

国际服装丛书 ①9

时装设计： 过程、创新与实践

Fashion Design: Process, Innovation & Practice



英 演凯瑟琳·麦凯维 馥詹莱茵·玛斯罗 著
郭平建 武力宏 况灿 译 轅吕逸华 审校



中国纺织出版社

译者序

经常听服装专业的学生反馈说,学完设计到真要创作时总感到狗咬刺猬难以下口,工作后常因苦心构思的设计稿被领导或营销部门的同事枪毙而苦恼。的确,要开发一种既受市场欢迎又能为企业赢利的商品实非易事。从市场调查、流行研究、设计制板、样衣评估、生产加工到营销策划的各个环节,会出现不少问题,需要不同的解决方案,对整个过程的管理和控制要求比较高,美学的、技术的、经费的诸多因素都会影响整个过程的运作。面对服装业竞争的加剧,一个成功的设计应该研究做什么,怎么做,什么是好的、有品位的设计,这已成为业内人士关注的焦点。因此,当我们看到英国诺森布里亚大学(University of Northumbria)从事服装设计实践和教学的凯瑟琳·麦凯维(Kathryn Mckelvey)和詹莱茵·玛斯罗(Jannine Munslow)女士在丰富的设计实践的基础上,结合他们在教学过程中与学生互动积累的经验,为服装专业的学生所编著的《时装设计:过程、创新与实践》(Fashion Design: Process, Innovation & Practice)时,深深地为它那独特的视角、新颖的内容、简洁的语言、生动的图文、实用的练习、具体的案例所吸引。在得到了有关老师的肯定后,更激发了我们想要翻译该书的愿望。我们认为,书名中所突出的设计的过程、创新与实践正是目前国内服装业需要加圈、加点,重彩浓墨描绘的话题。于是,经中国纺织出版社刘磊女士的策划,在北京服装学院吕逸华教授的帮助下,我们开始了该书的翻译。

该书开卷就向我们展示了服装设计师的工作流程图,明确了产品开发从起点到终点的整个过程,和设计过程要解决哪些问题。令人耳目一新的是,本书首先把读者引入了创新思维能力的训练以及灵感和流行趋势的研究,可以说这是设计的灵魂。之后对设计过程做了较大篇幅的阐述,并对如何进行服装的系列化设计、决策和电脑设计做了介绍。对我们来说,在以往的服装设计类教科书当中,很少能看到有关服装行业中的岗位、类别以及不同岗位任职者应具有的知识、能力和素质要求的介绍,而该书却做了较多的介绍,并配有对求职作品集的讲解。无疑,这对学生今后求职具有指导意义。最后的案例也很有可操作性,向读者介绍了从观念到产品的过程中所用的技能和策略。总之,该书来自素以教学严谨闻名遐迩又是处于世界服装产业领先地位的英国,不仅向读者提供了从事当代服装业需要的各种基本知识,展示了设计过程如何才能成功地满足市场走向和需求,而且还蕴含着一种富有创造意识的教学理念,如“采用多种解决问题的方法来鼓励学生创造力的开发,提高他们的实践能力和其他技艺”。

此外,为了响应教育部“高校,要力争在三年内开出5%~10%的双语课程”的要求,中国纺织出版社在出版原著作为服装专业双语教材的同时,又出了这本中译本,以帮助广大读者更好地解读原著。

从开始到理解织物这一部分为郭平建翻译;从结构到流行预测师这一部分由武力宏翻译;从产品开发到结尾为况灿翻译。郭平建教授对全书进行了统稿,吕逸华教授审校了全部译稿。

感谢中国纺织出版社刘磊女士的支持,感谢服装界其他专家对我们的帮助,正是有了他们的支持和帮助,这本书才能比较完美地展现在广大读者面前。

由于我们专业水平有限,书中难免出现不妥之处,敬请读者批评指正。

译者

2004年9月

前言

编写一本关于服装设计的书是一种极为刺激的创造。要将信息清晰准确地表达出来,是一种既有趣又有一定难度的尝试。在服装设计与教学生涯中,这样的尝试对于我们已经习以为常。那么,我们就再做一次设计的新手,开始探索吧!

时尚每时每刻都在变化。为本书选取范例会有意想不到的困难,过时问题在所难免。但选取范例是为了说明原理,所以无论科技怎样发展,服装业怎样变化,本书所选范例说明的原理将永远不会过时。

成功的设计源于思考,然后在纸上或在其他载体上把原始创意表达出来,同时解决遇到的问题。好的构思无可替代,这些也是解决问题的关键。

本书涉及了成功设计所需的各种元素。无论你是想成为著名的设计师、连锁店职员、供货商,还是想涉足新兴的传媒界,只要是从事与“时尚”有关的工作,都必须要在这些元素中注入个人的风格。只要你倾注足够的执著和热情,任何一种职业都能通向成功。

无论你是刚入行的设计师还是学生,都应该尽量摒弃那些有关服装设计的先入之见;做项目时,也尽量不要先把制成品当作设计的焦点。当你踏上本书为你安排的设计之旅,你会有意想不到的惊喜和收获,给你新的创作灵感带来无限遐想。如果你能在设计过程的每个细小环节上做到认真研究的话,你的实际创作过程就会令人振奋,而且你创作的每一笔都会非常新颖、独特。前期的准备工作能使你的技艺日臻完善,影响到你的最终设计。当然,影响的大小就是仁者见仁,智者见智了。

本书名为《时装设计:过程、创新与实践》。其整体思路如下:过程的描述尽可能语言清晰、方法多样,让学生打好基础。创新力求采用不同的思维方式,应用不同的路径,探索新的东西,而不仅仅是满足于“尝试过、试验过”的方法。为创新部分编写的练习可以反复做。实践指的是书中的“时装界职位”和“案例研究”这两章。这两章的信息量很大,把时装业的职位和设计的基本元素联系起来,这将有助于学生加深对设计的理解,把设计与具体应用范围有机地结合在一起。

希望本书能满足读者对了解和掌握服装设计过程的需求。不仅如此,本书涉及的内容还可以广泛地应用于促销方面的图形设计和造型设计。

作为学生,学习中最难处理的问题之一是面对大量信息不知道该怎么学。千万不要忽视你的近期目标,因为每完成一项设计,你就会积累更多的经验。在你的职业生涯中可供你选择的工作很多:你可以搞纺织品设计,可以做时尚造型师,可以从事女装设计,你也可以参与时装或平面设计。但是,不论选择哪种职业,都取决于你的个人条件、技术和判断力。

服装设计的各个方面都可以根据需要单独进行研究。

最后要说明的是,就服装设计而言,每件作品都带有设计者个性的烙印,因此无所谓谁是谁非。只要设计出的作品能创造性地、比较准确地完成设计要求,就是成功的。

享受设计过程,积极开展创新,乐于探索实践!

致谢

我首先要感谢我的家人，艾米莉(Emily)、露西(Lucy)和杰克(Jack)给了我耐心的支持。我对伊恩(Enn)充满了爱和感激之情，他通情达理，一如既往地支持我。我要感谢我的父母，他们对我所做的一切一直都表现出热情和兴趣。伊恩(Enn)的父母帮我照料孩子，使我得以腾出时间写作，我对他们也表示感谢。

另外，我要感谢诺森布里亚大学设计学院的教职员们，他们为本书的编写提供了帮助和建议，凯文(Kevin)和菲奥娜·希尔顿(Fiona Hilton)还提供了作品。

我要感谢我过去的和现在的学习时装市场营销这门课的学生们，我在教学中尝试了不同的设计方法。我要特别感谢为本书时装业职位这一章的编写做出贡献的埃莱·安德森(Elaine Anderson)、阿曼达·贝克尔(Amanda Baker)、凯瑟琳·库克(Kathryn Cook)、内丁·卡塞尔(Nadine Counsell)、朱莉·戴维森(Julie Davidson)、艾莉丝·戴维斯(Alice Davies)、梅丽莎·戴维森(Melissa Davison)、梅里·吉布(Mhairi Gibb)、洛利·约翰(Lowri John)、克莱尔·曼西德(Claire Massheder)、斯蒂芬·米切尔(Stephanie Mitchell)、布雷特·罗迪斯(Brett Roddis)以及培训他们的公司，也感谢卡罗琳·贝莉(Carolyn Berry)和凯特·詹姆斯(Kate James)为本书所做的工作。

最后，我要感谢出版人理查德·迈尔斯(Richard Miles)和他的团队，尤其是凯罗琳·萨维奇(Caroline Savage)出版了此书。这是我一次愉快的、充满刺激的学习经历。

谨将此书献给我亲爱的父亲——亚历山大·麦凯维(Alexander Mckelvey)(1926—2001)。

凯瑟琳·麦凯维

我要感谢内尔(Neil)和儿子们本杰明(Benjamin)与劳雷(Laurie)给予我耐心的支持。同时，感谢纽卡斯尔诺森布里亚大学的教职工们和参加时装市场营销学习的学生们。

最后，我愿将此书献给我已故的父亲斯坦利·亨特(Stanley Hunt)，以表怀念之情。

詹莱茵·玛斯罗

目录

简介	1
流程图	猿
设计提要分析	4
创新	6
创新能力训练	12
培养设计能力——快速启动训练	15
灵感研究	16
流行趋势研究	19
流行预测	愿
流行循环	愿
时装与艺术	愿
亚文化 辮头风格	猿
设计过程	32
简介	猿
设计拓展	猿
色彩	源
廓型	源
比例	缘
了解织物	远
结构	苑
基本裙型	苑
基本上衣型	苑
裙子 辮片	苑
裙子 辮褶	愿
连衣裙	愿
基本袖型	愿
基本裤型	愿
基本领型	愿
原型	愿
装饰	猿
为细分市场设计	111
系列服装设计	113
决策	120

目录

电脑设计	122
促销/图形设计	129
促销/造型设计	130
求职作品集	131
时装界的职位	132
新闻助理	132
公共关系	133
买家助理	133
高街商店助理设计师	133
助理设计师	134
视觉营销	134
舞台服装设计师	134
期刊编辑	134
流行预测师	134
产品开发	134
纺织品代理	134
招聘顾问	134
新兴媒体促销	134
供货商	134
案例研究	153
简介	153
灵感研究	153
流行趋势研究	153
面料开发	153
设计拓展	153
设计拓展——全套服装	153
全套服装——童装	153
印花开发——童装	153
效果图	153
原型	153
促销 平面设计	153
促销 造型设计	153
参考书目	224
索引	225

简介

“时尚”这个词本身就昭示着变化,而且,变化的步子丝毫没有停止的迹象。时装设计师在巨大的压力下,要保持自己的创作动力。批量生产和信息技术的发展加快了这一变化的节奏,缩短了从产品设计到成品上市的间隔时间,T形台上所展示的很快就亮相于繁华闹市。各种品牌的时装为扩大自己的影响,不断推出新的产品。面对这样的发展态势,社会需要大批训练有素的时装设计师和从事相关职业的人才,诸如买家、时尚造型师等。

各高等院校开设了与时装有关的学位课程和其他专业课程,以便为时装教育打下坚实的基础。这本书正是为那些有志从事时装与设计职业的人编写的。

服装设计方法多种多样,并且还要考虑许多其他因素,这令不少初学服装设计的人生畏。本书涵盖了时装设计的基本原理和基本实践,以便使时装设计成为一个合乎逻辑的程序,为初学者稳步提高自己的设计水平提供有益的帮助。本书的写作目的就是告诉读者,服装设计是可以学会的。

还需要强调的是,设计有多种途径,每个人选择什么样的途径取决于各自所受的教育及个性化哲理。而哲学理念是随着实践经验的不断积累而形成的,通过实践,我们能提高自己辨别一项设计是好是坏的能力,选择和使用材料的能力以及辨认总的流行趋势和一时的流行风尚的能力。缺乏经验不一定是坏事。能够善于观察、认识我们周围发生的变化,对服装设计也是很有帮助的。但是,关键是要有学习的热情和善于思考的头脑。

本书展现给读者的是从事当代时装业需要学习的知识,教你如何成为时装设计师,内容宽泛,不深入探讨某一具体领域。由于篇幅所限,本书不打算也不可能探讨服装设计中的所有内容,目的是把开始从事服装设计所需的基本知识和基本技能汇集在一起。读者一旦积累了一定的服装设计经验,书中的这些基本知识和基本技能就能带你走上相关的职业大道。

本书主要介绍设计过程中从色彩到装饰的各个主要环节。色彩是设计中的重要组成部分,但本书只能做简单介绍,因为这本书中的图片主要是黑白的。另外,本书还涉及灵感研究、流行趋势研究、设计思路以及如何进行服装系列的策划和促销等内容。

本书采用多种解决问题的方法来鼓励学生创造力的开发,提高他们的动手实验能力和其他才艺。对所谓的“独特创作风格”进行了逻辑分析,便于读者通过书中的练习提高自己的设计能力。创新一节中的内容可以广泛应用于服装设计和产品开发领域,这节的练习可以反复做。

本书所示服装设计的研究、开发和制成原型这一程序对产品促销、促销图形设计同样适用。理想的结果是设计者能把这一程序变为自己的自觉行为。

本书的后半部分通过案例分析,向读者展示了服装设计过程中解决问题的方法应用。这一案例说明了从概念形成到产品问世,再到产品促销这样一个假设的设计理念的完成,展示了设计过程中使用的技巧和策略。侧重强调了以制作原型为基础,在纸板上实现自己的创作。由于研究材料的特性、流行的方向和最终的设计以及造型、印花和纸

简介

样等原因,这些案例以及其他一些所采用的例子,不可避免地会过时。但是,基本的设计程序是不会改变的。我们尽量以经典、简洁的设计为例说明设计的原理,而不是去论述复杂的设计。

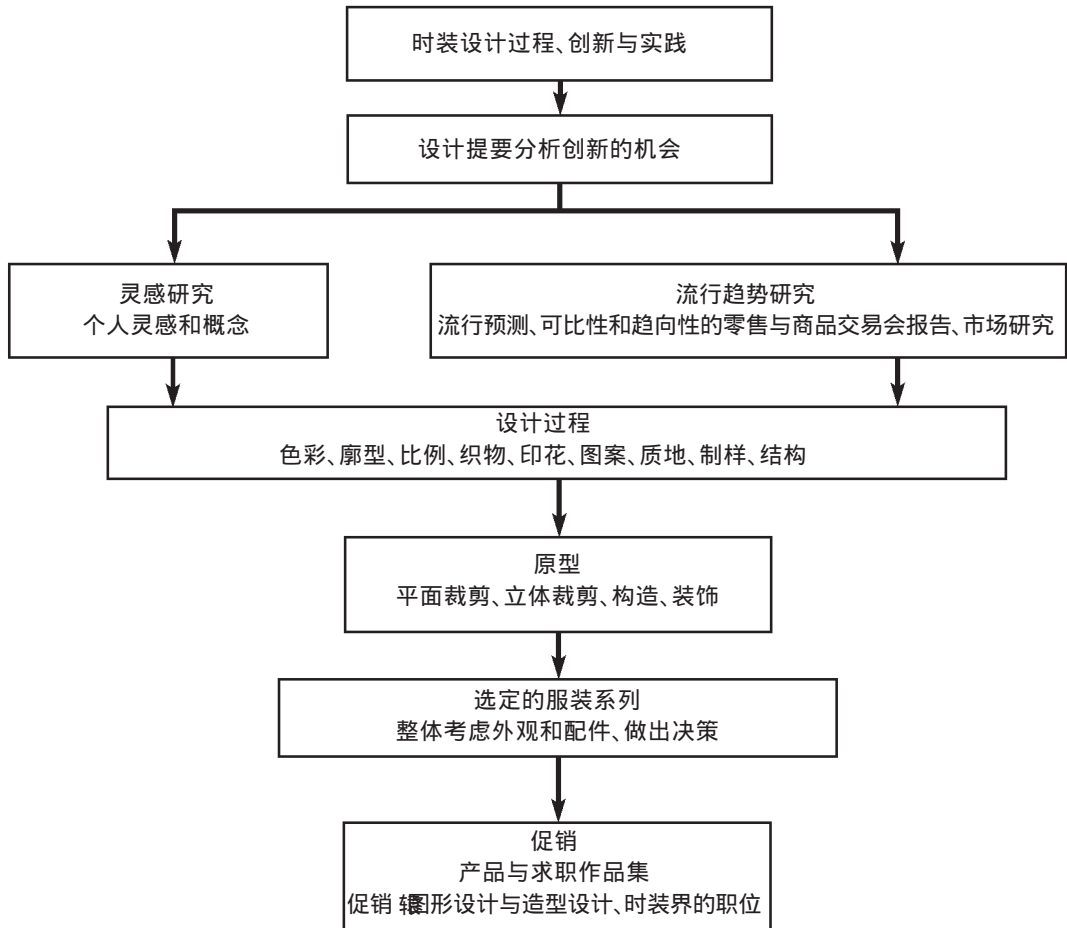
本书设专门章节讨论时装界就业所需的作品集的准备等问题,意在给即将毕业的服装专业的学子们,或正在该行业寻找就业机会的学生们提供就业指导。职位的介绍是针对刚开始自己职业生涯的学生,所以用了助理设计师、买手助理等头衔。

因为本书的重点是介绍基本的服装设计程序,所以无法深入讨论纸样剪裁问题。但是,纸样剪裁已隐含在设计过程中,连同其他内容一并进行了探讨,这可以指“创造性裁剪”与结构可依据流行的趋势而为,不用像设计服装那样要根据面料花色展开。如同书中提到的其他领域一样,结构所占的量常常成为其“时尚”与否的关键因素之一。为此,本书给读者推荐了一些纸样裁剪方面的参考书。

服装设计理论方面的书很多,关于什么是好的设计、什么是有品位的设计的话题,一直是服装设计界争论的焦点之一。本书尽量避免使用空洞词语,尽可能做到言简意赅,突出实用性。与此同时,本书也极力把时装设计放在当代服装设计的大环境里进行讨论。

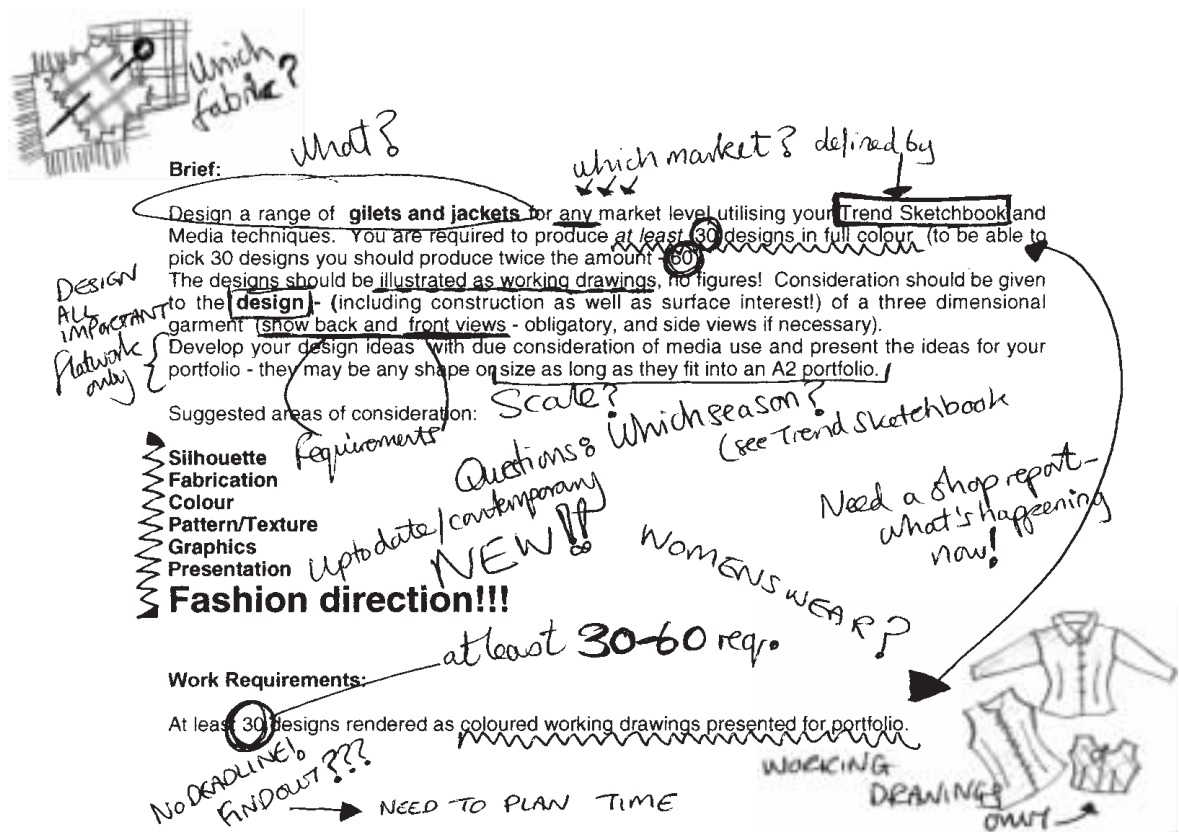
下一页是本书构写内容的流程图,解释整个设计过程的程序和步骤。它同时也是一个从构思到择业等过程的合理安排图。

简介——流程图



设计提要分析

在设计工作开始之前，重要的是确切搞清楚顾客或设计项目的要求是什么。认真阅读并仔细分析设计提要是成败的关键。因此，问以下一些关键问题很有必要！



要你做什么？

在格式、表现手法、草图设计等方面希望你怎么做？

工作量有多大？

是否有期限要求？

你能制定一份完成任务的时间表吗？

你怎样分解这些任务？

为了更详细地了解市场，你需要一份市场报告吗？

你需要的市场报告是指导性的还是比较性的？

你需要参考其他诸如历史、文化、艺术灵感等方面的资料吗？

你设计的是什么季节的服装？

有无一些特殊的比如说设计儿童睡衣之类的要求？

采用什么来表示流行趋势？

你需要参考杂志吗？

需要什么样的布料和整理工艺？

你在选择布料时是否考虑布料的产地？

你需要整理后布料的样品吗？

你对色彩、布料、廓型、细部、图案、质地等内容的考虑是否成熟？

设计完成之后要求的是什么风格？

你是否可以按照自己的理解诠释选中的市场呢？

你能使用创造性的展示手段和媒体技术吗？

设计提要分析

凯文·希尔顿博士

对设计提要的分析应当从解构开始,以重构结束。分解设计提要能使你决定顾客确信他们想要的是什么,更重要的是,这样做能让你明白顾客确实需要什么。当顾客试图对他们的要求进行描述时,设计提要常常可能是模棱两可的。

如果你认真看看这些疑难问题或横向思考问题,你会注意到一个问题/设计提要的内容常常有三类:

- 关键元素 构成了问题/提要的要点,或者是肯定的,或者是否定的。
- 情境元素,虽然是次要元素,但是却能帮助确定关键元素所要求的环境背景。
- 干扰元素 构成了对关键元素的干扰。

必须迅速识别和排除干扰元素,这样你才能看清提要的结构和确定关键元素。这项工作一旦完成,就必须把设计提要放在一个由情境元素描写的、清晰的背景中进行重新构建,以便使设计师和客户更好地理解关键元素。有时,特别是当情境元素特别需要依赖专家的经验才能理解时,使用联想和隐喻有助于对关键元素的透彻理解。

当你清晰地写出设计提要的背景并着手进行设计或创新时,你需要列出一个“操作步骤表”进一步完善你的设计意图。这样做,对设计师和客户都有好处。

应当指出的是,在分析设计提要过程中进行解构和重构,有两种截然不同的方法。传统设计采用的是确认问题的逆向法,即确认并解决关键问题,从而达到生产出更好的产品或提供更好的服务的目的。创新设计采用的是确认机会的正向法,即在创新过程中通过产品和服务,改变满足顾客需要的方法,同时避免问题。

不论用传统的设计方法还是创新的设计方法对设计提要进行解构和重构时,特别是用创新方法时,都需要更多的市场信息。只有这样,你在工作时才能做到心中有数。

从重构设计提要的第一步起,你就应当清楚你的设计方向是什么。试着先打个腹稿,把所用的方法和研究中的新发现记载下来。腹稿从关键的机遇和/或关键的问题入手,在此基础上,随着相关问题的不断出现而不断扩展。随着相关研究的不断深入以及你对市场机遇认识能力的不断提高,你应当把新信息和你的腹稿联系起来,使之跟上潮流的发展。打腹稿也有许多不同的方法,其中逆向法最常用。但是,你可以尝试网络法,即在涉及不止一种元素的相关问题之间建立起联系。通过这种网络结构法,你能清楚地看到有些看似微不足道的小问题在整个大背景中对许多其他元素很关键。

打腹稿只记录了你的想法,你还需要其他手段来完成设计提要的重构。比如,你可以试着把需要关注的问题列一个分类表。另外,手头要随时放着一个笔记本以便随时记下有关的数据、问题和想法,因为短时记忆通常是靠不住的。

你的研究方法应当被完整地记录下来,包括图像、样本、参考资料及其他相关数据。为了查询方便,这些东西要整齐归档,字迹清晰。不论谁看你的设计方案,都可以很容易地看清楚你现正做到什么程度以及你是怎么做到的。

创新

凯文·希尔顿博士

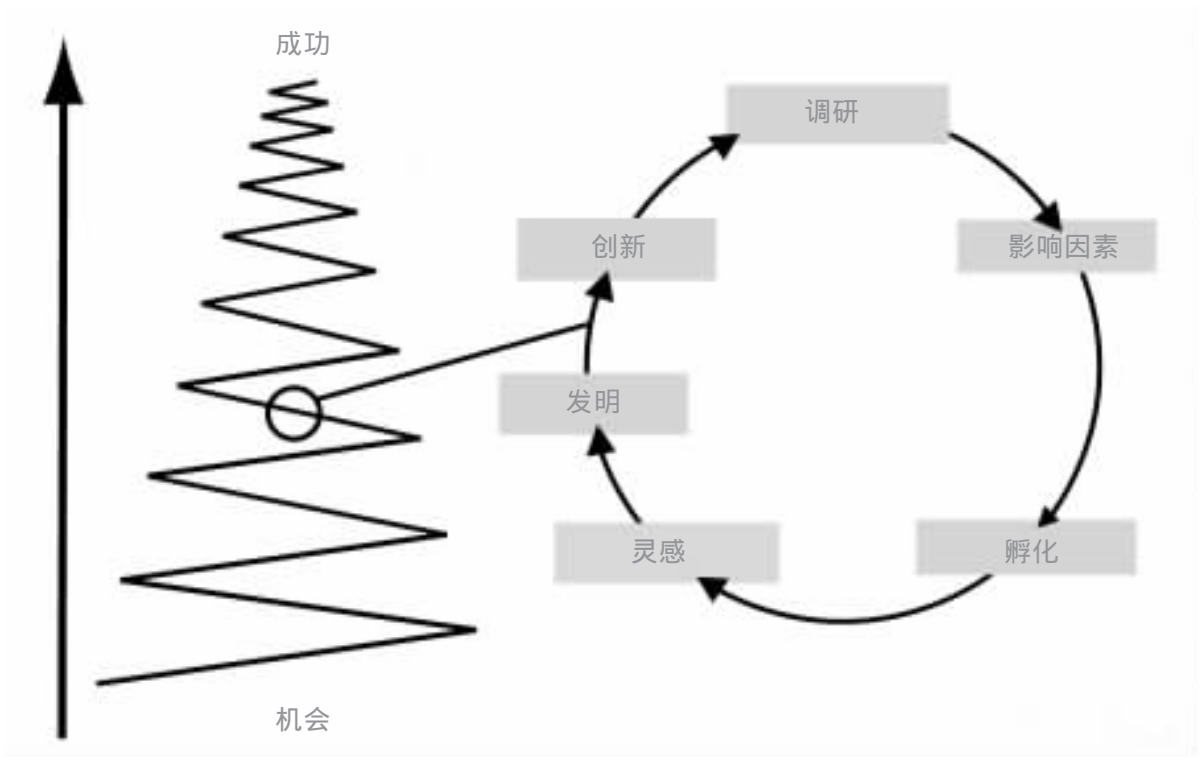
本章将用一系列步骤来描述创新过程，其目的就是为了帮助你理解创新者做些什么，同时也向你展示做一名创新者是如此的容易。下面是创新的定义。

创新就是发明家发明一种产品或创立一种程序，从而成功地改变我们原来做事情的方法。

创新有两种。一种是原创式创新，另一种是增加式创新。原创式创新的一个例子就是索尼随身听，因之前还从来没有类似的随身听，该产品改变了人们在公共场合听音乐的方式。增加式创新的例子是：~~索尼随身听~~汽车，因为它在为市场上增加了载人工具的同时，因其后座可以折叠放平来存放东西，从而改变了人们对车内空间的利用。

创新是循环的。成功的原创式创新在最终在市场上消失之前，可能不断地被增加创新，因为要么人们不再需要它，要么人们又原创出一种创新而彻底改变了我们原来做事情的方法。

创新过程内部也有几个周期，例如，在你迈向下一步之前，想出可能解决问题的方法的过程会进行几次。在你设计出令你满意的、别人也愿意购买的作品之前，你也许会根据一个理念，搞出好几个样品来。



描述创新过程的创新循环

机会

创新者和问题解决者尽量不要用消极的态度去看待问题。相反,他们应尽量将这些问题看作是帮助他人的机会、证明自己创新的能力和得到一次收获的机会。如果你认准了一次机会(而其他人把它看成是问题),而且如果你还认为自己能找出解决问题的办法,那么就可以接受这次挑战。

一个创新就是创造出某种事物,将其用于解决问题,并改变事物原来的做法。在你没有试验、你的想法没有起作用之前,不能将你解决问题的设想称之为创新,甚至不能称其为解决问题的方法。但是,如果你知道这样的解决方法会与人们以往采用的方法不同,而且更重要的是人们乐意去这么做,你就可以将你的想法称之为是一种潜在的创新。

识别机会的方法有多种多样。你可以选择“随时反应”,即等待自己遇到问题,或看到别人遇到问题,或读到别人遇到问题。你也可以选择“提前反应”,即积极寻找问题,通过阅读报纸找问题,或通过不同主题来提出一系列问题。例如:

机会识别单

主题:	冰冷的天气
出问题的机会:	人们滑倒
	门锁开不了
	水管冻住
	耳朵冻疼
	鸟挨饿
	……

调研

如果一个问题不简单,需要得到明确的解决,那么就要用复杂的原创方法。解决复杂的问题需具备足够的知识和技能,否则这些问题难以成为真正的机会。

当我们努力去解决一个问题时,要用一些方法来发现可能的解决途径。我们可以利用自己的经验:我们曾解决过类似的问题吗?怎么解决的?我们也可以借鉴别人的经验:我们是否知道有人能帮我们解决这个问题?我们是否知道有这样的书或录像能给我们一些指导?我们还可以应用“不言而喻的知识”,即虽然我们不知道某些事实,只是记不得其出处了。我们还有这样的情况,即对某些事的对错不十分有把握,只是感觉是对的。这就是所谓的直觉。

要想了解这样的难题,你必须要在动手之前进行适当的调研。不然的话,你就会发现自己瞎折腾,白浪费时间。所以从一开始就应仔细考虑,记住下面这句解决问题的名言:

“开始时投入时间调研,免得最后吃苦”。

创新

为了能把握机会成功地解决一个问题或进行一次创新,你需要明白,有很多事物会影响你,不过有些事现在还不明显。重要的是你要保持积极的思想,因为如果不能坚持不懈,创新往往难以成功,不过要想坚持不懈就需要自我激励。

关于影响因素值得记住的是,我们都是个体,影响一个人的事物,不论是正面的还是负面的,都不会以同样的方式影响到另一个人。因此,你将会从最适合自己做的事物中有所收益。

有些人如受到外界干扰就不能进行创造性思维。他们需要找到能够集中注意力工作的切入点,如远离电话和电视。另一些人则相反,他们喜欢有其他活动介入,因为只有当他们的注意力分散时,好的思路才会从潜意识中产生。

健康的体魄对清晰的思维很重要。如果我们身体有病或疲惫不堪,这时不适宜考虑解决问题,即使你已承诺要寻求对问题的解决。强迫自己去集中精力也不利于高质量解决问题。压力也是一个要考虑的问题。压力作为一个影响因素与其他问题的不同之处在于并非所有的压力对所有的人都是坏事。虽然压力会影响有些人的正确思维,但却能使另外的一些人努力工作,并使问题得到解决。

当人的动力是自发的,而非外来的时,动力就能发挥最佳的作用。假如你正逐渐失去对某一问题的兴趣,你或许会停止对该问题的解决。即便你对该问题已付出了大量时间和精力,那也是一种浪费。试着从另一个角度来考虑一下,用不同的方法来解决它,还可以吸引别人来参与。不要使问题的解决变得乏味平淡。

经验既来自于成熟的过程,也来自于利用多种机遇来发展知识和技能。没有人希望你能知道一切。你应该把创新者这个角色看作是“把握机会的人”。如果你不愿意使自己成为某个专门领域的创新者,最好学的知识宽泛一些,如需用专门的知识 and 技能时可请教别人。

日常饮食也会影响我们。即便我们认为自己健康,某些食品也能增进我们的思维能力和体能。例如,吃新鲜水果和蔬菜能提高我们的神经系统的反应速度。鱼油有助于思维和记忆,因为他们对维护信息存储和输出的神经系统有好处。同样,一些食物会起到消极作用。甜食在短时期内能增加你的能量,但随后会很快能使你的能量变低,这会使你的身体处于危险状态而非增强你的创造力。在饮食方面有两条重要的原则要记住:

正确的饮食习惯不是少食,而是合理进食。

在采取新的饮食计划前,先要听取专家的意见。

幽默感对我们大多数人有帮助,这也不只限于解决问题的时候。幽默不仅能帮助我们积极向上,笑掉错误,而且能帮助我们对付压力。它能帮我们进行人际沟通,和他人相处,还能帮我们缓解对我们的理念所提出的批评,并使我们能对那些奇怪的和抽象的理念进行思考。通过联想与概念构思,虽然我们不总是这么做,但是我们可以提出“垫脚石”性的思路来帮助我们解决问题。

影响

这是创新循环中,参与者为进一步认识所要解决的问题而投入精力最多的阶段。在这一阶段,人们讨论所有相关的问题,提出思路并进行检验。

愿

在整个创新过程中,交流是非常重要的。你要能够清楚地说明你的意图。如果你不能将你的思路说明白,就会引起误解,其结果是,你的想法要么被勉强接受,要么被抛弃。

所以,不论你想表达自己的理念还是记笔记,用绘画带说明是一种良好开端。要记住,一定要在笔记上注明日期,整齐归档,以便将来参考。你也可以与你一道进行潜在性创新工作的人执行“保密协定”(永远不要将原始记录交给别人,不管他们说如何有用。保存原始记录,把复印件给人)。

提出理念可以在你闲暇时,但是如果在有组织的活动中提出,其成果会丰富得多。提出理念的活动,或叫“头脑风暴”活动,应有2~8人参加,外加一名主持者。主持者在开始的5~10分钟内可以通过放有趣的录像片段,或问相关的问题,或做类似的事来启动该项活动。然后,为了从参与者那里得到尽可能多的理念,主持者将提出主要问题。在人们提意见时,主持者要确保大家遵守“不予批评”的原则,并使所提的意见不要远离议题(偏离议题一点是允许的,这可以使人们从不同的角度回到对议题的探讨)。当提出的意见在减少时,主持者还要不断激励大家。最好的办法就是准备一个解决问题的途径单。如:

理念提出活动途径单

问题:	门锁结冰
解决途径:	设计不结冰的锁
	在锁上放东西使冰融化
	采取措施防止锁结冰
	设计没有锁眼的锁

理念提出活动应该在有电话等干扰的房间进行,但是房间应有充足的自然光。如有可能的话,其窗外应有优美的景色,因为这样可以提供视觉刺激,当然视觉刺激也可来自室内展示图片和模特。整个活动期间都要有提神物,如各种饮料和甜食(糖果或蜜饯),这不仅是为会间休息准备,而且也是能量的源泉。这种活动根据议题可长可短,但不要少于1小时,因为等到人们进行正式发表意见的阶段就得20~30分钟。

虽然在这样的活动中可以提出一些可行的解决办法,但是有些人只是口头上讲出他们认为可行的事,那么他们头脑中的某些思考就会阻止另一些可行性思路的出现。除了能产生许多可能解决问题的方法外,头脑风暴还起到启动潜意识对问题继续思索的功能。

孵化

这是创新过程中的一个奇怪的阶段。其他阶段都要求参与创新的人积极地集中精力解决问题,但在理念孵化阶段,人们则需将思绪避开所要考虑的问题。要做到这一点可采用一种或多种方法。你可以做一些完全不同的事,或去散步,洗澡,晚上外出活动,阅读,看电视或睡觉。上述方法中有的对这些人适合,有的对另一些人适合。

创新

无论你决定尝试做什么，其目的就是要使你的潜意识能为有意识的头脑风暴活动中增加思路。这样的事不可能在一夜间取得成果，或许要用上几天，几周，甚至几年，因为潜意识要等待所需的信息与所要解决的问题相符，因而才能产生有意义的联系。无法保证在问题的解决期限内能从孵化阶段产生灵感。孵化阶段可能对问题的解决会有所帮助，但这个阶段是很难避免的。即便你想将从头脑风暴中所提出的思路直接送入检验阶段，你的潜意识还是会企图孵化它所产生的信息。

灵感

灵感的产生不是能够保证的，这也就是说你无法保证能找到对问题的创新性解决方法。或许你没有灵感也能找到解决问题的方法，但是不经过灵感阶段你绝对不可能创新，不管你经历过何种冲击和感受。对于一个能显著改变人们做事方法的答案，由灵感引发的解决方法不可能是一种明显的联系，不管这种联系看起来多么简单。

发明

不幸的是，完成了本阶段和前面所有的阶段，还难以保证成功。灵感激发出的理念需要发展成原型来检验。只有当一个可行的理念付诸实施，你才能说有了一项发明。

一旦你有了一项发明，就想得到其知识产权。当你寻找该项发明的开发时，这样做会使你处于有利地位。但在申请产权之前，还有很多方面需再考虑一下。例如，即使你的发明能申请到专利，这也要用上很长时间。但是如果该项发明时间性很强，你最好放弃专利申请的漫途，尽快使你的发明投入生产。

创新

只有当一项发明被设计出来投入生产，它才能进入大市场。也只有当这项发明在市场上经历了一段时间的成功之后，并且使用户成功地使用该发明时，它才能称得上是一项合格的发明。虽然这个阶段取得了成功，在创新循环中还需返回到调研阶段。因为市场对创新的反馈要求对其进行增加式改进。这样新一轮创新又开始了。

成功

一项创新的成功程度可用几种方式来检测：它所创造的利润，它所帮助的人数，它对社会的影响程度，它的使用寿命，它所引发的其他创新的数量以及它所带给发明者的荣誉等。从挑战一开始，可能创新的人就要把对成功的想像看得很重要，否则他们就会失去原动力。

个人创新潜能测试

下面的检查表旨在提高你对影响个人创新潜能因素的认识。我们成功创新的潜能每天都不同，甚至在一天中的不同时间也不相同。该检查表涵盖了经验背景、外在因素和内在因素，帮你确定参与创新活动的最佳时间，还帮你调整不利因素，提高成功的机会。

园