

中国律师职业新思维

殚精竭虑，冥思苦想，每一个案子的策划过程都是很辛苦的。作为一名律师，不仅要谙熟法律，吃透案情，熟悉办案技巧、积累办案经验，还要不墨守成规，善于以创造性思维去解决问题。律师不应仅仅是现实者和功利者，还应是智慧者和创造者。

律师策划

境界：

程根球 著

Big Idea

 法律出版社
LAW PRESS · CHINA



境界·律师策划



中国律师职业新思维

程根球 著



图书在版编目(CIP)数据

境界:律师策划/程根球著. —北京:法律出版社,
2006. 10

(律师职场系列)

ISBN 7 - 5036 - 6566 - 1

I. 境… II. 程… III. 律师业务—中国 IV. D926.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 092167 号

© 法律出版社·中国

责任编辑/韩满春

装帧设计/孙 杨

出版/法律出版社

编辑统筹/大众法律出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京中科印刷有限公司

责任印制/陶 松

开本/787×1092 毫米 1/16

印张/10.75 字数/117 千

版本/2006 年 10 月第 1 版

印次/2006 年 10 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908

上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456

深圳公司/0755-83072995 苏州公司/0512-65193110

书号:ISBN 7 - 5036 - 6566 - 1/D · 6283

定价:22.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

境界· 律师策划 Big Idea

作者简介

程根球，广东人民时代律师事务所律师事务所主任。

作者在20多年律师生涯中，坚持运用哲学理论和策划观念指导律师工作实践，在继承中国优秀传统文化和吸收西方成功经验的基础上大胆创新，努力开拓出新的律师从业之路。

作者担任过各种案件的辩护律师和代理律师，尤其在建筑与房地产法律服务领域独辟蹊径，创造了许多具有实践性的策略方法。

广东人民时代律师事务所

www.peoplelawyer.com.cn

内容简介

律师策划是律师业务的最高境界。作者认为，律师的核心价值是依法竭尽全力地维护当事人的合法权益。作为一名称职的律师，不仅要谙熟法律、吃透案情、明悉技巧、富有经验，还要善于以创造性思维解决问题。本书通过详实的案例、精彩的分析、到位的归纳对律师策划进行全方位的解剖，值得律师、未来有志于律师者捧读。

Big Idea 境界·律师策划

关注所有职业律师的成长



策划组稿：赵利铭 韩满春

书装设计：孙 杨

读者反馈·合作出版：

populace@lawpress.com.cn

发 行：中国法律图书有限公司

Preface

自序

如果说,哲学是人类攀登文明高峰的一把钥匙,那么,律师则是在神秘莫测的人际社会中成功运用这把钥匙开启法制大门的探索者。

古今中外,一代又一代的律师,高举法律的旗帜,凭借着哲学的智慧,运用策划学的精髓,以无所畏惧的勇气和坚韧不拔的毅力,在捍卫公正、民主、法制、人权的伟大事业中寻觅着真理和真理的普遍性,向人类揭示整个社会纷纷扰扰背后的奥秘。

曾几何时,我还是一个青年,经过二十几年的磨练,在处理纷繁复杂的各类案件过程中,我的意志坚定了,经验丰富了,胆子练大了,话语尖锐了,思维敏捷了。在法律的海洋里,我任凭风浪起,稳坐钓鱼台;我作为一名律师,沉稳镇定地面对威严的法庭,我来了。

在律师界,有一句很深刻的话:“律师要说服法官。”靠什么说服?要靠律师自己的水平、学识、能力和技巧,从法理上、从证据上、从事实上、从思维上、从逻辑分析上,用智慧去说服他。这样的律师,法官会在心里佩服。

在律师界,有一个很有新意的概念:“创造性地解决法律争

议”。我认为,律师的核心价值是以法律的手段来维护委托人的利益。委托律师的当事人,不管他是法人还是自然人,都是在法律上遇到了自己破解不了的难题才找律师的。这是对律师的信任。当律师的不可辜负了这份信任,所以要竭尽全力来依法维护当事人的合法权益,不管这中间要遇到什么样的困难。多年来,我每接一个案子都是殚精竭虑,冥思苦想,这期间的策划过程是很辛苦的。律师,善于以创造性思维去解决问题,掌握哲学思维和策划理念,是非常重要的。

驰向思索的海洋,追求更真切、更生动、更富有激情和感染力的律师生涯,寻觅那些把人类生活装点得更高尚美好的珍宝,这就是我写作这本书的目的。

程根球

2006 年仲夏之夜于羊城

Contents

目 录

自序	1
----	---

第1章 律师策划是律师职业化的最高境界 ——在珠江边的一场对话	1
------------------------------------	---

一个著名策划家与一位律师的对话开始了。核心的话题是律师办案要不要策划？律师如果为犯罪嫌疑人辩护时运用策划战略是不是有违爱国、爱正义、恪守法律公平、尊重事实的原则？

话题是尖锐的，颇有些沉重的色彩，就像那天晚上的珠江，夜色并不明朗，灰蒙蒙得看不到一颗星星。但我们两个似乎都清醒地知道，灰蒙蒙之上，星光依然闪烁。

第2章 律师策划弘扬律师职业主义精神 ——从辛普森案谈起	20
---------------------------------	----

1995年10月3日，美国西部时间上午10点，当辛普森案裁决即将宣布之时，整个美国一时陷入停顿。

克林顿总统推开了军机国务；前国务卿贝克推迟了演讲；华尔街股市交易清淡；长途电话线路寂静无声。数千名警察全副武装，遍布洛杉矶市街头巷尾，如临大敌。CNN统计数字表明，大约有1.4亿美国人收看或收听了“世纪审判”的最后裁决。陪审团裁决结果：辛普森无罪。

就连在案发现场的血迹经DNA检验都证明是辛普森的，为何“血证如山”却被判无罪呢？

第3章 律师语言是律师策划的艺术

——当律师走向法庭的时候

49

美国布法罗市西区联邦法院宣布了中国公民赵燕被美国国土安全部警员殴打一案的庭审结果,经陪审团裁定,涉嫌打人的警察洛德斯被判无罪。

这是被告辩护律师高超的辩护语言的胜利,也是原告方某些律师策划不成功的结果。

第4章 律师策划需要商战的谋略和手段

——律师夜读《孙子兵法》的启示

84

公诉人问证人:“你刚才说案发那天你去拜访了被告,那么他说了什么?”

“反对!”辩护律师说,“提问不符合程序!”接着,公诉人和律师就这句提问是否符合程序的问题辩论了足足一个小时,最后法官裁决:反对无效,证人必须回答这个提问。

证人答:“没说什么,当时他不在家。”

在庭审的关键时刻,律师运用策划谋略转移话题,效果也许是显著的

第5章 律师是企业资源保值增值的法律策划者

——从长虹受骗一案谈起

109

2004年10月,一个越洋电话把曾被美国《时代》杂志评为2002年全球最具影响力的企业家季龙粉请到了深圳。一会儿,这位长虹电视机在美国销售的关键人物——APEX公司董事长就被四川省经侦总队“请”回了成都,理由是涉嫌票据诈骗……长虹,终于惊醒了。

第6章 在创新务实中兑现律师策划的价值

——律师策划方案的制定

129

一位男律师接受一位电视台的女记者采访,谈到事实这个概念的法律含义,律师回答:“我今天坐在这里接受访问,假设在访问中,

您那美丽的头发不知何故沾到我的裤子上。回家后,我太太发现了我裤子上有头发,拿到化验室去鉴定 DNA,结果证实是您的头发。然后她就查问我今天跟您做了什么见不得人的事情,责问您的头发为何会跑到我的裤子上来。啊哈,我就有大麻烦了!但是,天知、地知、您知、我知,我们没做任何不轨的事情。因此,即使 DNA 检验结果证明了某根毛发或某些血迹是某人的,也不能直接证明这个人就做了这些坏事。”

第 1 章

律师策划是律师职业化的最高境界

——在珠江边的一场对话

“一二·九”，是一个有纪念意义的日子，1935年的这一天，在北京发生了震惊中外的“一二·九”学生爱国运动。

70年后的这一天，我和一位著名的策划学家坐在广州珠江边一个西餐厅，展开了一场具有探讨性的对话。

这位策划学大师在中国纵横南北，指点江山，刮起了一阵阵的“头脑风暴”，演绎了一段一段令人目瞪口呆的商业神话。

在中国，策划界是一个褒贬不一的行业，昔日的“点子大王”至今还在牢狱里思索，当年风光无限的“亚细亚风波”制造者早已默默无闻，曾经在中国骄横一时的某国外咨询大王也因“兵败实德”、“乐百氏事件”等引起商界的广泛质疑。然而，这位策划大师确被称为“策划界的常青树”，珠三角是他发迹的地方，广州算是他的半个故乡，据说当年那个惊天动地的策划大案，就是他在广州的一个小房间里作出的。

也许是策划师和律师有一个共同的特点，把自己接手的“活”都称之为“案子”，或许是两个职业称呼中都有一个“师”字，我和这位策划大师成了长久的朋友。

我们的对话就是从一位律师涉嫌“辩护人伪证罪”开始的。核心的话题是律师办案要不要策划？律师如果为犯罪嫌疑人辩护时运用策划谋略是不是有违爱国、爱正义，恪守法律公平，尊重事实的原则？

话题是尖锐的，颇有些沉重的色彩，就像那天晚上的珠江，夜色并不明朗，灰蒙蒙得看不到一颗星星。但我们两个似乎都清醒地知道，灰蒙蒙之上，星光依然闪烁。

一、律师和策划师都是靠脑袋吃饭的人

策划师：策划的历史源远流长，可以说一部人类文明的历史就是一代又一代的政治家、军事家、经济学家和商业巨子以及为他们服务的谋臣学士们呕心沥血、运筹帷幄的策划史。中国历史上著名的“隆中对”、伟大的策划大师诸葛亮、享誉海内外的《孙子兵法》、历史巨著《资治通鉴》，等等，无不渗透着策划的智慧和力量。

律师：自1957年始，延续20多年的历史记忆，律师的命运还是一个沉重而严峻的话题。如今中国经过近30年的改革开放，在社会利益分化重组的情势下逐步实现了社会治理结构的重大转型，市场经济、民主政治、人权法治已经成为难以逆转的发展趋势。中国律师逐渐形成自己的表意能力和表意空间，在社会生活秩序的构建中发挥着越来越显著的作用。

策划师：没错。律师和我们策划师一样，都是靠脑袋吃饭的人。运用的是智慧。什么是智慧？ $1+1=2$ ，这是知识！运用这样的知识创造出无数的人类文明，这个过程中所蕴涵的演绎、推理、思考、整合等都是智慧！

一部三国演义，三国之争，虽是曹、孙、刘三人唱主角，但最后突出的却是智慧的化身——诸葛亮。一部流传千古的作品，其中必然蕴涵着深厚的文化积淀和文化追求。这部书就从文化的层

面上反映出:第一,中国文化博大精深,不缺智慧;第二,中国人对智慧的化身非常推崇。但千百年来,中国文化人都只是“学得文武道,售与帝王家”,为官场服务。而今天,在知识经济时代,正是“海阔凭鱼跃,天高任鸟飞”,广大的知识分子有着广阔的空间,完全可以在市场经济的海洋中施展自己的才能。的确,今天在中国,已有许多知识分子凭自己的智慧获得了很大的成功,得到了社会的承认。当年诸葛亮正是凭自己系统完整的广博知识体系,为蜀国策划了一系列战略,提供了带有指导性的治国方略;今天,我们的知识分子在运用智慧创造过程中,推动着祖国的政治文明、物质文明、精神文明建设。

律师:可不可以这样理解,市场策划营销更多地推动着物质文明建设和经济的繁荣,我们律师运用智慧实施法律策划,更多的是推动社会主义民主和法制建设,促进政治文明建设。

律师本来就是运用法律知识与技能获取报酬的职业,是运用法律手段为委托人服务的一种职业,获利本身没有错。但是,对利益的追求本身要求以职业化的方式进行,离不开运用智慧进行一系列的律师策划。律师的思维方式不同于经济师,不同于政客,也不同于你们专注于市场策划营销的策划师。律师需要以对客户利益的忠诚获得社会信赖,同时又对各种复杂的利益冲突保持着职业的敏感。他们是客户的代言人,同时又不忘记正义的实现乃是根本的目标所在。

策划师:商海浮沉,九九归一,经过这些年的折腾,策划对于我来说已不单纯是一个找饭吃的借口,一个职业,而且还成了一个极具成长性的行业。也许是策划这个词与智慧的距离太近了吧,从它一诞生起,就注定要惹来无数的是非和纠葛,毕竟中国人对于自己的智慧历来是有一点自负的。正因如此,策划作为一个行业,从来没有平静过。著名策划人王志纲在谈到自己职业定位

时说过下面一段话：“曾经不止一次有人关心我说，别再提策划了，你从事的其实是战略和策略层面的事情，不是一般人所理解的策划，该给自己换个称谓了。

记得当初我试图去把握、界定和概括自己的职业和所要探索领域的时候，作为一个中国人，自然首先会从祖先留给我们的知识和智慧的宝库里去寻找一个最贴切的语言和词汇，来界定这个全新的领域和职业。我呢，就相当于一个赶海的小孩，看到了一个非常漂亮的贝壳，就把它抱回来。这个贝壳当时不叫策划，可是我发现现有的词汇都很难概括我所正在从事的工作，CI、广告、创意、市场调查、咨询、点子、营销……都不是，正好中国博大精深的文化给了我一个很大的启发，于是，我找到了“策划”这两个字来概括和体现我们所从事的职业。策，策动、政策、谋略、计策；划，谋划、规划、计划。这两个字组合起来非常神奇，可以说海阔凭鱼跃，天高任鸟飞。”

王志纲对策划非常执着，他说：“今天，当很多人觉得‘策划’这两个字眼已经人老珠黄的时候，我要说：‘我还是一个策划人，我们所从事的，还是策划。’至今我仍认为，只有这个概念最能够概括中国文化和智慧的神韵，只有这个概念才能够有效地从外延到内涵把握和概括我们所从事的几乎一切已知、未知的领域和行为。如果有更合适的词汇，我倒也想试一试。遗憾的是，现在还没有找到。”

我们这些策划人，应该通过自身丰富的实践，通过自己不断地探索，最终给中国式的策划这个神奇的概念赋予应有的丰富的内涵，使知识再创，使其在市场这个超级变压器中能够转变为真正的财富，转变为生产力，让财富像泉涌一般喷发出来。

律师：策划师在市场经济中发挥自己的智慧才能，在企业的发展中起到推动力的作用；律师从法律的角度，运用智慧的力量

来保护企业的利益,同样离不开策划,所以律师应好好地研究策划学,把策划和法律结合起来。毫无疑问,律师首先是一种职业,但又并非一般的职业,而是靠专业和智慧来谋生的职业。有人说,律师是靠嘴皮子吃饭的;也有人说,律师是靠脑瓜子吃饭的。归根结底,律师是靠专业和智慧吃饭的。

美国的丹诺是一个很有名的律师,我看过一本介绍他的资料,他一生中最精彩的辩护是为自己作为被告人的辩护。因为他作为律师,为履行作为律师的职责为一个劳工案进行辩护,被检察官指控行贿陪审团。他在为自己进行辩护的时候,据说是将在场的每一位陪审员都感动得泪流满面。律师要说服法官,关键是要用“法”,用“法”来感动他,用学识去感动他,用智慧去感动他。我想这样的律师,法官会在心里佩服。

事实上,法官每天都在听一些类似的话,你越是能言善辩,花言巧语,他越是讨厌你。你要会辩,而不是狡辩。做律师这一行的,不是要你玩弄华丽词藻,而要注意严谨,遣词造句要准确。许多时候,诉讼,是一场漫长而危机四伏的“战争”。所以,诉讼的结局也不外乎三种:胜、败、和。在这场没有硝烟、火药味却十足的“战争”中,作为被交战双方重金聘请的主将——律师,此时此刻应该具有“运筹于帷幄之中,决胜于千里之外”、“挽狂澜于既倒,扶大厦之将倾”的智慧和策划能力。

二、策划师和律师都是研究技巧的人

策划师:我想问你一个问题:如果有许多金子和一种点石成金之术供选择,你选择哪一样?

律师:当然选择后者。

策划师:毫无疑问,聪明人都会选择后者。策划与其说是一门学问,不如说是一种技术更为准确。也就是一种点石成金之术。她是一种立足于现实,着眼于创造个人和组织的美好未来的

社会活动技术。

作为一门科学的知识体系,作为一种有着普遍适用性的社会活动技术,策划学的应用范围几乎可以说是没有任何局限性的。同时,策划又是新兴的最具有吸引力和令人羡慕的社会地位的职业之一。所以,西方发达国家的职业评论家认为:不做总统,就做策划人!如此职业评价虽说难免带有某种过誉之嫌,但也足以表明,策划在现代社会中具有相当重要的地位和作用。

律师:技术问题,实质上就是一个技巧的问题。做律师要讲究基本的法律原则,这是一个大前提。但是在这个大前提下,如何实现自己设定的诉讼目标,却有许许多多技巧性的东西。大量的涉案事实和众多的法律法规,就像“十八般武器”摆在你的面前,选用哪一种,要因人因事而异,好多律师面对这些武器不知从何入手,明明该用刀子,他却用剑,如何取胜呢?

有人说中国的律师不好做。这话是建立在事实基础上的。因为,我国宪法确立的依法治国的方略才几年。像“文化大革命”时期,连国家都不能用宪法的法律形式确立依法治国的决策。现在虽然我国进入了依法治国的时期,但仍然存在权大于法的现象,还不是一个完全意义上的法治国家。还有比法大的东西存在。在这种环境下,律师接到案件,特别是对方实力或势力较大的案件,虽然你依法预测委托人主张的诉讼请求与事实理由及其法律规定会胜诉,但律师还要策划是否找熟人影响法官公正裁判、找媒体曝光案件促使法官维护委托人的合法权益、找相关案例影响法官不要偏袒,有的甚至贿赂法官或有关主管法院或法官的人。这些诉前的种种思考和活动,也包括准备证据、寻找证人、固定证据等是紧密协调的。这些活动通过与不同性质的活动紧密协调,并运用公关、新闻、行政等手段,综合实施运行,使己方达到胜诉的好结果,就是策划与其他性质的活动的紧密协调。

策划本身是一门学问或学科,运用策划理论去策划一件事,策划好了,按照策划思路去决策了,成功了,这就是策划;策划得不好,按照策划思路去做失败了,也是策划。律师运用法律策划开发案源与商业策划没有两样。律师是一个非典型性的商人,或者说,律师事务所就是一个经济组织,律师是这个组织的员工或老板。不过,律师的工具是法律,商人的武器是推土机和机器等。法律策划借鉴商业策划进行某些活动是可行的,当然法律策划也有其自身的规律可循。

策划师:策划就是在资源和目标之间搭建桥梁,寻求一种途径和办法。在这个过程中,或是整合资源,或是调整目标。策划师就是创造性地设计出各种可供选择的方案。

安徽沙河王集团想在全国糖酒会上大出风头,一位著名策划人为它策划了“世界第一鲨”沙河王大白鲨活动,不但轰动当年的秋季糖酒会,并荣获世界吉尼斯纪录。为企业赚得5亿元的商业订单。

深圳赛格集团设定了树立品牌形象的目标,但它当时是一个没有终端产品的企业,如何选择途径?经过策划人的谋划,把赛格集团独特的“资本运营、母子公司体制”的成功管理经验加以总结概括,使之成为国企改革很好的理论策划实例。事实证明,赛格在这一次总策划、总推广中所产生的良好公众形象,使赛格集团赢得了政府和社会的大力支持,赛格中康、赛格股份、赛格日立的顺利上市,使赛格集团两年获得15亿元的资金注入。

律师:律师接受一个案子,就身处各方矛盾包围之中。讲究兵法,冲出重围,赢得胜利,当然离不开技巧的策划。我觉得这个技巧的策划贯穿于整个诉讼过程。

例如起诉的“突然袭击法”:“这里的黎明静悄悄”,是一切成功战争的序幕;“兵以诈立”,“兵之情主速”;“攻而必取者,攻其