

Emotion

倾情志

心与情的N次方!
1689 / P32

情

“创新”这个词，如今似乎已经将我们的生活整个包围了。不过人们都承认，普通人可能拥有一定的“创造力”，但是创新行为，却多半只能与那些凤毛麟角的天才人物发生联系，普通人是望成莫及的——想想我们小时候，科学家、发明家、音乐家、艺术家之类的头衔，往往只能用在那些伟大人物身上，便可知“创新”这件事的难度该有多高。

而在麻省理工学院教授、“物联网之父”凯文·阿什顿看来，这种高不可攀的幻觉，乃是对“创新”的误读。这个词之所以会拥有如此之多的神秘感，多半是由几百年间的各类出版物反复渲染、塑造而来的，但人们在证明其“神秘”时所引用的例子，却并非实情。

例如在西方广为流传的莫扎特写给父亲的一封信，曾经被认为是最好地诠释了作为创新行为之关键的“灵感”的飘忽不定、不可捉摸的特征。可是，对莫扎特生平的详尽研究表明，他从没有写过这封信。正是对这类故事的证伪，有助于打破关于创新的那些浪漫成见和千古神话，而创造力的神话，往往暗示了，在人类群体中，只有很少的人是具有创造力的。作者这本书力图证明的核心事实即是：创造很寻常。作为人类，我们每个人都拥有创新的可能，就如同每个人都同样拥有走路、运动的能力一样——尽管每个人的运动天赋会有差异。事实上，自15世纪专利制度在意大利建立以来，获得专利的发明者人数一直都在增加，从初始需要等上130年，专利发明人才能凑足一百万，到2000年，4000个美国人中就有一名首次专利获得者。而人类，也是迄今唯一拥有“应该把事情做得



书评 >>>

《被误读的创新》

作者：凯文·阿什顿
出版社：中信出版集团股份有限公司

更好”的想法的物种。所以作者说，“创造就是人类，创造就是每一个人。”

尽管如此，直到1935年之前，还没有人认真研究过创新的本质，也没有人关心创新需要经历怎样的过程，这或许仍然是上述偏见导致的：人们认为，创新只是奇迹，可遇不可求，都是飞跃式的，没有什么“过程”可言。但一名叫登克尔的学者，在《关于问题的解决》这部专著中，提出了“创新的本质就是解决问题”这一看起来毫无魅力的结论。为了验证自己的想法，他做了很多实验，例如向人们提出问题，要求他们在试图解决这些问题的时候大声说出自己的想法，通过这种方式，他看到了思维的结构——也可以理解为创新的全过程。由此他发现，头脑不会飞跃，解

创新，天才的专利？

【文/马维】

决问题并引导我们创新的是观察、评价和不断重复地试错。所以创新实际上总是循序渐进的，它不是感知上的突然变化，即所谓“灵感”能够带来的。

还有一个事实，似乎也是不应该忽视的：创新往往源于困难。当年，很多公司以为，智能手机只是手机。而乔布斯看到的却是，苹果公司作为计算机制造商，不能满足于让手机仅仅是手机，它应该是人们口袋里的一台电脑，打电话只是它的功能之一。虽然苹果公司没有生产过手机，但这一点也不要紧，因为它想创造的那个东西，本质上是电脑，是它一直以来都擅长的。

曾经，经济学家马尔萨斯从人口和地球资源的角度论证了人类必将面临的大饥荒和灭绝。但人类直到今天依然还在这里。从统计学的角度来说，马尔萨斯预言的趋势并没有错，人类目前的人口数量甚至远比他预言的多得多。但是他错在对人口红利的估计上：人越多，创造者就越多，人们就可以互相连接，继而创造出更多的好东西，从空间到医疗，从教育到信息。在这部书的作者看来，这也是过去几十年创新呈现出明显的加速度的原因——大量人口的消费会导致地球的危机，但我们用变化击败了变化；我们用持续不断的创新，延续了人类的历史。我们还会一直在路上。

年少时光，要用最真的心怀念

【文/孙丽娜】



荐读 >>>

《昨日当我少年时》

作者：朱天心、简嫔等著
出版社：重庆出版社

时光，单纯得叫人以为是一个不可触摸的旧梦，永远在光影的流年里温存着。当我们在轰然老去的岁月里趟过一个又一个单薄的年华，而那些飞扬的记忆，有的掉落在人生的河床成为无法拾起的碎片，有的依旧孤单地隐藏在一个特殊的角落里，在这样一个求新求变的年代里，我们也开始不可抵挡地相信时光的力量。

公园的石凳边，常常看见散心的老人在追忆年少时光。他们双鬓爬满银丝，闲聊时一手端着茶壶，一手握着蒲扇，满脸写着当年的豪情，舞动扇羽，捋着白须，缓缓说道，“想当年，我年轻的时候……”举手投足，一言一行，道尽往昔。老人们的回忆，多为重拾当年的温馨。

草长莺飞二月天，拂堤杨柳醉春烟。儿童散学归来早，忙趁东风放纸鸢。在文学作品中，不乏抒写童年美好的

优美篇章。散文集《昨日当我少年时》，便是由朱天心、简嫔、张晓风等14位作家合写的童年放学后的难忘时光。

那时候，晚上写完作业，“只要不下雨，大人小孩都喜欢在晒谷场闲聊、玩耍。初夏之夜，数不尽的萤火虫闪闪烁烁，像一条流动的星河，那种令人赞叹的自然之美永远烙印在我的眼眸，终生不忘。我喜欢躺在长板凳上吹风，仰观天上繁星及一轮明月。望着星月哼歌，困意从脚底往上蔓延，打一个好大的呵欠，不知不觉划入轻飘飘的梦想。”

写完作业空闲的时候，可以挨家挨户串门儿。“那时代的父母和今时的爸妈一样忙于家庭生计，只管功课做好，不管子女其他生活和交往，家家门户洞开。我们这群小家伙，便你家待我家探探，看看墙上父母的结婚照，瞧瞧爷爷奶奶的古装剧照。同学从木箱翻出妈妈的绣花缎旗袍和珠珠鞋，一两件残缺的首饰，旋开一扁圆盒百雀羚面霜，让众人嗅嗅。”

《昨日当我少年时》里书写的往事，情真意切、自然清新，充满童真童趣；书写那些年少的时光，灿烂无邪的成长故事。总有一些时光，要在过去后，才会发现它已深深刻在记忆中。多年后，某个灯下的晚上，蓦然想起，会静静微笑。那些人，那些事，已在时光的河流中乘舟而去，消失了踪迹，心中却流淌着跨越了时光河的温暖，永不消逝。

资讯

好孩子燃爆2017孕婴童展

7月19日，第17届CBME中国孕婴童展在上海国家会展中心拉开帷幕。作为年度行业盛宴，本届展会吸引来自全球的2600余家参展商、4000多个品牌。连续第八年受邀参展的全球婴童行业领导企业好孩子集团携旗下gb好孩子、CYBEX、ROLLPLAY和HD小龙哈彼四大自主品牌及集合了全球12大顶级运动户外品牌儿童鞋服品类的好孩子星站gb Kids Station，惊艳亮相5.2馆。超过2000平方米的展区内，1000多个创新产品华丽登场，冠盖全场。当天，好孩子集团也举行2017创新发布会。集团创始人、董事局主席宋郑还现场分享了BOOM战略（B指品牌Brand，两个O指线上线上Online&Offline，M指移动端Mobile）最新进展，指出创建以用户关系为中心的“全球孕婴童产业生态圈”将是好孩子的最新目标。



Metersbonwe品牌升级裂变

秉承“创造好品牌”的使命，誓言“回归初心，唤醒自己”，以“不走寻常路”作为年轻态度的标签，Metersbonwe品牌升级发布会呈现由单一休闲服饰品牌向“一站体验五种风格”的全新多元生活方式品牌的升级裂变。品牌的五大新生代偶像代言人关晓彤、任嘉伦、曾舜晞、宋威龙和钟楚曦同时亮相，演绎升级后的Metersbonwe的五大风格形象，为青春站台。

