

"点子大王"何阳 极力推荐

一本圆你策划梦想的实用宝典。

国内活动策划的翘楚推出重磅力作,助你美梦成真,一鸣惊人!

活动策划 与 组织实施

641法则实战攻略

温传明 © 著

人民东方出版传媒

 東方出版社

活动策划 与 组织实施

641法则实战攻略 Practice of Rules 641

温传明◎著



人民东方出版传媒
东方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

活动策划与组织实施: 641 法则实战攻略 / 温传明 著. —北京: 东方出版社, 2015. 11

ISBN 978-7-5060-8732-2

I. ①活… II. ①温… III. ①活动—组织管理学 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 267048 号

活动策划与组织实施: 641 法则实战攻略
(HUODONGCEHUA YU ZUZHISHISHI: 641FAZE SHIZHANGONGLÜE)

作 者: 温传明

责任编辑: 夏旭东

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区朝阳门内大街 166 号

邮政编码: 100706

印 刷: 北京京都六环印刷厂

版 次: 2016 年 1 月第 1 版

印 次: 2016 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 880 毫米×1230 毫米 1/32

印 张: 6.625

字 数: 80 千字

书 号: ISBN 978-7-5060-8732-2

定 价: 36.00 元

发行电话: (010) 64258117 64258115 64258112

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场
如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 64258029

序一

策划人分为不可复制人才（创造型）和可复制人才（规范型），当然两者具备则最佳。也就是说，规范条理是策划的基础，创造力是策划的灵魂。做策划，如果不具备基本的规范条理，执行者无法实施；但是如果没有好点子（创意 idea）即创造力那么一开始就很难介于一个新项目，整个策划也很难有闪光点。

我们知道，一个行业的形成和成熟必须具备三个条件，即有一定量的专业人员和建立该专业理论体系，有复制和培养行业人才的机构。

中国策划业发展到今天，尽管有了几百万从业大军，但是仍旧有一些策划人并不是以策划为专业，甚至不少数量的名策划人还是靠其他的行业生存。至于理论体系显然还没有真正建立起来，而专门培养策划人的机构更

是凤毛麟角，一些大学只是象征性地成立了策划专业，大多属于培训机构。所以需要无数的策划人发挥各自能量，推动策划业的成长规范和长足发展。

温传明作为我的学生在这方面做出了一定的贡献，他致力于策划工作多年，有一定的策划工作经验，同时善于总结提高，上升到了一定的理论高度。所以在本书中不但提供了大量可操作的具体案例手段，还有一定的基础理论可供探索。不失为一本实战性很强的工具书。在此我也希望中国的策划人能够精专研学，从实践中探索理论，著书传播，一方面与同行共同探讨和研究，同时可以给一些有心从事这个专业的人士提供辅导指南。

何阳 2015 年 4 月 28 日于北京

点子大王

中国咨询策划业创始人

中国策划研究院 副院长

序二

“策划”是人类的一种高级智慧活动，人类整个文明社会的发展进程都离不开“策划”。从原始社会到文明社会，从工业革命时代到互联网时代，人类社会发展的进程从未停滞过，特别是本世纪人类进入互联网时代，科技的迅猛发展引发了社会经济巨大的变革，其改变社会的能量之大、速度之快，完全超越了一般人想象空间，这是一股不可抗拒的历史潮流。

但是，无论人类“高科技”如何发展，掌控“高科技”的永远是人，“人的智慧”永远不会被“机器人智慧”所替代，“机器人智慧”毕竟是由人类“智慧活动”研发出来的。

人的“智慧活动”是有其运行规律的。目前人类正处于“新兴事物爆发期”，任何“新兴事物”都必须经

过高智慧的“策划”，经历“谋划→策划→规划→计划→执行”的实践过程。

中华民族历史悠久，中华文明博大精深。中华民族用智慧创立了具有中国特色的“策划智库”，成为影响中国、影响世界的宝贵财富。

中国策划业被作为一种职业，始于上世纪中国改革开放，至今仅仅30多年。目前，全国策划业的从业人员至少也有百万之众，但是，大部分从业人员综合素质不高、功力不强、专业不深，真正能够“浪迹江湖”而“声名鹊起”的“绿林好汉”为数不多。策划类的书籍满目皆是，可是大部分出版物往往是七拼八凑，内容相对肤浅，真正能对策划人有指导意义的书籍可谓是凤毛麟角，这也是中国策划界的缺憾！

多年前热播的电视剧《北京人在纽约》有句经典台词：“如果你爱他，就把他送到纽约，因为那里是天堂；如果你恨他，就把他送到纽约，因为那里是地狱。”本人作为一个资深策划人也经常讲：“如果你爱这个人，就叫他做策划，如果你恨这个人，也叫他去做策划。”

策划人需要具备什么能力呢？“学习力”、“思维力”、“创意力”、“策划力”、“规划力”、“执行力”，六大功力融于一身，方能成为策划界的“绿林好汉”！

策划人写一本好的策划专著必须具有理论高度、内

在逻辑、完整体系，更重要的是能够指导策划案执行的运作模式。

我的好友温传明先生编写的《活动策划与组织实施：641 法则实战攻略》即将出版，传明邀我写序。我有幸先睹为快，拜读了书稿，感觉其功力不凡，这本书凝聚了传明先生 15 年从事策划职业生涯的心血。

“活动的策划”貌似简单，实则不然。“活动”从策划→执行→控制，任何一个环节不能很好地驾驭，活动都有可能达不到预期效果。《活动策划与组织实施：641 法则实战攻略》内在逻辑清晰、环环相扣、图文并茂，这既是一个精湛的活动全程运作策划案，又是一部极具实战价值的工具书。

据作者介绍，他正在努力总结自己 15 年的策划经历，今天呈现在读者面前是他策划系列丛书的第一部，不久将会有第二部、第三部……我们期待传明先生的作品，能够成为中国策划界从业人员实战案例的经典总结，能够为中国策划界的从业人员提供更多的实战宝典，能够助力中国策划业创造新的辉煌！

最后，借英国著名作家狄更斯在《双城记》中的开篇作为序文的结束语：“这是最好的时代，也是最坏的时代；这是智慧的年代，也是愚蠢的年代；这是信仰的时期，也是怀疑的时期；这是光明的季节，也是黑暗的季节

节；这是希望的春天，也是失望的冬天……”

今天，我们面对的这个时代，是一个沸腾的时代！
是一个变革的时代！也是一个策划人用激情谱写新篇章
的时代！

郭井立

2015年5月7日

中国策划研究院 副院长

中国房地产策划联盟 副主席兼秘书长

中国文化促进会旅游文化专家委员会 专家

南京金陵商会 副会长

序三

传明要我给他的书稿写个序，看了文稿，感到特别欣慰。中国策划研究院作为全国知名的策划研究机构，每年都要策划组织不少会务活动，传明能够把自己亲历或体验到的关于会务活动策划组织的经验以这种形式整理出来，实在难得，值得鼓励。

我进入策划行业十多年，策划组织过不少会务。其实对于会务活动策划组织，除了很好的创意外，最关键的就是细节了，可以说细节决定了一场会务活动的成败。而任何会务活动的策划、组织、实施，最容易犯的错误就是：事前考虑不周、事中乱作一团、事后效果不显。传明这本书把中国策划研究院策划、组织、实施会务活动的一些可取之处都总结了出来，清晰简洁的思路加上实用高效的工具，必然会给会务活动的策划者、组织者、

实施者尤其是一些策划新人带去一定的指引作用，让他们少走些弯路，把会务活动组织得精彩、漂亮。

传明这本书写的是活动策划的 641 法则。所谓活动 641 法则就是：“打碎活动组织流程，重新提炼的贯穿活动策划组织、活动执行和活动收尾的思维方式。”本书中传明总结出一套可应用于新有类型活动策划、组织、执行中的方法论，从活动前、活动中、活动后三个阶段提出了各个阶段需要搞定的要素。第一阶段，也就是活动前需要搞定六个要素：“时间、场所、人物、环节、亮点、互动”，这就是所谓的“6”；第二阶段，即活动执行阶段需要搞定四个要素：“节奏控制、费用控制、人员控制、风险控制”，这就是所谓的“4”；第三阶段，即活动结束后，还需要搞定一个要素：“活动总结”，这就是所谓的“1”。

这种思维方式一个最大的优势就是将常规活动策划思维变得简单明了化，而且考虑到各个细节因素，按照这个思路明确分工，大大提高了团队的协作效率。当然传明这个文本还有一个最大的特色，就是它的图文并茂，而且还穿插许多中国策划研究院组织实施会务活动的实操模板和案例。行文流畅、幽默风趣，让人阅读起来特别轻松，真是书虽“简单”，但阅读完你会感觉它“不简单”，这正吻合了如今快节奏下人们的阅读心理需求，这

一点值得佩服！

荀子有言：“假舆马者，非利足也，而致千里；假舟楫（船桨）者，非能水也，而绝江河。君子生非异也，善假于物也。”对于每一位做会务活动策划、组织、实施的人来说，能够找到一种清晰的思路和实用的工具，工作必然会变得轻松高效。在此，我热情地把这本书推荐给大家，尤其是从事会务策划、组织、实施的一些新人，期望能够给你们带去启发和帮助。在此也感谢传明对策划界同仁的用心和付出。以此为序！

李佳

2015年4月22日

中国策划研究院 秘书长

中华慈善总会华夏养老基金 执行主任

致谢

这本书从开始构思到最后成型，前后一共花了近 2 年的时间，因为这是一本在策划这个行业中可能会被作为实用工具的书，我必须要为读这本书和将来可能会用到这本书的人负责，因此在实践中又进行了不断的调整，最终让“641 法则”成为了现在的样子，也许还有一些不够周全和细致的地方，希望大家不吝指正，也可以让我们共同成长，使我们从事的这个行业变得越来越专业。

另外，在完成这本书的过程中，我要感谢以下的同事，是他们和我共同完成了这本书，虽然因为种种原因只能留下我一个人的名字，但我还是能希望借助这样的方式让他们的付出不至于被忽视。

他们是中国策划研究院浙江分院的策划师刘峰、郑巧飞同志和中国策划研究院浙江分院策划研究中心主任

李志刚同志，感谢你们在我写这本书的时候所提供的大力支持和帮助。最后，我要感谢将来每一位读这本书的人，因为你们的存在，才让这本书有了它自身的价值。

谢谢你们！

温传明于夏凉之夜

目 录

一、活动策划 641 法则 001

二、活动策划组织六要素 005

1. 时间 TIME ??? TIME !!! 005

1.1 活动时间（日期）的选择 008

1.2 时刻与时长的选择 013

1.3 时限管理 018

1.4 时候 019

1.5 时机 025

1.6 6T 时间要素整合 028

2. 场所 WHERE ??? WHERE !!! 033

2.1 场所构思（勾勒轮廓图） 034

2.2 场所定位（描述位置图） 045

2.3 场所设施设备（清点配置图） 053

2.4 布置方案（细化布置图） 061

3. 人物 WHO ??? WHO !!! 067

3.1 组织属性的人物——利益相关者 068

- 3.2 权责属性的人物——角色承担 083
- 3.3 分工属性的人物——工作人员 087
- 3.4 群体属性的人物——观众和嘉宾 098
- 4. 环节 102
 - 4.1 活动内容环 102
 - 4.2 活动时间环 104
 - 4.3 活动环节立体管理——活动流程 106
- 5. 亮点（创意） 110
 - 5.1 点子风暴 110
 - 5.2 创意甄选 115
 - 5.3 完成细节 118
 - 5.4 创意展示 120
- 6. 互动 122
 - 6.1 互动关系 122
 - 6.2 互动方式 124
 - 6.3 互动方案 126
 - 6.4 互动执行 127

三、活动执行调控的四要素 129

- 1. 节奏控制 130
 - 1.1 时间点控制 132
 - 1.2 气氛点控制 136

- 1.3 营造观众记忆点 139
- 2. 费用控制 143
 - 2.1 Q1: 谁给钱? 他给多少? 144
 - 2.2 Q2: 钱会花在哪里? 145
 - 2.3 做加法还是减法? 150
 - 2.4 你需要一个账本 150
 - 2.5 你需要一个账房先生 152
 - 2.6 为什么还是超支了? 152
- 3. 人员控制 153
 - 3.1 人员配置 156
 - 3.2 人员激活 156
 - 3.3 结对管理 157
 - 3.4 动线模拟 160
- 4. 风险控制 166
 - 4.1 什么是风险? 168
 - 4.2 请罗列一份风险清单 171
 - 4.3 为重要风险上一份保单 173
 - 4.4 好了, 我们可以知道我们是不是一名合格的风险评估师了 176

四、为活动做一个漂亮的收尾工作 178

- 1. 清场收工 180