书关注的焦点是当前商业关系和商业模式转型过程中所面临的严峻挑战，如陈旧的企业结构、产品生产过剩、资金和生态浪费以及不公平的社会失衡现象等。也许解决问题的办法有很多，但是这都需要全新的思维方式和工作方式，这一点不仅要在各专业间展开——战略设计的定位正是一种整体上的促进——也是国家、文化和思想方法之间需要做的。无论这些变革采用什么具体形式，我们必须从“金钱文化”向“人类文化”转变。这种转变已经开始，而我们需要做的是加快转变的步伐。

我认为这一目标急需早日实现，这激发了我的第二职业热情——即培养新一代设计师。教学在我的生命中占据主要地位只是过去几年的事但我对此并不陌生。1989年，我应邀成为德国卡尔斯鲁厄设计学院的十位创始教授之一，那是我得到的第一个教育职位。在设计学院，我开创了整合式设计课“数码包豪斯”（Digital Bauhaus），即在设计中将实体产品和虚拟产品相结合。我的这一授课方式受到卡尔斯鲁厄艺术和媒体中心博物馆（世界上首个“数字博物馆”）的极大鼓励。初次教学经验让我明白了教学生学习设计同对青蛙设计公司的人员进行指导是不一样的。开放的教育有着不同的目标。学生们的天分各有不同，而所有的天分都应得到鼓励，对我而言，要接受这一点是非常重要的。伽利略的一句话给了我很大的启发：“我们不能教会人们什么，我们只能帮助他们发现自我的潜能。”

从2005年到2011年，我曾任教于奥地利维也纳应用艺术大学，还接管了集成工业设计这一大师班课程，并取得了很大的成功。我的学生赢得了很多国家级及全球设计奖，这个班级也得到了《彭博商业周刊》的高度评价，学生毕业后也在世界各地谋到了不错的职位。我和我的学生同斯特凡·兹内尔、尼古拉斯·西普、马蒂亚斯·普费弗、玛蒂娜·菲内德尔以及彼得·克诺布洛赫等助教合作发明了新的方法和程序，而且我们的重点十分明确，即“整合性、社会性、可持续性”。

本书展示了我的学生所创造的一些优秀作品。除了包含学生的设计作品，书中有些章节是由我的博士生所著，如约翰娜·舍恩伯格的创意商业领导研究，以及马库斯·克雷奇默尔对创意科学的探讨。此外，你还可以读到我的学生进行的两个研究项目，项目的课题分别是设计和设计遗产的经济影响以及恢复伟大的奥地利裔美国设计师维克多·巴巴纳克的设计遗产的重要性。在本书中，玛蒂娜·菲内德尔和托马斯·盖斯勒也对维克多·巴巴纳克的作品进行了介绍和分析。

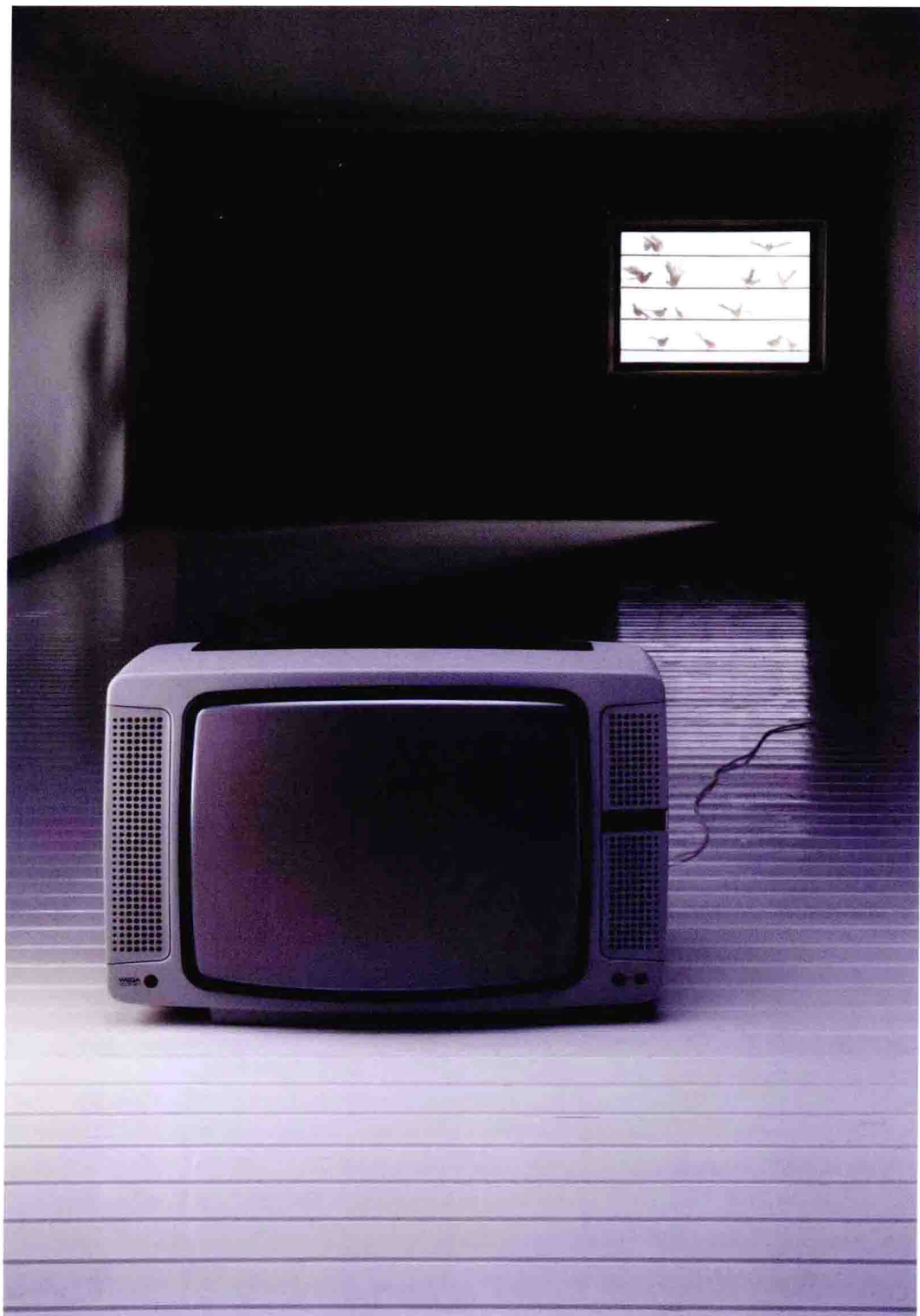
可以这么说，过去六年的教学和科研经验让我从新的视角来审视专业设计教育和大众创新教育。我坚信，为迎接全球性的挑战，我们需要对创新教育进行彻底的变革和改进。此外，我们必须明白年轻人对未来的生活充满了期望，我们不能把他们禁锢在刻板的学校教育制度中，因为这会从根本上扼制他们的天赋，限制孩子们的创造力。学生们在高中毕业前就应该享受、探索并扩展自己的创造力。

最后，本书还前瞻了未来的新机遇，并就主动变革提出了一些可行性建议。为了对这些建议加以详细说明，该书介绍了我为什么接受了北京德稻大师学院的邀请，在上海复旦大学视觉艺术学院开设了战略设计大师班。为什么是中国呢？原因在书中也有所提及，我之所以同意在中国开设战略设计课程是因为中国是大部分科技消费品的生产国，不久之后大部分汽车也将由中国制造。本书最后一章指出，由于大部分科技消费品和汽车都是在美国或欧洲设计的，因此其背后的动机都是“降低价格”而不是“可持续性”，而且产品的生产过程也十分分散。我认为我们必须要在中国培养新一代创意精英，他们要能够在全球范围内展开合作，能够遵循老子“少则得”的告诫，设计出优秀的产品。若要推动建立一个环保的并具有可持续性的生产模式，我们必须终止那种杂乱无章、浪费资源的生产方式，中国是首先开展这些工作的理想之地。

目前我们对中美关系的讨论非常情绪化，有时甚至有失理性，而事实上中美处于一种相互依存的关系。现在关于中国制造的“廉价商品”、贸易逆差以及货币政策的讨论可谓众说纷纭。中方对这些问题的看法被另一问题所掩盖，即有人认为中国为进行大批量生产而过度利用了其人力资源和自然资源。但中国生产的大部分产品都是在西方设计的，且设计十分不合理。当然，这个课题已经有很多书在论述，里面有追逐金钱的投资银行家，或者像唐纳德·特朗普（Donald Trump）这种有类似愿望的人，还有那些一心只想连任的政客所做的许许多多幼稚的演讲。我认为这些都无法解决我们在全世界生产中所面临的真正问题。我们需要的是一种新的创造性方法来面对当前的挑战——除美国和中国以外的其他国家也开始考虑这一问题——但首先我们需要从设计合适的产品着手。唯有如此我们才能把面前的挑战转化为良好的机遇。也许在如何推动该行动的开展方面大家的意见并不能达成一致，但在为什么要开展这一行动的问题上，大家应该是有共识的。本书提出的基本观点十分简单：我们需要进行彻底的变革，敢于从全新的角度思考问题、敢于大胆行动；变革的口号是“整合性、社会性和可持续性”。

设计会创造出实体的、视觉的成果，在本书中我们对两种形式都进行了论述。本书在设计上实现了两种功能，既可以是一本文字读物也可以是图画读物。作为青蛙设计公司的资深艺术总监，格雷戈里·坎（Gregory Hom），他创造了一套视觉准则，将该书从文字叙述提升到视觉体验的高度。我希望你能喜欢这种体验。此外，请记住贯穿整本书的基本设计原则：形式追随情感。

1 哈特穆特·艾斯林格：《一线之间：设计战略如何塑造企业的未来》，旧金山：Jossey-Bass，an imprint of John Wiley & Sons，2009年。



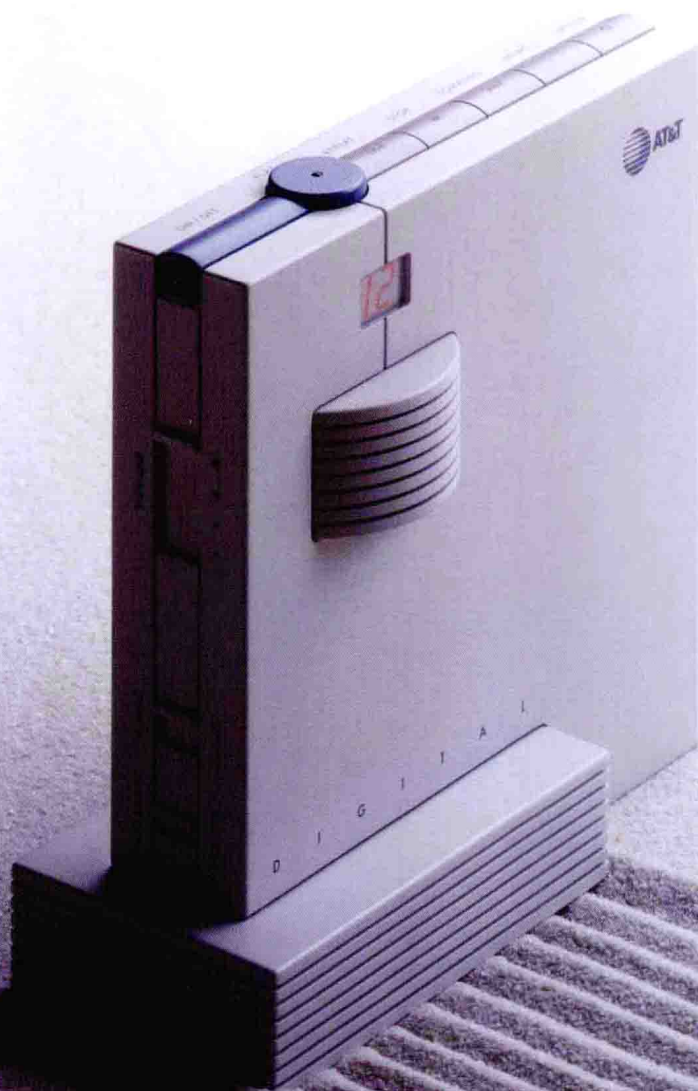
↑ WEGA 电视机 3020 +, 1970 - 1978, 慕尼黑 NEUE SAMMLUNG。摄影 DIETMAR HENNEKA。

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com



Part 1

创造新型设计文化





1 创造力的转变

“如果你还没有找到，继续找，不要停下来。”

——史蒂夫·乔布斯

前瞻设计

有创新思维的人可以改变世界，但极少领导世界。18 世纪的美国先驱们获得了荣光，但收获财富的却是那些定居者。设计师促使企业取得成功，但获得金钱回馈的却是那些企业高管。具有远见卓识的创业者创建起充满魔力的公司和品牌，但保守的继承者却会削弱甚至毁了它。我的个人使命是要改变这种破坏性的模式。在本章中大家会了解到致力于这一改变的并不止我一人。世界各地的企业和经济都已经感受到了文化设计革命的第一波冲击。但这场革命距离成功还有很长一段路。

利用设计获利和设计师创造作品是两种相差甚远的追求，这一点在高科技电子产业中有明显的体现。迈克尔·戴尔独自将戴尔公司发展为继惠普和联想之后的世界第三大个人电脑公司；但据《纽约时报》资深作家约翰·马科夫（John Markoff）说，乔布斯重返苹果公司不久，有人就在技术大会上问迈克尔·戴尔应该如何拯救处在严重财务危机中的苹果。“我会怎么做？”戴尔先生对几千名信息技术主管说，“我会关闭公司，把钱还给股东。”¹ 惠普公司的个人电脑销量冠绝全球，他们对作为一种理念的设计自然是支持的，但似乎不太将设计奉为运营中的一项战略性要素。惠普大力宣扬的是产品的技术优势以及减少有害物质的使用量，这两点本身自然是了不起的成就。然而，加入了这两个元素只是为了让产品看上去不是很差，而不是应用这些成就去解决实际的问题，从根本上改进设计。所以当一个人看到惠普的个人电脑时，首先想到的自然不会是设计。

第1章 创造力的转变

再看苹果公司。在富有远见卓识的史蒂夫·乔布斯的领导下，苹果公司的战略重点几乎一直都是设计。苹果公司之前一直都受到轻视，被视为“利基”公司，现在却给了我们充分的理由去重新思考优秀的设计同丰厚的利润之间的联系。让我们看一看从 2012 年 3 月以来惠普、苹果和戴尔三家公司的季度报告：²

	收入	净利润	现金流	市场估值
戴尔	160 亿美元	7.65 亿美元	负债（约 60 亿）	310 亿美元
年度变动	+ 2%	- 18%		
员工人数：100,300				
惠普	300 亿美元	15 亿美元	负债（约 240 亿）	500 亿美元
年度变动	- 7%	- 44%		
员工人数：320,000				
苹果	463 亿美元	130 亿美元	约 976 亿美元现金	约 5000 亿美元
年度变动	+ 73%	+110%		
员工人数：46,000				

这一结果会不会激励“有钱人”去相信设计的力量呢？也许你会这么认为，但是一个讲求实际的老派 CEO 可能还是会看不清将设计精良的产品和用户满意度放在组织战略的中心会有什么益处。传统的商业模式根深蒂固。比如，大多数大型企业至今仍在使用一种罗马帝国式的企业结构。当然，我们给体系中的每一个参与者取了个不一样的名字——首席执行官代替了恺撒，副总裁代替了执政官，工会领导代替了保民官，但是他们的管理体制大致上是一样的。

推翻这种体制是一个很大的挑战，因为帝国专制模式的力量比其他大多民主经济更强大。比如“合作企业”将小企业主联合在一起形成了非工业企业，如农业和微银行业，但是这些合作企业非常难以管理和维系。考虑到复杂的法律、财政和体制问题，这一点就不足为奇了：当涉及管理和控制的好处时，理性的“左脑思维的人”要占上风，而创造性的“右脑思维的人”往往望尘莫及。因此，世界商业模式在很大程度上仍保持原来的状态。有创新思维的人只负责创作，掌握全局的仍是管理人员。

这种悲哀的局面是谁造成的呢？如本章所言，我认为双方都有责任。如果社会上那些具有创新思维的人想要统领商界，他们就要掌握领导能力。同时，管理人员，即商业

人士，一定要学会同顶尖的创意人才进行更紧密的合作，并将创造性和设计作为其商业使命和商业战略的核心。

作为一名设计师，我最感兴趣的是同“生产产品”的企业和公司进行合作，而且我在这方面的经验也很丰富。在与我合作的公司中，创作出优秀的新作品或新体验是一个关系到精英培训、高瞻远瞩和领导道德规范的问题。对于这些企业，成功的秘诀就是为消费者提供他们梦想中的产品、体验和内容。要完成这一目标，各公司需要从战略到设计，从策划到生产、营销、销售以及产品支持等整个流程中都发挥顶级创意人才的才能，并要进行跨学科合作。

但是任何公司若要成功生产出有创意的好产品，就必须要有大胆的、高质量的管理体制，并对资金进行合理的投资。因此，在今天这个设计驱动经济的情况下，企业要想成功，哪怕只是求生存，都需要让右脑思维的人和左脑思维的人通力合作。文化设计革命正在世界各地普遍展开，上述变化均为这一革命的组成部分。现在，让我为你介绍革命中一些最重要的方面以及不断变化的社会、经济、教育和商业制度是如何推动我们沿着更有创意的、以设计为中心的战略方向发展。你将看到我们所有人都可以投身这场革命，并从革命所带来的经济、文化和社会进步中获益。

终结左脑和右脑的对立

从解剖学的角度来看，我们的大脑在外形上是对称的，但功能上却不一样。由于进化的作用以及人类使用工具的能力不断发展，大脑两半球的功能发生分化。从认知的角度而言，左半球处理的是理性信息，如数字、文字和抽象的知识；而右半球处理的是更加复杂的信息，如图像、图标和情感。这些都是事实。

另一个事实是，我们总是倾向于把人分为两类：有艺术细胞、情感丰富的右脑思维的人和务实但创造力逊色的左脑思维的人。但是若把该定义视为我们的身份和宿命的一部分，将是非常危险的，尤其是涉及我们的工作方式的时候。在当今的世界经济体系中，片面的思维方式无法取得持久性的成功。例如，若一个设计师想要在这个迅速发展的数码工具时代在其专业领域占据一席之地，就必须同时要开发左右脑（在第4章对该需求有详细介绍）。而商业领导也不能退至片面思维的俗套。

当前发生的全球性金融危机可以很好地说明片面思维所造成的后果。片面思维是一种左脑式战略，其基本信条是：今天能带来金钱利润，在未来将永远能带来金钱利润。事实上，很多左脑式战略都类似于“滚雪球骗局”，需要以有限的资源去满足永无止境