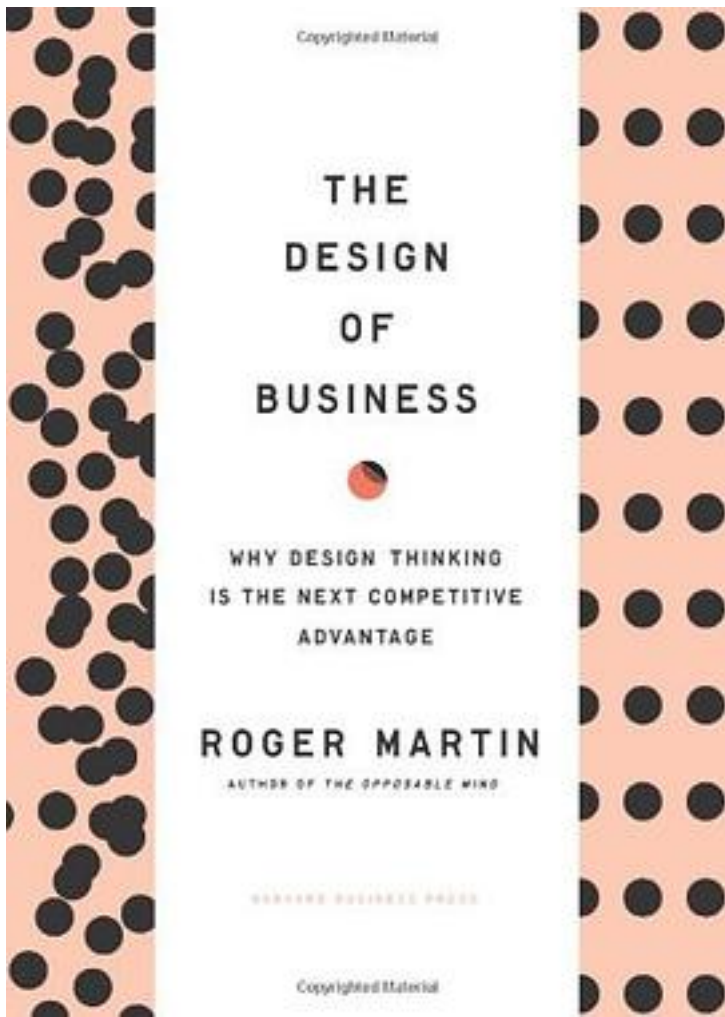


The Design of Business



[The Design of Business_ 下载链接1](#)

著者:Roger L. Martin

出版者:Harvard Business School Press

出版时间:2009-11-9

装帧:Hardcover

isbn:9781422177808

Most companies today have innovation envy. They yearn to come up with a

game-changing innovation like Apple's iPod, or create an entirely new category like Facebook. Many make genuine efforts to be innovative—they spend on R&D, bring in creative designers, hire innovation consultants. But they get disappointing results.

Why? In *The Design of Business*, Roger Martin offers a compelling and provocative answer: we rely far too exclusively on analytical thinking, which merely refines current knowledge, producing small improvements to the status quo.

To innovate and win, companies need design thinking. This form of thinking is rooted in how knowledge advances from one stage to another—from mystery (something we can't explain) to heuristic (a rule of thumb that guides us toward solution) to algorithm (a predictable formula for producing an answer) to code (when the formula becomes so predictable it can be fully automated). As knowledge advances across the stages, productivity grows and costs drop—creating massive value for companies.

Martin shows how leading companies such as Procter & Gamble, Cirque du Soleil, RIM, and others use design thinking to push knowledge through the stages in ways that produce breakthrough innovations and competitive advantage.

Filled with deep insights and fresh perspectives, *The Design of Business* reveals the true foundation of successful, profitable innovation.

作者介绍:

作者：（加拿大）罗杰·马丁(Roger Martin) 译者：李志刚 于晓蓓 等

罗杰·马丁 (Roger Martin)，国际知名的畅销书作者，他的《整合思维》一书颇受好评。马丁担任加拿大多伦多大学罗特曼管理学院院长长达15年之久，同时也是多家世界级大公司首席执行官的高级战略顾问。马丁是《商业周刊》在线创新板块和设计频道栏目的专栏作者，同时还经常受邀为《金融时报》的“决策思维”栏目和《华盛顿邮报》的“领导力”栏目撰写文章。2007年，罗杰·马丁被《商业周刊》评为全球最具影响力的10位商学教授之一；2013年，罗杰·马丁被《福布斯》评为年度全球最具影响力商业思想家第三位。马丁对管理界的贡献主要在于，他提出了足以改变公司领导者思维模式的两个创新理论，一个是整合思维，另一个是设计思维。

目录:

[The Design of Business 下载链接1](#)

标签

商业

设计

designthinking

设计理论

创新

管理

Business

Design

评论

作者提出了一种全新的思维模式，平衡可靠性（分析思维）与有效性（直觉思维），实现两种观点的融合即设计思维。实际上我认为意思就是把艺术与科学两种东西互相糅杂到一起，形成了“设计”这个东西，即有吸取经验转而成为程序的东西在，又有灵光乍现的创新在。从组织、领导者到“我”，以诸多案例深入描述如何进行融合与解决实际问题。

纵然啰嗦，关于 validity 和 reliability 的论述仍然十分，十分，十分地精彩！

design thinking

想法从混沌到公式般的呈现出来 商业里面的设计模式也很精彩

写了两篇博客纪录之： 如何作一碗好吃的面条<http://www.iamhukai.com/?p=873>
如何作一碗好吃的面条之二 <http://www.iamhukai.com/?p=874>

这是研究生时期的必读书目，毕业之后一年又再一次拿起来精读。我身处设计学院，身边全都是艺术生和设计生，深深感觉到这本书说的一切在设计环境下的不适用，设计学院里或者设计生里我们已经validity-seeking的本性已经根植在我们的学习和工作中，我们去做很多事情的时候很少考虑它的合理性，而更多是它是否有创意有趣。我再读的这本书的时候发现坐着的语境是在追求稳妥发展，格式化制度化的商业环境中，需要注入abductive thinking的冒险精神以寻求新的发展机会。但是如果你跟完全并没有接受analytical thinking的设计学生反复鼓吹design thinking的价值和伟大的时候，这时候培养的只能是自大。knowledge funnel的理论是值得一看的，但是剩下广告还是别看了

Balance the art between reliability and validity.

被challenge也是动力。好好读。

一方面要将已有经验算法化，固化下来，以降低运营成本；一方面要不断创新，寻找新的机会。不过要真的去做的时候就不容易了，这本书里有些例子，但还得看自己悟性了

[The Design of Business_ 下载链接1](#)

书评

1.旧书新读，两年前买此书是因为书中提到的知识漏斗/创意形成之路，跟我在小小老师那学来的学习漏斗/信息流经通道类似。 #2.知识漏斗包含三个阶段。其一为探索谜题，破解谜题起点在于预测；其二为得到启发，即挖掘经验法则，获得开发式提示，将谜题置于可控范围之内；其三为...

[The Design of Business_ 下载链接1](#)