

思维创新是一切创新的基本特征和根本途径

思维创新

思维创新的八个取径

那子纯◎著

思维创新的总门径：品格修炼 习惯养成



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

思维创新是一切创新的基本特征和根本途径

思维创新

思维创新的八个取径

那子纯◎著

思维创新的总门径：品格修炼 习惯养成



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

思维创新：思维创新的八个取径/那子纯著. - 北京：中国经济出版社，2007. 12

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8268 - 0

I. 思… II. 大… III. 石油工业—工业企业管理—经验—大庆市
IV. F426. 22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 160693 号

出版发行：中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址：www. economyph. com

策划编辑：孙岩 (电话：010 - 68359418)

责任编辑：张安

技术编辑：常毅

美术编辑：白长江

经 销：各地新华书店

承 印：人民美术印刷厂

开 本：1/16

印张：21. 75 字数：222 千字

版 次：2007 年 12 月第 1 版

印次：2007 年 12 月第 1 次印刷

印 数：3000 册

书 号：ISBN 978 - 7 - 5017 - 8268 - 0/F · 7261

定价：56. 00 元

版权所有 盗版必究

举报电话：68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话：12390

服务热线：68344225 68369586 68346406 68309176

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目 录

序 言/1

1 问题的提出 /1

- 1.1 一切战略和执行问题,归根结蒂首先是思维的问题/1
- 1.2 抽象与还原,是一切学问最好的循环方式/1
- 1.3 原创的价值不尽在于其正确性/2

2 引子 /3

- 2.1 世界是变化的,不变只是变的一种表现形式/3
- 2.2 变化的客观性与主观性/3
- 2.3 变化的本质就是竞争/4
- 2.4 知变、应变与求变/4
- 2.5 知变、应变、求变的本质就是提升核心竞争力/6
 - 2.5.1 知变之道,在于学习/7
 - 2.5.2 应变之本,在于实践/7
 - 2.5.3 求变之要,在于创新/11

- 2.6 没有低素质的员工,只有低素质的管理者/12
- 2.7 创造性地工作,是一切工作的本质要求和最高境界/13
- 2.8 “创新度”已经成为衡量企业投资价值的最佳“晴雨表”/14
- 2.9 创新的条件性/15
- 2.10 “不易”、“简易”与“变易”/15
- 3 两大职场困扰 /18
 - 3.1 工作中我们为什么常常苦于没有思路、有了思路为什么又常常不够切合实际/18
 - 3.2 用什么理念指导工作、用什么方法解决问题/18
- 4 选取路径/19
 - 4.1 假如思维创新是一朵“雪莲”/19
 - 4.2 培养抽象的意识与抽象的能力/19
 - 4.3 不能陷入“文字相”/20
- 5 四个前提性问题/21
 - 5.1 什么是创新/21
 - 5.1.1 广义、初始性/21
 - 5.1.2 狭义/21
 - 5.1.2.1 科学性/22



- 5. 1. 2. 2 应用性/22
- 5. 1. 2. 3 “人文性”/23
- 5. 1. 2. 4 相对性/25
- 5. 1. 3 求知与求实/25
- 5. 1. 4 “三个高度统一”/26
 - 5. 1. 4. 1 形式与内容/26
 - 5. 1. 4. 2 理论与实践/27
 - 5. 1. 4. 3 人性与自然规律/27
- 5. 2 为什么创新/28
 - 5. 2. 1 创新观/28
 - 5. 2. 2 “功利性”/29
 - 5. 2. 2. 1 战略化的企业/30
 - 5. 2. 2. 2 制度化的员工/30
 - 5. 2. 2. 3 人性化的管理/32
 - 5. 2. 2. 4 “做实”才是功力/32
 - 5. 2. 2. 5 企业的目的,就是使人升值/33
 - 5. 2. 2. 6 创新不论大小,创新无处不在/33
 - 5. 3 如何去创新/34
 - 5. 4 思维是什么/35
 - 5. 4. 1 思考、思维、思想的区别/35
 - 5. 4. 2 如何改善思维方式与思维习惯,才是一个根本性的问题/36
 - 5. 4. 3 “维度”的底蕴/37



6 思维创新的八个取径/38

- 6.1 思维是可以训练的/38
- 6.2 第一个取径,养成假设的习惯——超前的思维/38
 - 6.2.1 假设是创新的开始/39
 - 6.2.2 具有洞察力、前瞻力的人是善于提出假设的/41
 - 6.2.3 现有知识有很强的局限性/42
 - 6.2.4 真正的智者善于超越知识局限提出假设/43
 - 6.2.5 提出假设的能力就是创新能力/44
 - 6.2.6 再及创新的相对性/45
 - 6.2.7 勇气是创新者所应必备的素质/46
 - 6.2.8 思维创新需要想象力/47
 - 6.2.9 搞经济、搞企业管理,尤其离不开假设/52
 - 6.2.10 经济规律反映的就是人性的规律/57
 - 6.2.11 大庆精神与铁人精神就是我们的核心竞争力/58
 - 6.2.12 德鲁克的惊人假设/63
 - 6.2.13 企业管理不是科学,只是实践/65
 - 6.2.14 假设的下意识应用/65
 - 6.2.15 假设的水平往往决定工作的水平/66
 - 6.2.16 将某一假设作为目标会迅速带动全面创新/68
 - 6.2.17 养成了假设的习惯,创新的能力就会提高/68
 - 6.2.18 不同的假设会形成不同的工作方式与重心/70
 - 6.2.19 假设的错误,会带来很严重的恶果/72



- 6. 2. 20 小结/73
- 6. 3 第二个取径, 树立强烈的问题意识——实际的思维/74
 - 6. 3. 1 发现了问题, 就等于是发现了创新的对象/74
 - 6. 3. 2 管理者的真本领在于发现和解决问题/75
 - 6. 3. 3 有了问题意识, 就等于有了创新意识; 有了解决问题的本事, 就等于有了创新的能力/76
 - 6. 3. 4 要以问题为中心进行管理/78
 - 6. 3. 5 最大的问题是总没时间去做更有价值的事/79
 - 6. 3. 6 问题不分大小, 一律不可忽视/79
 - 6. 3. 7 真正的管理高手是能将问题当作机会/79
 - 6. 3. 8 不断地把原因当作结果去分析原因/80
 - 6. 3. 9 解剖大庆局的问题/80
 - 6. 3. 10 小结/84
- 6. 4 第三个取径, 尽最大可能地发散思维——活跃的思维/84
 - 6. 4. 1 要学会从给定的信息中生成新的信息/85
 - 6. 4. 2 发散思维需要开发好、调动好、准备好潜意识/87
 - 6. 4. 3 要跨专业、跨行业、跨国度思考问题/88
 - 6. 4. 4 要用普遍联系的观点观察事物/89
 - 6. 4. 5 要高度关注细微之变/92
 - 6. 4. 6 “雾状”思维/92
 - 6. 4. 6. 1 求异思维与“用弱”谋略/93



- 6.4.6.2 围棋的哲学/94
- 6.4.6.3 自杀式的思维/97
- 6.4.6.4 与其追求“正确”，不如追求效果/98
- 6.4.6.5 “不二法门”的思维/102
- 6.4.7 发散思维还要有一个阳光的心态/105
- 6.4.8 历史地看问题/106
- 6.4.9 用发展的眼光看问题/108
- 6.4.10 用比较的眼光观察事物和分析问题/109
- 6.4.11 欲“此”先“彼”，往往是捷径/113
- 6.4.12 发散思维是可以训练的/115
- 6.5 第四个取径，不断地自我否定——勇敢的思维/117
 - 6.5.1 自我永远是一个固定的含量/118
 - 6.5.2 自我否定是进步的需要，也是进步的象征/118
 - 6.5.3 自我否定需要勇气战胜自己和蔑视权威/118
 - 6.5.4 否定就是创新的开始——创新的否定性/119
 - 6.5.5 思维创新的愉悦性/120
 - 6.5.6 有时否定性的剔除比肯定性的充实还重要/120
- 6.6 第五个取径，培养和磨练直觉——敏锐的思维/121
 - 6.6.1 在速度决定胜负的今天，直觉决策更重要/121
 - 6.6.2 集体偏见是创新的天敌/122
 - 6.6.3 重要的少数与次要的多数/123
 - 6.6.4 直觉是实践的产物、实践的积累、实践的升华/124
 - 6.6.5 灵感比汗水更重要/126



- 6. 6. 6 兴趣、好奇心、亲自动手/127
- 6. 6. 7 办企业,需要“天才级”人物/129
- 6. 6. 8 在靠速度取胜的今天,学习就是实践/129
 - 6. 6. 8. 1 建设性思维是高效学习的最佳取径/130
 - 6. 6. 8. 2 做天才的学习者/131
 - 6. 6. 8. 3 我的几点经验/133
 - 6. 6. 8. 4 学习的目的全在应用。“学,然后有直觉”/136
- 6. 7 第六个取径,更广泛地使用和开发工具——简便的思维/140
 - 6. 7. 1 工具的特征就是时代的特征、思维的特征/141
 - 6. 7. 2 工具代表一个时代的理念力量与知识力量/141
 - 6. 7. 3 使用工具是基本能力,开发工具是创新能力/142
 - 6. 7. 4 一切皆可量化,管理皆需量化/147
- 6. 8 第七个取径,时刻自问自答——追问的思维/149
 - 6. 8. 1 永远的问题/150
 - 6. 8. 2 对一些根本性的问题永远不能轻视或厌烦/150
 - 6. 8. 3 养成自问自答的习惯遇事会更有办法/154
- 6. 9 第八个取径,思无定势——如水的思维/157
 - 6. 9. 1 最好的思维方式,是没有方式/157
 - 6. 9. 2 要注意及时消解思维定势/157
 - 6. 9. 3 从众思维要不得/159
 - 6. 9. 4 思维的民族性、地域性特征/161
 - 6. 9. 5 风格也是定势/163



- 6.9.6 “内训”对国企来讲价值巨大/165
- 6.9.7 办事不能一味地讲依据、讲程序/175
- 6.9.8 思维在形成定势的过程中是有益的，而一旦形成、固化下来，则是有害的/176
- 6.9.9 思维如水/177
 - 6.9.9.1 “居善地”——选择式思维/178
 - 6.9.9.2 “心善渊”——系统性思维/179
 - 6.9.9.3 “予善天”——给予式思维/183
 - 6.9.9.4 “言善信”——诚信思维/190
 - 6.9.9.5 “正善治”——洗涤式思维/192
 - 6.9.9.6 “事善能”——自由变幻的思维/192
 - 6.9.9.6.1 要自由地变幻思维方式/193
 - 6.9.9.6.2 思维的层次性特征/195
 - 6.9.9.6.3 思维的环境性特征/196
 - 6.9.9.6.4 运用之道，全在方法/198
 - 6.9.9.6.5 “选点”是变幻思维方式的前提/208
 - 6.9.9.7 “动善时”——准确把握时机的思维/209
 - 6.9.9.8 “不争之争”/210
 - 6.9.9.9 再及思维的愉悦性特征/210
 - 6.9.9.10 游戏、语言与思维模式的民族性/213
 - 6.9.9.11 先哲们从水中悟出的道理/217
 - 6.9.9.12 可怕的“材料思维”、“文本思维”/222
 - 6.9.9.13 曾总的讲话/223



- 6.9.9.14 人与人的根本差别是思维方式上的差别/227
- 6.9.9.15 可怕的集体思维方式/229
- 6.9.9.16 又及思维的民族性/232
- 6.9.9.17 重在养成好的思维习惯/234
- 6.9.9.18 基层蕴含着无限的创新生机/236
- 6.9.9.19 干部工作的核心竞争力/237
- 6.10 小结/243

- 7 案例分析/244
 - 7.1 “从头到脚”包含着创新元素的人物/244
 - 7.2 伟大的爱因斯坦/244
 - 7.2.1 犹太文化背景/244
 - 7.2.2 家庭环境的熏陶与影响/247
 - 7.2.3 爱因斯坦的个性/251
 - 7.2.4 创造力的爆发/253
 - 7.2.5 品格的力量/260
 - 7.2.6 灵动的语言,跳跃的思维/270
 - 7.3 神奇的爱迪生/279
 - 7.3.1 家庭及成长环境/279
 - 7.3.2 独特的精神气质与想象力/281
 - 7.3.3 成功的“秘诀”/287
 - 7.4 世界首富的思维/288
 - 7.5 解读伟人是洞悉思维创新的捷径/294



- 7.6 加拿大文化及其所折射的思维方式/297
 - 7.6.1 节俭精神与实用主义/297
 - 7.6.2 对生活的热爱/301
 - 7.6.3 对人的尊重及博爱的情怀/306
 - 7.6.4 对自由的理解/312
 - 7.6.5 宗教的作用/313
 - 7.6.6 什么是真正的培训/314
 - 7.6.7 “人治”是最好的管理/315
 - 7.6.8 最大限度地开发和利用工具/316
 - 7.6.9 做好本职,才能创造自己的天堂/319

8 结束语/321

- 8.1 结论/321
- 8.2 结束语/328



序 言

这是一本直接以企业“内训”授课稿的面目出版的、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,是因为这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兴趣时间。

我在本讲稿中一再强调:企业管理,不是科学,全是实践,并且只是实践。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了几句恭维的话——何况这恭维未必能够贴切和到位。

名人出书、官员出书、名人而官员出书,向为我所疑忌。但出版本讲稿,我却全无顾忌——全是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。特别象我们大庆石油管理局这样的特大型国有企业，以石油工程技术服务为主，既有钻井、勘探、化工、油田施工建设这样的主营业务，又有装备制造、供水、发电、通信、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。所以去年初负责企业培训工作时，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，就在去年的 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该讲座，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 3 到 5 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，可以向中石油系统推介“内训”的精品课程，甚至在大庆承办中石油的培训项目。我想，以大庆油



田的这些精品课程,以大庆油田“铁人纪念馆”、1205 钻井队等传统教育基地,以大庆周边的湿地、扎龙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,办好这些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,象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,大家听得意犹未尽”、“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”、“深刻而多采”、“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”,有人总结出 6 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。

2007年9月27日

作者于大庆油田