

<<商场就是游戏场>>

图书基本信息

书名：<<商场就是游戏场>>

13位ISBN编号：9787509209097

10位ISBN编号：7509209099

出版时间：2012-9

出版时间：中国市场出版社

作者：（英）斯图尔特，（英）西蒙斯 著，杨晨光 译

页数：235

字数：175000

译者：杨晨光

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商场就是游戏场>>

前言

抓住那头奶牛 我是一个天生的冒险家，总是不断地寻求各种挑战——不管是让一个行业发生剧变，还是乘着热气球环球航行——我都会投身其中，并借此激励自己(有时差不多是这样)。

这种对于新事物的热情和开明宛如幼童。

当我还是孩子的时候，我和家人们常常坐在餐桌旁讨论各种各样的商业创意。

对于我和姐妹们来说，父母的这些讨论是那样精彩、有趣，以至于到现在我还保留着那些美妙的回忆。

在我16岁的时候，我迈出了生意场上的第一步——出版一份杂志。

接下来，我又尝试卖打折音像带。

在进行这些商业冒险的时候，我其实并不知道自己在干什么……直到“维珍”(Virgin)这个品牌的创立。

我以为我的那些想法是不错的主意，但我根本不懂什么是“商业计划”，只是冒冒失失地去闯天下。

从那时起，我做过的数不清的买卖，有些很成功(还有一些最好被忘掉)。

现在，“维珍”这个品牌已经遍布大街小巷，无论是在航天飞机上，还是在温泉洗浴中心，都可以找到维珍集团的产品。

我不再是一个生意场上的菜鸟，但我时刻铭记着当初踏入商场时的信条。

“抓住那头奶牛，里基，”妈妈常说：“要是你想喝牛奶，不能只是在屋里等着奶牛来找你。你必须出去，抓住奶牛，自己把奶挤出来。

”这正是我一直在做的事情。

我很幸运，在各种各样的生意里赚了一些钱。

我明天就能退休去过舒心日子。

但我热爱着我的事业，所以从来没有过退休这个念头。

说起这本书，它讨论的是商业创意的开发和实现——我不敢想象在唠叨这个话题的时候却没有我的份儿——释放我们大脑中的创造潜能，并把它运用到实践中去以实现我们为自己确定的最高的商业目标。

在戴夫·斯图尔特和安妮·蓝妮克丝创建舞韵合唱团(Eurythmics)时，我就有幸结识戴夫，到现在已经有30年了。

我一直对他钦佩之至，不仅佩服他的音乐才能，也佩服他对商业直觉般的理解力。

同我一样，他真的很喜欢那些了不起的创意，并一直积极地把那些最好的创意变成现实。

在维珍集团里，如果某人提出好的想法，我的第一反应总是：“落实它，实现它。

”戴夫也是这么做的。

在这本书的字里行间充满了戴夫和马克对于创新的热情，以及如何把创新落实在商业实践中以实现业绩飞跃。

本书将激发我们心中如孩子般的创新潜能。

我能够想象，许多读者将在本书中获取灵感并能够亲身实践。

本书从不同视角剖析创新的本质，囊括了大量活生生的案例、商业趣事和面向创新思想家的专访，此外还有一些建设性的小游戏和辅助阅读材料。

要是你在这本书中得到的收获有我一半多，那么你就是个“危险人物”了。

从我与家人坐在餐桌旁讨论商业创意的那一刻起，我就开始踏入这个“商业游乐园”。

多年来，我一直“玩”得乐不思蜀，并希望能一直“玩”下去，再“玩”许多年。

让戴夫和马克成为你的向导，带领你开始“商业游乐园”的冒险之旅吧。

理查德·布兰森

<<商场就是游戏场>>

内容概要

戴夫·斯图尔特、马克·西蒙斯编写的这本《商场就是游戏场》将通过不同的视角(包括我们自身、成功艺术家和企业家的视角)去探讨如何进行创新(此外还有来自戴夫的创新案例与商业轶事)。

《商场就是游戏场》还为读者提供了大量的研究资料、有趣的小游戏和实用的技能。

希望你能在这本书的帮助下,通过充满乐趣的方法,释放你令人惊讶的创造潜能,使之在商业实践中发挥作用。

<<商场就是游戏场>>

作者简介

作者:(英)斯图尔特

<<商场就是游戏场>>

书籍目录

前言 抓住那头奶牛

致谢

序言 商业社会为什么需要创新

第1章 游戏规则

第2章 创意面条

第3章 寻找宝藏

第4章 答案就在问题中

第5章 左脑和右脑

第6章 头脑火花

第7章 创意公社

第8章 目光远大

第9章 交换鞋子

第10章 连接

第11章 杀死创意

第12章 直冲云霄

全书总结

参考答案

“曲别针的用途”的常见答案

<<商场就是游戏场>>

章节摘录

约翰·佩奇在商业LOGO的设计上提出了一个优秀的创意，而滚石乐队则认识到了它的力量。在日常生活中，我们每个人都有着各种各样的创意。

比如一个人会说：“我知道，我现在会去喝杯咖啡，那种带泡沫和巧克力屑的。”

或者：“今天我想戴那条有小鱼图案的领带。”

上次我带这领带时，大家拿我开心。

但随他们去吧。

”这些创意很难说是什么惊天动地的创新。

它们只不过是浮现在我们脑海中的想法。

此外，我们的一些日常行为，虽然并不能算做创意，但属于广义上的“创造”——在开会时我们在纸上乱写乱涂、我们开着玩笑、我们帮孩子完成手工作业……同样，这些行为不会为我们赢得荣誉和奉承。

但最起码，我们创造了某些原来并不存在的东西，而这些东西也许对我们自己(或者对其他人)有着一定的意义和作用。

创新，不仅仅是提出创意。

还要求这些创意是实用而新颖的。

不现实、不新颖的创意一便士两个(具体汇率波动情况请参考经济环境)，而要找那些实用的、新颖的创意就有一些难度了。

比如，托马斯·爱迪生的白炽电灯——他在1879年为白炽电灯泡申请专利(实际上，早在1809年，汉弗莱·戴维就发明了第一个白炽光源)。

后来它被称为“弧光灯”，商人们则简称为“灯泡”。

人们在对白炽灯进行商业推广的尝试失败了，因为当时没有稳定的电力供应。

直到爱迪生后来开发出一种大范围供电的系统，白炽灯才变得实用。

重点就在于：戴维虽然发明了电灯，但直到爱迪生找到了新的解决方案时，电灯才变成一种实用的产品。

爱迪生承诺说：“我们要让电便宜到只有钱人家才点蜡烛。”

而他做到了。

竞争对手们的愤怒也到了白炽化的程度(请原谅这个糟糕的双关语)，尤其是另一个发明家威廉·索亚宣称爱迪生的白炽电灯剽窃了他的专利。

同时，创新的成果也应该具有新奇性或原创性。

音乐是创造性工作的重要组成部分之一，但是不管你信不信。

很多时候。

哪怕最杰出的音乐家在开始音乐生涯之初也会演奏别人的音乐。

由一些天赋禀异的音乐人组成的甲壳虫乐队，最初自称为“采石工人”乐队(Quarrymen)，后来又改叫“银甲虫”乐队(Silver Beatles)，最后才确定为“甲壳虫”乐队(Beatles)。

在音乐生涯的最初几年里，他们就展现出令人惊讶的原创天才。

尽管在最初几年里，他们表演的都是其他歌手的作品，但这些伙伴们无疑表现出了他们特有的风格和天分。

在他们巨大的创造潜能充分发挥出来以前，他们还要经历一个漫长的过程。

在甲壳虫乐队的早期阶段，他们常常在利物浦或汉堡的一些俱乐部里进行整夜的表演。

在这个阶段，约翰和保罗所谱写的新歌听起来与其他歌手的作品没有很大的区别。

但是，当他们写出更多的新歌时，他们的创造能力也在逐步地提高。

最终，他们可以写出完全原创的歌曲。

当然，这其中有很多歌马上就成为了脍炙人口的传世佳作。

他们在1962年10月一炮走红。

在接下来的8年里，他们创作了一些非常优秀的音乐作品，尤其是1967年6月1日发行的唱片——“Sgt.

<<商场就是游戏场>>

Pepper ' s Lonely Hearts Club Band ” (《帕伯军士孤独之心俱乐部乐队》)。

这张原创唱片充满了令人叫绝的创意，运用了最新的录制技术，具备着与众不同的创作风格。

甲壳虫乐队开始理解什么才是真正的原创音乐。

歌迷们可以在音乐中欣赏到这一鲜明的特点。

在这张唱片发售的日子里，全世界各种各样的房子里都能听见它的歌声。

甲壳虫正是通过多年的创作实践和积累，最终突破了创作上的障碍，完成了这部流行音乐的大师级作品。

这张唱片同样也为其他音乐家和歌迷们带来了灵感。

在这张唱片开始出售的那天，吉米·亨德里克斯研究了整张唱片。

就在三天后，他在伦敦的萨维尔剧院举行公演。

参加这场演出的观众中包括保罗·麦卡特尼和乔治·哈里森。

让所有观众兴奋和震惊的是，吉米用自己的风格演唱了《帕伯军士》中的歌曲。

吉米能够毫不费力地运用自己的创造力，他也知道：创造力运用得越多就会越发达。

正如甲壳虫乐队所证明的——如果你能够充分发挥与生俱来的创造天赋，同时坚持创造性地工作(和学习)，尝试提出实用而新颖的创意，不断提高自己的创造能力，让先天的禀赋与后天的才能结合起来，你就会拥有力量去改变一切。

而对于企业来说，如果能够针对某种特定的需求和特定的商业目标，找到新颖而实用的创意，那么企业就能够主导产品和市场因素，甚至让整个行业发生剧变。

P3-6

<<商场就是游戏场>>

媒体关注与评论

“戴夫是个创造天才。

”——19娱乐公司的创立者和CEO，西蒙·富勒 “这本书不仅十分精彩，而且让人受益匪浅。

戴夫·斯图尔特和马克·西蒙斯将告诉你如何挖掘自己最大的创造潜能，正如孩童时那样让自己的创造之心肆意飞翔。

谁会想到成功的钥匙会如此精彩！

”——动作电影制片人，抗拒癌症协会的创始人，劳拉·吉金(《蜘蛛侠》系列、《漂亮女人》、《不惜一切》和《尽善尽美》) “创新是商业增长的引擎。

而本书正是发动引擎的钥匙。

”——BBDO广告公司总裁及CEO，安德鲁·罗伯特森 “和戴夫一起进行头脑风暴带给人从来没有过的感受。

他不甘于现状，而他的创新能力是空前绝后的。

如果你不能与他共事，那么本书将是你最好的选择。

它不仅用一种与众不同的方式探究了如何在企业中深深地植入创新精神，还细致介绍了创新的心理状态。

此外，你还可以在你的团队中应用本书所介绍的各种创新游戏。

”——国际个人金融服务公司，驻英分公司主席；阿尔梅达剧场，温莎公爵领导信托基金主席；维萨国际公司前总裁，CEO，克里斯多夫·罗德里格斯 “这本书提醒我们，适当的幽默和一点点风趣、创造性的游戏是在企业中鼓励创新精神的有效工具。

在高度竞争的商业环境中，创新，正是企业绩效、员工合作和股东利益的保证。

”——孩之宝公司总裁，斯蒂芬·戴维斯 “创新，需要高瞻远瞩的规划、直觉、勇气和看到别人看不到的细节。

戴夫拥有所有这些优秀的素质。

”——诺基亚集团副总裁、首席技术官、执行委员会成员泰罗·奥简佩拉

<<商场就是游戏场>>

编辑推荐

和戴夫一起进行头脑风暴带给人从来没有过的感受。

他从不甘于现状，而他的创新能力是空前绝后的。

如果你不能与他共事，那么由戴夫·斯图尔特和马克·西蒙斯编写的这本《商场就是游戏场》将是你最好的选择。

它不仅用一种与众不同的方式探究了如何在企业中深深地植入创新精神，还细致介绍了创新的心理状态。

此外，你还可以在你的团队中应用本书所介绍的各种创新游戏。

<<商场就是游戏场>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>