

写作素材

一、创新思维

1、角度一：创新要有“赌徒心态”

【分析】所谓赌徒心态是指敢于孤注一掷，不畏风险。创新固然有风险，但高风险有利于激发创新的勇气。不创新犹如温水煮青蛙，终将沦为平庸。

第一，创新的赌注越大，成功的概率越大。

【分析】赌注越大，创新的勇气就越坚定。因为企业无法负担失败的损失。

【案例】iphone 是苹果公司唯一的一款手机

第二，创新的赌注越小，平庸的概率越大。

【分析】赌注越小，对创新的渴望就没有那么迫切。因为不创新不会影响眼前的好。

【案例】摩托罗拉

2、角度二：创新要敢于有中生新

【分析】创新有两个方向：“无中生有”和“有中生新”。“无中生有”属于原创创新，“有中生新”属于改进或集成型创新。

第一，无中生有不易。

【分析】一方面，无中生有不易找到起点；另一方面，无中生有不易找准方向。

【案例】永动机

第二，有中生新更容易突破。

【分析】一方面，有中生新是站在前人的肩膀上，少走了弯路；另一方面，有中生新能实现 $1+1>2$ 的效应。

【案例】高铁、港珠澳大桥

3、角度三：创新要“闯、停”并行

【分析】创新需要灵活变通，不仅要有敢于冒险的精神和勇往直前的决心，也要有在错误的道路上及时叫停的勇气。

第一，创新要有不畏风险的闯劲。

【分析】创新面临诸多不确定的因素，有风险也有挑战，这需要我们有不畏风险勇往直前的决心，不断克服困难，破除壁垒。

【案例】5G、北斗导航系统

第二，创新也要有适当叫停的魄力。

【分析】探索创新的道路不会是一帆风顺的，在错误的道路上停止前进就是最大的进步。因此在创新中我们需要有叫停的勇气，及时反思，从失败中吸取教训转而朝着正确的方向前进。

【案例】微软在 PC 业务被硅谷的互联网新贵碾压之后，直接将创新方向转向了云技术，抢占云市场先机，重新成为了市场的领导者。

4、角度四：用户需求驱动创新

【分析】用户需求为创新提供了方向，同时也驱使企业要想办法解决问题，为创新提供了动力。

第一，用户需求为创新提供了方向。

【分析】用户没有被满足的需求就是创新的方向。未被满足的需求可能是潜在的、未被竞争对手满足的需求，也可能是变化的、未被竞争对手关注的需求，也可能是顾客未意识到、可挖掘的需求。无论是哪一种，想办法满足这些需求都可能带来新的发现。

【案例】施乐看不到用户对复印便利化的需求，失去了开发桌上复印机的先机，而佳满足了客户需求，开发了简便型桌上复印机。

第二，用户需求为创新提供了动力。

【分析】用户的需求不会在暂时满足之后就一成不变了，反而会迸发新的需求。为了满足用户不断升级的需求，企业就必须不断创新升级。

【案例】海尔洗衣机从普通双动力到变频 A8 双动力，到芯变频双动力，再到集速双动力；手机的升级迭代

二、合作思维

1、角度一：竞争促进合作

【分析】有竞争也就有淘汰，如何避免在竞争中被淘汰呢？走向合作是一种有效的途径。竞争也会带来整个行业的发展进步，这种进步也会推动原本处于竞争地位的各方走向合作。

第一，竞争中的淘汰机制促进合作。

【分析】“优胜劣汰，适者生存”，盲目竞争可能造成竞争双方都走向没落。为了避免这种情况的出现，竞争到一定程度之后，原本处于竞争关系的各方会冷静下来，以强强联合的方式走向合作。

【案例】滴滴和 Uber

第二，竞争中的发展需求促进合作。

【分析】竞争到一定程度，行业会重新洗牌，在竞争中存活下来的企业会想办法谋求新的发展。要实现这种发展离不开分工的细化，资源的互补，从而促进整个行业的发展。

【案例】Inter 和 AMD 通过相互授权的方式进行着广泛的合作。

2、角度二：合作要懂得分享

【分析】合作的前提是彼此有诚意，分享信息、资源等能体现这种诚意。合作的目的是共赢，分享各自的优势有利于实现共赢。

第一，懂得分享尽显合作诚意。

【分析】从陌生走向合作离不开彼此的诚意。如何释放这种诚意呢？分享对方不了解信息、分享对方缺少的资源是非常有效的方式。这些分享能拉近彼此的距离，体现合作的诚意。

【案例】华为与潍柴集团

第二，懂得分享发挥合作优势。

【分析】合作的目的是为了实实现共赢，而要实现共赢必须将自己的优势分享出来，进而实现 $1+1>2$ 的效应。

【案例】中俄能源合作

3、角度三：合作要“取长补短”

【分析】合作既能集中双方优势，又能突破各自局限。集中优势就是“取长”，突破局限就是“补短”。

第一，合作能集中优势，发挥协同效应。

【分析】个体优势的影响力往往是有限的，如果能找到互补的合作对象，将各自的优势集中起来，就能实现协同效应。

【案例】优酷与土豆合并

第二，合作能突破局限，发挥平台效应。

【分析】在合作中，不仅优势可以被放大，同时也能从合作对象那里获取更多的资源，充分发挥合作的平台优势。

【案例】京津冀一体化

4、角度四：拒绝是为了更好的合作

【分析】在我们的潜意识中，拒绝往往意味着合作关系的破裂，其实不然。适时的拒绝可能让合作双方看到彼此的底线，尽可能地避免触碰它。此外，适时的拒绝让双方认识到合作的意义。

第一，拒绝让合作有底线。

【分析】在合作中，一方一味地妥协不仅会让自己陷入纠结，同时也会使对方找不准自己的位置。适时拒绝让对方看到自己不会因为合作而放弃自我，让合作在界限之内进行。明确了底线才能让合作走得更远。

第二，拒绝让合作有意义。

【分析】在合作中，懂得拒绝才不会让自己沦为对方的附庸，让彼此在恰当的关系中发挥作用，充分体现合作的意义。明确了合作的意义才会千方百计维护合作的关系，促进合作质量的提升。

三、自省思维

1、角度一：自省要以他人为镜

【分析】“见贤思齐焉，见不贤而内自省也”。自省也要以他人为镜，用他人的好照见自己的不足，用他人不足警醒自己。

第一，以他人为镜自省可以照见自己。

【分析】真正的自省，就要参高看远、比先竞优。在宽中“省”胸怀，在高中“省”水平，在远中“省”视野，在先中“省”差距。以他人为镜，拓宽胸怀、提高水平、开阔视野、缩小差距，找到努力的方向。

【案例】初入清华口吐狂言的钱钟书学习老师吴宪的低调。

第二，以他人为镜自省可以警醒自己。

【分析】真正的自省，也要明察秋毫、洞悉不足。在失误中“省”原因，在失败中“省”出路。以他人为镜，警醒自己要吸取他人的经验教训，规避他人走过的弯路。

【案例】贝尔借鉴爱迪生失败的例子发明了固定电话。

2、角度二：自省重在行

【分析】一方面，自省之后，如何将这种认识上的变化落实到具体行为中，这是自省的价值所在。另一方面，如何自省到更深的层次，这也需要行动来引导。

第一，自省的价值要靠行动来检验。

【分析】自省只是认识到了问题，如果不将这种认识投射到具体的行动中，自省也只是一时的空想，不会产生任何价值。反复几次，自省很可能变成自责。显然，自责不是自省的价值所在。因此，要实现自省的价值，必须将自省的结果落实到行动中。在行动中，根据自省的结果改变过去的思考方式，调整自己行为，进而让自己上升到一个新的层次。

第二，自省的深化要靠行动来引导。

【分析】自省的深刻与否与自己的认识、阅历等有密切关系。因此，要想自省的深刻就必须不断提升自己的认识、丰富自己的阅历。如何提升认识、丰富阅历呢？“读万卷书，行万里路”，通过行动提升认识，开阔眼界。