

批判性思维完全资料

Critical Thinking for Better Decisions



深度思维重构

拆解常见思维谬误与认知偏差，建立严谨的逻辑分析框架，突破固有认知边界，夯实理性思考的基础。



商业决策赋能

在复杂商业环境中快速甄别关键信息，优化会议沟通效率，提升战略判断与商业决策的准确性与前瞻性。



人机协作增效

将批判性思维融入AI提示词工程，理性校验AI生成内容，实现人类智慧与人工智能的高效互补与协同。

从理论框架到实战应用，一站式掌握批判性思维的核心方法论，重塑职场竞争力与决策质量。

目录



01 什么是CT：批判性思维基石

解析批判性思维的基本概念、核心能力模型，构建理性思考的底层逻辑框架，理解其在职场决策中的价值。



02 实践中的障碍：突破思维陷阱

深入剖析认知偏差、时间紧迫限制、群体从众压力等阻碍理性决策的关键因素，学习识别与规避方法。



03 D&I视角：多元共融的智慧

探索多样性与包容性（Diversity & Inclusion）如何拓宽思维边界，通过多元视角碰撞显著提升群体思考质量。



04 问题解决标准5步法

掌握从界定问题、拆解原因、制定方案、决策选择到评估复盘的系统性解决流程，形成闭环思维。



05 核心思考技巧工具箱

深入解析MECE原则、归纳与演绎逻辑、相关性与因果辨析，以及商业决策中必备的数字素养与数据思维。



06 金字塔结构：逻辑沟通术

学习“结论先行、以上统下、归类分组”的结构化表达原则，打造清晰、高效、有说服力的职场沟通逻辑。



07 MBA教育与商业趋势新探

洞察AI技术赋能商业分析、案例教学法的革新演变，以及全球化与数字化背景下的商业管理教育新趋势。



08 成长指标与综合实战案例

设定个人批判性思维的量化成长指标，通过真实商业复杂案例演练，实现从理论知识到实战能力的转化。

什么是CT



01 逻辑思考

具备对繁杂信息的筛选、整合与重构能力，剔除冗余干扰，理清因果关联，形成条理分明的论证体系，让观点表达更具逻辑性与说服力，实现高效沟通与思想传递。



02 质疑前提

突破惯性思维的束缚，对既定的认知假设、价值判断与隐含前提进行理性审视与反思，打破思维定式的局限，从而发现全新的分析视角与解决问题的可能性路径。



03 假设验证

以假设为起点，通过逻辑推演设计验证方案，结合实际数据与事实进行检验，在“提出假设—验证分析—修正迭代”的闭环中，持续优化判断依据，提升决策的科学性与准确性。

核心价值：批判性思维（CT）是理性决策的基石，它不只是简单的否定，而是通过逻辑构建、前提反思与实证检验的有机结合，帮助我们跳出思维盲区，从被动接收信息转向主动构建认知。

实践中的障碍①：认知偏差

01 确认偏误 (Confirmation Bias)

倾向于主动筛选并收集支持自身预设观点的信息，下意识过滤甚至反驳对立证据，形成“信息茧房”，导致对事物的判断陷入片面与主观，丧失客观视角。

02 锚定效应 (Anchoring Effect)

决策判断极易被最初获取的信息（“锚点”）过度束缚，后续评估难以摆脱该初始值的框架影响，容易造成估值偏离、决策僵化，难以根据新信息进行客观调整。

03 破局行动指南

- **主动寻求反证**：刻意挖掘对立事实与异见，打破滤镜效应。
- **构建替代假设**：同步制定2套以上方案，避免单一路径依赖。

认知偏差的闭环困境与破局



筛选盲区

只看“想看的”信息，排斥异见，形成自我强化的信息茧房。



思维枷锁

被“第一印象”锁死，后续判断难以摆脱初始值的心理框架。



解锁认知的关键密钥

打破偏差的核心在于“主动对抗”：不沉溺于舒适的认同区，而是有意识地引入“外部视角”与“反向验证”机制。通过构建竞争性假设，让思维从“单向确认”转向“多向求证”，从而还原事实的全貌，在复杂环境中做出更理性的决策。

实践中的障碍②：时间限制与完美主义

🕒 核心痛点：议程压缩，验证环节被“挤掉”

会议常被事务性汇报占据，关键假设的交叉验证被无限期推迟。缺乏对方案的反向审视，易导致决策建立在单一视角的乐观预期上，为后续执行埋下“隐性风险”。

破局之策：硬性植入“反驳性讨论”机制

在议程中强制预留15分钟“魔鬼代言人”环节，指定专人对方案提出质疑与反证。这一机制能打破思维惯性，在有限时间内完成关键风险排查，确保方案具备“抗压力”。

🌀 核心痛点：追求100%信息，陷入决策瘫痪

决策者陷入“信息收集陷阱”，认为只有掌握全量数据才能行动。这种对绝对确定性的过度追求，会让团队在无休止的等待中错失市场窗口期，尤其在快速变化的环境中代价高昂。

📊 破局之策：以“80/20法则”驱动快速决策

识别影响结果的20%关键信息作为决策依据，基于此快速形成80%的判断。接受决策的“不完美性”，将剩余优化空间留给执行阶段的动态迭代，以“小步快跑、快速迭代”替代“一步到位”。

💡 关键启示：商业决策的本质是在不确定性中寻找胜率最高的选项，而非消除所有风险；速度往往是应对复杂环境的最优解。

实践中的障碍③：从众压力与心理安全感



01 从众压力：决策的隐形陷阱

成员易受权威或群体意见影响，陷入“沉默的螺旋”。即便持有不同观点，也因担心被孤立而选择附和，导致团队错失多元视角，难以发现假设中的关键盲点。



02 心理安全感：坦诚沟通的基石

这是一种“可以自由表达而不必担心负面后果”的氛围。在安全的环境中，员工敢于挑战现状、分享异见，将精力聚焦于解决问题而非自我保护，是产生高质量讨论的前提。



03 领导者的破局：主动暴露不确定性

当领导者坦言“我也还没完全想清楚”，能打破层级压力。这种“示弱”并非软弱，而是传递出“允许质疑”的信号，让成员放下戒备，主动贡献真实想法与洞察。



打破沉默的关键一句

“关于这次的假设，我自己也尚未确信，甚至觉得可能存在漏洞。大家怎么看？不用顾忌我的想法，说出你们真实的判断，哪怕是完全相反的意见，这对我们找到真相至关重要。”

 **核心启示：**领导者的“不确定”是团队“敢说话”的开关。主动暴露思考过程而非直接给答案，是建立信任、激发全员智慧的捷径。

D&I（多样性与包容性）视角



01 视角拓展

吸纳不同背景、经历与文化的成员意见，能有效填补单一视角的思维盲区，减少决策疏漏与隐性偏见，为问题解决提供更全面的思考维度与创新灵感。



02 适应市场

深入洞察年轻人、女性、银发族及多元文化客群的差异化需求，精准捕捉市场痛点，从而针对性地优化产品设计与服务体验，显著提升品牌的市场适配度与竞争力。



03 与ESG深度联动

将环境责任、社会价值与公司治理理念融入核心决策，兼顾商业效益与社会担当。这不仅强化企业的合规性，更能构建可持续发展模式，创造长期的品牌价值与社会影响力。

核心价值：D&I不仅是企业文化的体现，更是驱动组织创新、提升决策质量、增强社会公信力与市场适应性的关键引擎，为企业构建不可替代的长期竞争优势。

问题解决标准5步法



核心价值：这是一套逻辑严密的闭环解题流程，通过“界定-拆解-假设-验证-结论”的科学步骤，将模糊的复杂问题转化为清晰的决策路径，有效避免盲目试错，显著提升解决问题的效率与决策质量。

Step1: 确定议题



01 / 核心定义

明确当下必须回答的核心问题，聚焦“此刻此地”的关键决策点，拒绝空泛的描述，精准锚定问题的本质与边界。



02 / 典型认知障碍

议题过于抽象模糊，缺乏具体的共识基准，导致团队对目标理解出现偏差，讨论方向分散，无法形成聚焦的解决方案。



03 / 破局关键路径

结合业务现场的真实场景进行具象化，将议题与实际的业务价值（如增长、效率、成本优化）强关联，让问题可感知、可衡量。

练习：思考你的核心业务议题

请结合你当前负责的核心项目或业务场景，提炼出一个必须解决的关键议题。要求简洁、具体，直击本质。

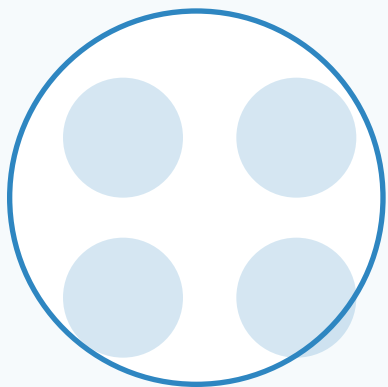
在此处写下你的答案（建议控制在10个字以内）：

示例：「提升转化率」、「降低运营成本」、「优化用户体验」



关键提示：好的议题 = 具体业务场景 + 明确目标价值

Step2: 构建框架



MECE 分析法则

Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive
即“相互独立，完全穷尽”。将复杂议题拆解为若干子论点，确保子论点之间无重叠、无遗漏，是构建严谨分析框架的基石。

01 核心目标：建立无死角的分析逻辑

为精准回应核心议题，需将论点体系化梳理，使其满足「无重复（ME）」与「无遗漏（CE）」的双重标准。这不仅是避免思考盲区的关键，更是确保分析结论客观、全面的前提。



信息可靠性

溯源信息源头，优先采用官方财报、权威行业报告或一手调研数据，剔除主观臆断与非信源信息。



相关性 ≠ 因果

警惕数据巧合带来的“伪相关”，通过逻辑推演与对照组验证，识别驱动结果的真实核心动因。



样本无偏差

确保抽样覆盖目标群体的全层级特征，避免因“幸存者偏差”或局部样本同质化导致结论失真。



实战演练：拆解「新产品销量不佳」议题

请基于MECE原则，为该问题拆解出3个**无重复、无遗漏**的关键分析论点。例如：从产品本身、市场环境、营销渠道等维度切入，尝试构建你的分析树。

Step3: 提出初步假设



01 核心定义：预设多个“暂定答案”

在深入分析前，先基于经验和直觉预设多个“可能是答案”的假设，作为分析的起点，避免漫无目的地收集信息。



02 典型陷阱：单一假设的“确认偏误”

极易固执于最先想到的假设，主观过滤掉矛盾信息，导致视角狭隘，最终可能错失真正的问题根源。



03 破局关键：多假设并行验证

强制构建至少2-3个不同维度的假设方案，通过横向对比、风险评估与数据验证，打破思维定式，确保分析的全面性。

多假设评估对比表（示例）

假设方案	核心前提	潜在风险	可行性
方案A: 降价	竞品价格更低 用户对价格敏感	利润率下滑 品牌价值稀释	★★★★★
方案B: 加功能	客户调研有强需求 差异化竞争	研发成本上升 上市周期延长	★★★☆☆

实战演练：针对“新产品销量不佳”提出假设

请从产品、价格、渠道或营销等不同维度，尝试提出至少2个初步假设，并简要说明逻辑：

1. 假设一：_____（例如：渠道铺货率不足，导致用户接触少）
2. 假设二：_____（例如：产品定价偏离目标用户心理预期）

Step4: 验证与进化假设

01 核心验证轴：双重维度的审视



逻辑维度 (Why): 自洽性检验

审视假设的推导逻辑是否严密，因果关系是否成立，前提条件是否合理，是否存在逻辑漏洞或主观臆断的成分，确保“理”上说得通。



事实维度 (True): 客观性验证

对照客观数据、行业现状、真实案例与市场反馈进行核验，确认假设是否与现实相符，排除理想化推测，确保“事”上站得住。

02 落地执行的三大关键手段



A/B测试

控制变量对比实验，直观验证方案优劣，低成本快速迭代。



试点先行

小范围实验性实施，降低试错成本，验证真实可行性。



数据复盘

挖掘历史与现有数据价值，用客观指标反推假设合理性。

练习：思考哪个验证轴最重要？

针对你目前正在推导或持有的核心商业/项目假设，请停下来思考：

在“逻辑自洽”与“事实相符”这两个维度中，哪一个是验证该假设成立的**决定性前提**？为什么？

我的思考记录：

（提示：例如，如果假设基于创新模式，则优先验证逻辑；若基于市场预测，则优先验证事实数据。）

Step5: 得出结论

01 结论形式: Why / Why not 双向论证

不仅清晰阐述选择的依据,更要有力论证为何排除其他选项。通过对比与取舍的呈现,消除决策模糊性,大幅提升结论的说服力与可信度。

02 视角整合: 融入 ESG 与 D&I 理念

将环境责任、社会价值及多元共融视角纳入决策框架。这不仅体现企业的社会担当,更能确保结论符合可持续发展趋势,规避潜在的非财务风险。

03 落地导向: 导出具体行动计划

结论不应止于判断,更要转化为行动蓝图。明确关键任务、责任主体与时间节点,将战略决策拆解为可执行、可衡量的具体步骤,确保方案有效落地。

实战练习: 批判性审视结论的“弱点”

核心反思维度

- **逻辑闭环?** 推导过程是否存在归因谬误或主观臆断?
- **数据充分?** 关键假设是否缺乏多元数据的交叉验证?
- **风险盲区?** 是否低估了市场波动、政策变化或技术迭代的冲击?
- **替代方案?** 是否存在更优的折中方案或被忽视的创新路径?

你的行动任务

请切换为“魔鬼代言人”视角,针对你的结论,列出**3个最具颠覆性的质疑点**,并为每一个质疑点草拟一份具有说服力的反驳与补救预案。这将帮你提前补全逻辑漏洞。

思考技巧①：MECE

MECE（Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive）即“相互独立，完全穷尽”，是麦肯锡结构化思维的核心原则。它要求在分析问题时，将整体划分为若干部分，确保各部分之间不重叠、不遗漏，从而建立清晰的逻辑框架。

01 分层分解 · 属性维度

基于对象的固有属性（如地区、年龄、性别、产品类别等）进行横向切割。它是最基础的拆解方式，关键在于确保同一层级的分类标准唯一，避免出现交叉混淆，适用于对市场、用户群体的初步划分。

02 变量分解 · 公式拆解

利用数学公式或逻辑关系将核心指标拆解为驱动因子（如：销售额 = 客数 × 客单价）。这种方法将抽象的结果转化为可量化的要素，帮助我们精准定位问题根源，常用于业绩分析、财务建模与增长归因。

03 流程分解 · 时间轴线

按照事物发展的时间顺序或执行步骤进行纵向拆解（如AIDMA模型、业务SOP流程）。它能清晰还原事件的因果链条与演变过程，帮助识别流程中的关键节点、效率瓶颈与潜在风险。

04 判断标准分解 · 评估维度

依据预设的评估体系或决策轴进行分类（如QCD模型：品质/成本/交付、SWOT分析）。为方案评估、决策判断提供多维度的衡量框架，确保思考的全面性，避免因单一视角导致的决策偏差。

 **核心价值：**将复杂的混沌问题拆解为可量化、可执行的单元，从无序信息中建立清晰的逻辑树，为精准决策与高效沟通提供坚实的思维支撑。

思考技巧②：归纳与演绎

🗨️ 01 归纳思考 · 从个别到一般

通过分析多个具体案例、数据或现象，提炼出共性的规律或原则。这是一种“从具体实践中总结抽象规律”的总结式思维。

💡 **应用示例：**复盘10家逆势增长的零售品牌，发现它们都重构了“私域用户运营”体系，从而归纳出“私域是增长新引擎”的规律。

⚠️ **核心陷阱：**样本量不足时极易“以偏概全”。若仅观察2-3个成功案例就下结论，可能会忽略偶然因素，导致规律失真。

🗨️ 02 演绎思考 · 从一般到个别

以公认的理论、规律或假设为“大前提”，结合具体场景的“小前提”，推导出针对特定事物的判断。这是一种“用规律解决具体问题”的推理式思维。

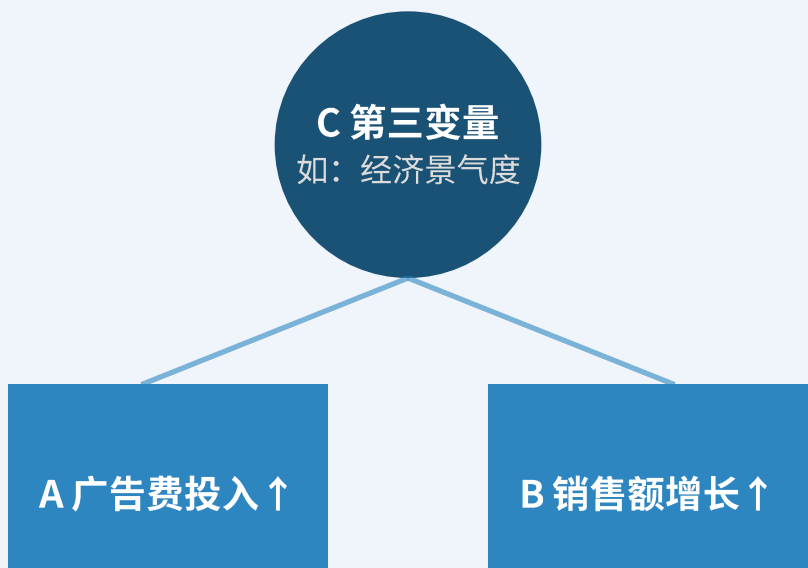
💡 **应用示例：**已知“所有解决高频刚需的产品都有市场”（大前提），结合“我们的产品解决了职场人的高频通勤痛点”（小前提），推导出“产品具备市场潜力”的结论。

⚠️ **核心陷阱：**“大前提”的正确性决定一切。如果前提本身是错误的（如“只要打广告就能卖货”），那么无论推理逻辑多严密，结论都是错误的。

🚀 **思维闭环：**优秀的决策往往是“归纳 + 演绎”的结合。先用归纳法从实践中提炼规律，再用演绎法将规律应用到新场景中验证，两者交替使用，才能形成从“经验”到“理论”再到“新实践”的完整闭环。

思考技巧③：相关性与因果

逻辑模型：混淆变量的影响



⚠ 核心认知：相关 ≠ 因果

01 相关性：数据表象

两个现象在数据上呈现同步变化趋势（正相关或负相关），仅表明两者存在“关联”，无法证明逻辑上的推导关系。

02 因果性：逻辑驱动

一个事件的发生是另一个事件出现的直接原因，存在明确的传导机制，满足“无此因则无此果”的反事实验证条件。



反证假设：寻找“第三变量”

不要被表面数据迷惑，主动质疑：“是否存在一个未被考虑的因素，同时影响了这两个变量？”（如：气温同时影响冰淇淋销量与溺水人数）。



验证时序：确认“先因后果”

因果关系必然符合时间轴规律——原因必须发生在结果之前。如果数据显示结果先于原因出现，那么这一定不是因果关系。



商业警示：广告与销售的误判

数据显示“广告投放增加”伴随“销售额上涨”，并非一定是广告带来了销售。可能是“节日季”这个第三变量，同时带来了促销预算的增加和消费者购买力的提升。

思考技巧④：数字素养



01 一次信息

聚焦信息源头的可靠性评估，重点确认信息的制作主体、发布时间与创作初衷。核实原始数据是否未经加工、是否具备客观中立的背景，为后续判断筑牢基础。



02 二次信息

重点验证信息传递的准确性与完整性，仔细核查引用来源的权威性与真实性。警惕因转述偏差、断章取义或主观筛选导致的信息失真，确保信息链条的可信度。



03 AI辅助信息

面对生成式AI输出时保持审慎，主动追溯其训练数据依据、逻辑推演前提，并寻找潜在反证。拒绝盲目采信，通过多维度交叉验证，确保结论的客观合理。

核心法则：数字素养的本质是建立“批判性信息接收机制”。在信息过载与AI生成内容普及的当下，“不盲从、重溯源、多验证”是规避认知偏差、构建独立思考能力的关键。

金字塔结构



核心结论：确立沟通的起点

示例主张：「新产品A必将在市场中取得突破性成功」——这是所有沟通的顶层核心，需简洁有力，直击本质，统领全篇逻辑。



01 市场刚需驱动

目标市场规模年增18%，调研显示72%用户有明确未被满足的痛点，消费意愿强烈，市场潜力巨大。



02 差异化竞争壁垒

手握3项独家核心专利，功能设计颠覆传统同质化竞品，在体验与性价比上形成双重护城河，难以被复制。



03 稳健的商业价值

获客成本仅为行业均值60%，预计毛利率超55%，具备持续的增值服务变现能力，投资回报周期可控。



事实与数据：论证的坚实基础

依托权威第三方行业分析报告、真实的用户测试数据、竞品公开财务指标及历史成功案例。所有上层观点均建立在可验证、可追溯的实证基础之上，确保逻辑闭环与绝对可信度。



核心法则：自上而下表达观点，自下而上严密思考 —— 让受众在最短时间内理解并接受你的主张。

根据对方调整逻辑重组



N - 知识水平 (Knowledge)

评估对方的认知基础与专业背景，决定信息的详略程度。避免使用对方无法理解的专业黑话，确保信息传递的准确性与效率。



H - 情感共鸣 (Heart)

洞察对方的情绪倾向与潜在顾虑，通过共情建立信任。预判对方可能的反对点或担忧，在逻辑中提前化解，建立情感层面的认同。



K - 核心关切 (Key Interest)

锁定对方的利益诉求与决策痛点。无论是成本、效率还是风险，所有的逻辑论证都应最终指向解决对方的核心问题，创造实际价值。

场景化应用：针对不同对象的逻辑重构策略



面向决策者 (CEO/高管)

侧重战略匹配度与商业回报。用宏观市场趋势、ROI预测、长期竞争优势及风险控制逻辑支撑观点，弱化底层技术细节，强化愿景与价值。



面向技术与研发团队

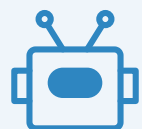
紧扣技术可行性与架构合理性。重点阐述方案细节、难点攻克、系统扩展性、性能指标及落地排期，用专业细节消除疑虑，强调稳定性。



面向终端客户/业务方

围绕实际价值与体验升级。突出产品解决的具体痛点、使用便捷性、成本节约效果及服务保障，用场景化案例替代抽象参数，直击需求。

MBA最新趋势①：AI的影响



AI的赋能：效率与计算

 **信息聚合：**自动化完成海量数据的抓取、清洗与结构化整合，释放基础脑力，避免重复劳动。

 **模式洞察：**从复杂无序的数据中快速挖掘关联规律，辅助识别市场潜在机会与隐性风险点。

 **趋势推演：**基于历史数据建模，提供高概率的商业结果预判与多维度的情景模拟方案。

 **关键局限：**缺乏真正的“理解”与“共情”，在伦理困境、突发创意及模糊语境的价值判断上存在先天短板。



人类的核心：判断与创造

 **价值定调：**确立商业目标的社会价值与伦理底线，赋予冰冷数据以人文意义与战略方向。

 **破局创新：**通过直觉、情感共鸣与跨界联想，产生超越算法逻辑框架的突破性商业构想。

 **决策掌舵：**批判性审视AI建议的合理性，权衡多方利益冲突，做出最终的、负责任战略决断。

 **核心不可替代：**拥有对“为什么”的深层追问能力，能处理极端不确定性，构建信任并引领组织变革。

未来MBA核心重塑：从“信息掌握者”转向“价值决策者”，让AI成为增强人类判断力的超级工具。

MBA最新趋势②：案例教学法的进化



01 过去：经典案例复盘

聚焦已发生的商业经典案例，通过深度拆解还原决策场景与逻辑。核心在于基于历史经验，训练管理者的商业判断力与决策推演能力，夯实管理认知的底层框架。



02 现在：实时动态研判

结合当下实时商业动态、行业数据与AI辅助工具，打破案例的时空滞后性。在模拟真实的动态市场压力下，重点培养对突发变化的敏锐感知与快速应变能力。



03 未来：人机协同决策

深度融合AI智能与人类智慧，AI负责海量数据挖掘与趋势预测，人类聚焦战略洞察与伦理价值判断。构建人机互补的高阶决策模式，打造适应智能时代的商业领导力。



核心洞察：案例教学法的本质已从“学习标准答案”转向“锻造适应能力”。它不再是对过往成功的简单复刻，而是通过场景化、动态化的训练，让管理者掌握面对未知挑战时的思考框架与决策勇气，这正是应对不确定商业未来的核心竞争力。

成长指标与检查清单

核心成长指标	能力内涵说明	自我评估 (1-5分)
前提识别力	能否主动意识到自身思考的隐含前提、偏见或思维定势？	待评分 (/ 5)
替代方案生成力	面对问题时，能否突破常规，灵活构思3个以上的解决方案？	待评分 (/ 5)
反证思考力	能否主动站在对立面，寻找反驳自身观点的证据与视角？	待评分 (/ 5)
决策透明度	能否清晰、有条理地向他人阐述决策的逻辑过程与依据？	待评分 (/ 5)

思维严谨性自查清单



01 议题是否具体且聚焦？

拒绝模糊议题，明确“5W1H”要素，确保思考起点清晰，避免因目标不明导致的发散与无效讨论。



02 分析框架是否符合MECE原则？

检查分类是否做到“相互独立，完全穷尽”，消除重复与遗漏，构建无死角的分析体系。



03 是否构建了多维度的备择假设？

避免“确认偏误”，至少提出2个以上的竞争性假设，并针对每个假设寻找正反两方面的证据。



04 结论中是否包含“Why Not”？

不仅阐述推荐方案的优势，更要清晰说明否决其他方案的具体原因，体现决策的对比与权衡。

综合案例：XX商事的新产品开发

01 现状背景

XX商事正筹划开发一款全新健康食品，目前处于项目可行性评估与战略规划的关键决策节点。

02 市场趋势

消费者对“天然无添加”成分关注度激增，健康饮食成为主流，同类产品市场需求潜力巨大。

03 竞争环境

主要竞品已抢先发布类似天然成分产品，占据了渠道与消费者心智的先发优势，市场竞争激烈。

04 核心困境

项目启动预算有限，且团队内部在“高性价比定价”与“主打成分功效”的宣传侧重上存在分歧。

解决思路与决策路径

STEP 01 确定核心议题— 剥离表象，明确“在预算约束下如何打造差异化竞争力”为首要议题。

STEP 02 构建战略假设— 头脑风暴，制定“高性价比走量”与“高端功效溢价”等至少两套备选方案。

STEP 03 验证与推演— 量化分析各方案的成本结构、预期销量及品牌风险，模拟市场反馈数据。

STEP 04 结论与落地— 综合评估后选定最优方案，细化产品配方、定价体系及上市推广的时间表。

现在，轮到你了 —— 运用批判性思维，为XX商事制定一份破局的新产品战略方案