《企业家财智书坊》专家委员会

名誉主任

郑新立　中央政策研究室副主任
吕　政　中国社会科学研究院工业经济研究所所长、研究员、博士生导师
张新民　对外经济贸易大学国际工商管理学院院长、教授、博士生导师
尹援平　中国企业联合会常务副理事长、中国女企业家协会副会长、企业管理出版社社长
孙选中　中国政法大学商学院常务副院长、教授

总　编

邓荣霖　教授、中国人民大学商学院博士生导师、中国企业联合会理事
卢东斌　教授、中国人民大学商学院博士生导师、中国工业经济开发与研究促进会副理事长
何明珂　教授、北京工商大学商学院副院长、博士
李　东　教授、东南大学经济管理学院企业管理系主任、经济学博士
方　虹　教授、北京航空航天大学经济管理学院博士后

副总编

李建明　博士、中国企业联合会研究部主任、研究员
彭玉冰　博士、中山大学管理学院博士后
　　科龙电器股份有限公司集团人力资源部总监
邹亚生　副教授、对外经济贸易大学金融学院企业金融系主任、经济学博士
郭武文　副教授、中国政法大学商学院国际商务教研室、经济学博士

编　委

李俊元　经济学博士、国家发展改革委员会投资司副处长
时宝东　管理学博士、北京国际信托公司总经济师
张玉杰　经济学博士、清华大学创业研究中心研究员 中国企业管理培训中心教授
戴念龄　经济学博士、北京大学光华管理学院副教授
宋　刚　经济学博士、商务部政策研究室副处长、青年学者、吴玉章奖学金获得者
黄　河　经济学博士、水利部发展研究中心处长
李　布　管理学博士、国务院发展研究中心副研究员、中关村科技园博士后
吴京芳　管理学博士、国家财政部税则司、吴玉章奖学金获得者
高建光　管理学博士、中国船舶工业总公司办公室

《企业家财智书坊·第一辑》各分册主编

第一分册　《创意智慧》

邹亚生　对外经济贸易大学金融学院企业金融系主任、管理学博士、副教授

第二分册　《全球青少年市场》

郭武文　中国政法大学商学院副教授、经济学博士

第三分册　《财富女性》

方　虹　北京航空航天大学经济管理学院教授、社会科学研究院财贸所博士后

第四分册　《跨文化商业行为》

李　东　东南大学经济管理学院企业管理系主任教授、经济学博士

需要全本请访问 www.ertongbook.com

企业家财智书坊·第一辑
QIYEJIACAIZHISHUFANG · DIYIJI

创意智慧

Ideawise

How to Transform Your Ideas into Tomorrow's Innovations

【美】
史蒂夫·里夫金
弗雷泽·赛特尔 著
邹亚生 译

企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

创意智慧/[美]史蒂夫·里夫金,弗雷泽·赛特尔;邹业生等译. —北京:企业管理出版社,2003.12

ISBN 7-80197-015-2

Ⅰ.创… Ⅱ.①里… ②赛… ③邹… Ⅲ.企业管理-基本知识 Ⅳ.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 000163 号

Idea Wise: How to Transform Your Ideas into Tomorrow's Innovations

Copyright © 2002 by Steve Rivkin and Fraser Seitel

All Rights Reserved. Authorized translation from the English language edition published by John Wiley & Sons, Inc. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, scanning or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体版由 John Wiley & Sons, Inc 授权企业管理出版社出版,未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局 著作权合同登记图字 01-2004-0287 号

书　　名:创意智慧

作　　者:[美]史蒂夫·里夫金　弗雷泽·赛特尔

译　　者:邹业生 等

责任编辑:群力

书　　号:ISBN 7-80197-015-2/F·016

出版发行:企业管理出版社

地　　址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号　邮编 100044

网　　址:http://www.cec-ceda.org.cn/cbs

电　　话:出版部 68414643　发行部 68414644　编辑部 68428387

电子信箱:80147@sina.com　emph1979@yahoo.com

印　　刷:北京市星辰印刷厂

经　　销:新华书店

规　　格:880 毫米×1230 毫米　32 开本　6.63 印张　168 千字

版　　次:2004 年 1 月第 1 版　2004 年 1 月第 1 次印刷

定　　价:19.80 元

版权所有　翻印必究·印装有误　负责调换

《企业家财智书坊》
出版说明

近年来，我国的企业家队伍在不断成长，涌现出大批优秀的企业家，国有企业的经营管理者正逐步向真正的企业家转变，民营企业家队伍在不断发展壮大。随着我国经济的飞速发展和改革开放的日益深入，我国综合国力的进一步提高，中国的企业家将真正走出国门，全面参与国际竞争。在激烈的国际竞争中如何立于不败之地是摆在我国企业家和经理们面前的严峻课题。科技飞速发展，产品更新换代的速度不断提高，市场千变万化，顾客的要求越来越多样化，对产品质量和服务水平的要求越来越高，产品创新和企业创新越来越重要。所有这些都要求我国的企业家要不断更新观念，密切关注国际市场的动向，掌握最新的经营理念和管理方法。当代的国际竞争是管理的竞争，是科技的竞争，更是创新的竞争，创新已经成为当今企业管理的主题。

《企业家财智书坊》是由北京专家翻译网组织国内十余所一流商学院的几十位专家学者共同推出的一套系列丛书，本套丛书主要从国外精选最新的富有特色的经济管理类学术著作，同时精选国内学术界权威专家和青年骨干教师的学术成果。这套丛书以企业家和经营管理人员为主要读者对象，同时对于大学经济管理的师生、政府部门的官员、经济管理咨询人员等都极具参考价值。丛书的宗旨是为企业管理界提供实用性强、时效性和权威性高的精品读物，帮助我国企业家和经营管理者掌握国际上最新的管理方法，借鉴国外

的先进管理思想，更快地提升经营管理水平和创新能力，以应对国际竞争的挑战。

本套丛书由北京专家翻译网（北京华译网文化交流有限公司）策划并组织翻译。北京专家翻译网由清华大学、北京大学和中国人民大学的几位教授创办，致力于国外经济管理类经典学术著作的翻译和引进，以及大型工程项目资料的翻译。北京专家翻译网曾成功地组织翻译过《实至名归：做一个真正的企业家》、《临时管理》、《领导者的优势》、《企业失败案例分析》、《美国小企业管理系列丛书》、《企业家精神》、《战略旅程》、《零售学精要》、《领导者与领导过程》、《人员选聘心理学》、《绩效管理》、《创新与总经理》、《创业管理》、《商业计划》等30多部经济管理类经典图书，在图书策划和翻译领域具有深厚的经验和坚实的基础。

在本套丛书的选题、翻译、封面和版式的设计上，我们坚持高水平和高标准的原则，力求奉献给读者一套内容独到、翻译准确、文字流畅、阅读起来轻松自如的工商管理精品图书。

在本套丛书的策划和翻译过程中我们得到了中央政策研究室副主任郑新立、中国社会科学研究院工业经济研究所所长吕政研究员、中国企业联合会常务副理事长尹援平女士和著名节目主持人、申奥形象大使、阳光文化董事局主席杨澜女士，以及商务部、发改委和财政部等有关同志的大力支持，他们为本套译丛提出了许多中肯的建议并给予热情的帮助，在此我们表示衷心的感谢。

《企业家财智书坊》编辑委员会

北京专家翻译网

2004年1月

需要全本请访问 www.ertongbook.com

邓荣霖序

创新是近年来企业界和理论界出现频率最多的一个热门词汇之一，创新已经成为企业生存的必要条件，不创新就会灭亡，至少会萎缩，现代经济发展的根本动力在于创新。美籍奥地利人、经济学家约瑟夫·熊彼特早在1912年就从经济学的角度系统地提出创新理论。熊彼特认为，创新有五种基本类型：开发一种新产品；采用新的生产方法或新工艺；开辟新市场；取得或控制原材料或半成品的一种新的供给来源；形成新的产业组织方式或企业重组。现在，该理论已经被发展为技术创新、体制创新和管理创新三个基本方向。

技术创新是企业赢得竞争、快速发展的重要战略，是培育企业“核心能力”、增强企业长期竞争优势的关键。注重核心能力的培育，也反映了经济全球化时代企业竞争的基本特征，企业竞争优势已逐步从传统的物质产品转向信息化、网络化和连续化的创新能力。IBM多年来在获得美国新专利方面都处于领先地位，每年获得大约3000项新专利。近几年这个数目正在以50%的年增长率上升。IBM的股市业绩良好，甚至在艰难时期也如此，这是该公司不断进行技术创新的结果。

美国经济增长有大约80%源于技术进步，仅20%左右源于资本积累。哈佛大学教授萨克斯说，在全球化的经济中，任何一个社会的经济核心问题都是：如何运用世界各国的科学技术来提升本国综合国力和竞争力。历史经验却非常清楚地表明，在过去50年、100年、200年中收入增长的主要源泉并不是资本的积累，而是技术的进步。据统计，目前世界500强企业研究开发的费用(R&D)占全球的近70%，它们垄断着世界技术创新70%以上的成果。

体制创新的目的是使企业其管理水平和技术水平也处于最佳状态，使企业最终获得成功。戴尔经营模式是运用网络商务并根据顾客需求，突出技术创新和定制产品，尤其注重产品供应的体制。比尔·盖茨不是专业化技术的领先者，使他成为世界首富的视窗系统也并不是他的发明，但由于他构筑起适应新经济发展的新体制，并以强大的营销宣传与手段占领了市场，把此项技术发明者苹果公司远远地抛在了后面。仔细研究一下这些优秀企业的运营体制，对我们开拓新经济发展是颇有教益的。美国思科公司首席执行官钱伯斯说："最好的技术不一定能成功，市场最终还是要打败技术。"

产品不仅仅是技术的产物，而且是管理的产物。在本质上，产品创新就是管理创新，管理创新是创造市场的基本动力。

中国企业家调查系统显示，虽然我国企业技术创新、管理创新和制度创新都有不同程度的进展，但总体创新水平不高，特别是观念创新难度较大，管理组织形式的创新相对滞后，技术创新人才缺乏，制度创新有较大差距。我国刚刚加入 WTO，企业的生存环境变得更为复杂艰难，经营者肩负的任务更加繁重。

《创意智慧》一书揭示了各种创新的方法，告诉人们如何培养解决问题、推动企业发展的绝妙想法。书中讲述了怎样借用已有创意并加以创造性的变通，从而获得新产品和新方案。作者提出对创意进行微小的变化就能对企业产生巨大的影响，你会从书中掌握许多简洁易懂的创新方法。

本书作者史蒂夫·里夫金和弗雷泽·塞特尔从人的心理和思维等角度提出许多全新的观点和思路，这些观点和思路对于我国企业家和经营管理人员具有非常有益的参考价值。

邓荣霖
中国人民大学商学院教授
博士生导师

内容提要

创新是当今企业成功的关键要素之一，然而，各个公司在寻找真正的“新”创意时常常卡壳。其实企业不一定非得从头开始或者高薪聘请顾问来达到创新的目的。相反，你必须明白那些创造性的、活力十足的创意已经存在了，只是有待于我们去稍加修改为己所用，这就是所谓的创意智慧。

作者在本书中揭示了各种创新的方法，告诉人们如何培养解决问题、推动企业发展的绝妙想法。他们讲述了怎样借用已有创意并加以创造性的变通，从而获得新产品和新方案。对创意进行微小的变化就能对企业产生巨大的影响，你会从书中掌握大量简洁易懂的创新思路：用替换人方法赢得创新；巧妙运用组合、整合与结合的方法；使用放大或缩小的方法；在已有创意的基础上挖掘新视角、新方法和新用途；消减冗余；运用逆转、重组、回归、颠倒或调整的方法；从历史和传统中寻找创新的灵感等等。

任何人都可以富于创造性，你可以借助逻辑、常识和实践来发现新创意。

英文版序

我在大通·曼哈顿银行(The Chase Manhattan Bank)工作了35年,在此期间经常需要思索如何改善经营业绩,如何增加利润。银行从业人员常因其职业特性而遇到大量成功和失败的公司案例,在评估同类经济部门下竞争者们的经营方面独具优势。不管在过去还是现在,他们都是通过对资产负债表、损益表、现金流量表和其他经济数据的精密分析来评估其信誉和发放信贷。

但是除了硬性的财务数据外,还要考虑一些实践因素——有人称之为"公司文化"——它们是真正优秀的公司脱颖而出的动因。这些实践活动形式各异,从弹性工作制、公司的艺术策划到定点日托中心,是公司隐形的,但是确确实实存在的重要因素。一些真正成功的公司,如通用电气、微软和英特尔等,都以开拓创新而闻名于世。

作为一名银行首席执行官,我本来应该更多地吸纳在世界各地观察到的创新思维并在大通银行推行,这样做具有十分重要的意义。但那时我没有创意智慧(IdeaWise)这本书作为指导,因此我当时并没有充分开展创新活动。

你们现在幸运多了,不会再有同样的遗憾。

史蒂夫·里夫金和弗雷泽·塞特尔为各公司总裁、企业家以及政府和非盈利性部门的领导提供了宝贵的资源。本书笔调风趣、见解深刻而富有鼓动性，任何想使其公司或组织卓有成效，得到扩张和保持朝气的人都很有必要阅读此书。

大卫·洛克菲勒

大通·曼哈顿银行前董事长、执行总裁

目录

前　言　/1

第 1 章　每个人都有创造力　/1
第 2 章　要获得创新只能靠自己　/9
第 3 章　寻找,就会发现　/21
第 4 章　托马斯·爱迪生的创新思想　/37
第 5 章　用替换的方法赢得创新　/49
第 6 章　创意往往是巧妙运用组合、整合与结合的结果　/63
第 7 章　越大越好还是越小越好　/85
第 8 章　挖掘新视角、新方法和新用途　/101
第 9 章　消减冗余　/115
第 10 章　逆转、重组、回归、颠倒或调整　/133
第 11 章　还原:从历史和传统中寻找创新的灵感　/145
第 12 章　先创造,再判断　/163
第 13 章　最后的话:创新需要勇气　/181
编后语　/191

需要全本请访问 www.ertongbook.com

前言

你知道怎样获取灵感吗？是像做瑜珈功那样，盘着腿苦思冥想……还是爬到山巅，呼吸着清凉的空气，让自己的想像自由飞翔？

都不是。

坦白来说，我们多数人都算不上很富有创造力。当然，偶尔我们也会冒出几个灵感的火花？

不幸的是，如果你和我们一样，不仅不精通绘画、表演、弹奏钢琴、演唱，就连打牌技巧也知之甚少，那你还能指望被称赞富于创造力、朝气蓬勃，特别善于发现灵感创意吗？

当然不能了。

本书将告诉你如何去做。

也就是说本书将告诉你怎样变得富有创意的智慧。

假设你承担了创新服务项目的任务，或者作为广告代理竞争一位新客户，或者你遇到了组织方面的难题，或者贵公司要推广一个新商标，抑或去年的基金筹措者出师不利等等。

“对于以上这些问题，谁有什么好主意吗？”

在一场会议中你会听到多少这样的问题？又有多少次你告诉自己说：“我需要的是一个新创意”？

一提到“新创意”，多数人都会猜想你谈论的是一种新产品，毕竟美国仅2000年就推出了26 000多种新产品。

但是，我们在这里所指的新创意的内涵可要更宽一些。

一个新创意来自于创新思维，它可以解决一个问题，促进明天的成功，推动公司和你自己的事业的发展。

传统的组织思维提供了解决问题的六步模式：

1.定义问题。
2.分析潜在的原因。
3.找到可能的解决方案。
4.选择最佳方案。
5.设计执行的方案。
6.实施方案并评估结果 。

商业人士常常殚精竭虑地分析问题，但这不是重点，真正的目的是解决问题，这是真正的资本。

所以第三步用了粗体字，本书全文就是围绕第三步展开的，因为没有解决方案就等于一事无成。

当你富有创意智慧时就会意识到那些极有创造力、极具创新

性的最佳创意其实就近在咫尺，就等着你去发现。

之所以没有发现这些创意是因为人们抱有这样一种愚蠢的观念，认为真正的创造非常神奇地萌生于某些内在精神或某些外界灵感。

这其实是无稽之谈。

其实创新所需要的只是单纯、专一和坚定的决心，来挖掘、储存和聚焦已有的优秀创意。

寻求新的创意并不意味着一切从头开始。

女士们、先生们，这里有一个令人震惊的说法：我们都可以借用一个已有的创意，只要你对它加以修改为你所用就不失为明智之举：

●适用：华盛顿一家医院借鉴了佛罗里达州一个慈善机构的资金筹措方法，成为有史以来最为成功的筹资者。

●替换：包括替换方法、材料、成分或外观。莎士比亚的《罗密欧与朱丽叶》就是这样被改编成《西城故事》的。

●整合：爱滋绷带就是通过在衬垫上涂上抗生素药膏制成的。

●放大或缩小：麦当劳和披萨哈特公司正在缩减其店面以便进入机场候车室从事经营。

●改制：有一家公司将发酵粉改制成冰箱除臭剂、腋下除臭剂和一种牙膏成分。

●消减：土星公司致力于消减购车过程中顾客对于推销员的畏惧和厌恶之情。

●逆转：玩具制造商乐高(Lego)公司彻底改变其错误的多元化战略，重新回归到其核心业务上。

●还原：商业银行恢复其旧有价值，为顾客和小企业融资提供长时间和个性化服务。

最好的消息是——你可以做到！

准备好借用现有的优秀创意了吗？

请将本书读下去吧，你将变得更富有创意智慧。

第 1 章

每个人都有创造力

你可能会说："我希望把事情做好，但是我没有创造力。"

不，你有创造力，我们都有。

你只是忘记了怎样展现创造力，或者是你已经放弃了创造。

事实上，我们都具有另辟蹊径地思考和解决问题的能力。

大量对基层结构的研究显示，其中 2/3 的人拥有高于平均水平的创造力。

几十年来的心理学试验显示，创造力呈正态分布。也就是说，我们所有人都拥有一定程度的创造力。

那么是什么阻碍了新创意的产生呢？

原因五花八门，有时候是因为长大后我们不再有想像的冲动；有时候是老板们阻碍了创意的形成；还有的时候是自己的

预期太高,遏制了创意的产生。

孩子们都可以做到

我们从这方面的真正专家——儿童开始着手研究。

让一群二年级的学生环坐在教室里，给他们展示一个切掉两端的空罐子,然后询问他们可以用它做什么。结果呢,答案五花八门:

- 装虫子的笼子。
- 蚂蚁的家。
- 存钱罐。
- 踢着玩。
- 小人国的洗衣机。
- 玩偶的帽子。
- 电话。
- 半支高跷。
- 猫的玩具。
- 给爸爸的人力压榨机。
- 熔化后制成“动力骑兵”玩具。

现在，将同样的空罐子拿给一群来自美国各公司中爬升很快的中层管理者看。

“请在60秒内说出这个空罐子的所有可能用途。

这个,这个……众人语塞。

需要全本请访问 www.ertongbook.com