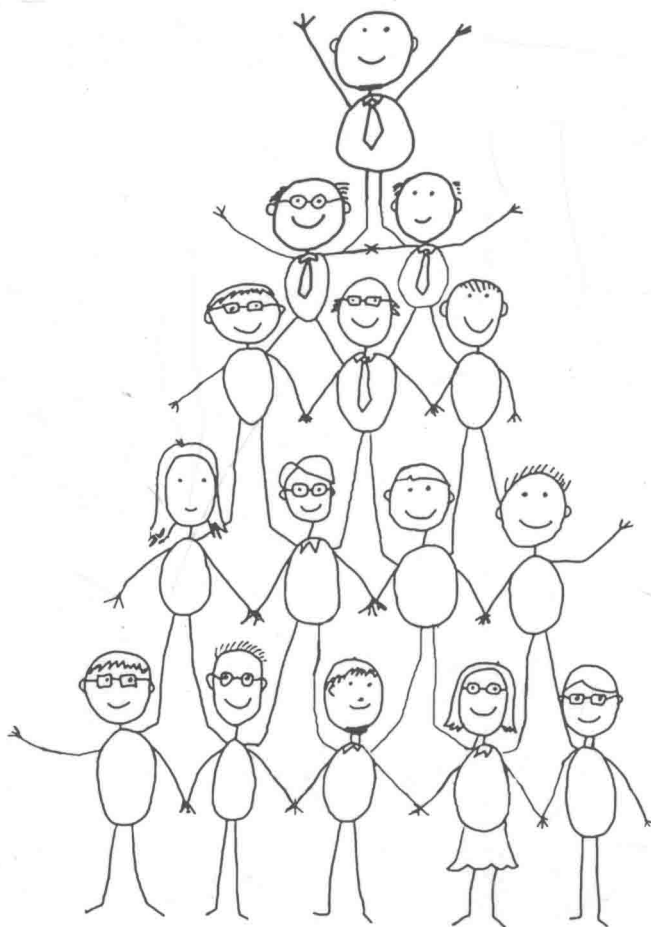


北京盛方咨询集团文化旅游经济丛书

Planners in
Beijing

北京规划师



许豫宏 汪海涛 刘璐 等著

16位资深规划师联袂创作
以故事展现规划行业思想变迁
国内首部揭示旅游规划圈百态生活的趣作



旅游教育出版社

北京盛方咨询集团文化旅游经济丛书

北京规划师

Planners in Beijing

许豫宏 汪海涛 刘璐 等 著

北京·旅游教育出版社

责任编辑:孙延旭

图书在版编目(CIP)数据

北京规划师 / 许豫宏等著. — 北京: 旅游教育出版社, 2014. 1

(文化旅游经济丛书)

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2880 - 0

I. ①北… II. ①许… III. ①长篇小说—中国—当代
IV. ①I247.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 014204 号

文化旅游经济丛书

北京规划师

许豫宏 汪海涛 刘璐 等 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	北京甜水彩色印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	19. 25
字 数	305 千字
版 次	2014 年 4 月第 1 版
印 次	2014 年 4 月第 1 次印刷
定 价	33. 00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《北京规划师》作者团队

领衔创作：许豫宏

统筹编辑：汪海涛 刘璐

本书作者：（按姓氏笔画排序）

方雪妮 许豫宏 刘璐 孙玉卓 陈雷
李玲 时蕊 汪海涛 张海燕 张雪梅
张杨 赵倩男 钟乙歌 贾伟 徐婉苏
崔宴芳 彭清

序

我本人和我的团队是从传统的策划规划设计行业进入旅游地产行业的,因为属于新兴的行业,所以要用全新的理念与创意来实现成果与工程的突破。同时也需要为这个旅游地产的全新行业摇旗呐喊,当然呐喊的方式有很多种,我们这次选择的是通过长篇小说的格式进行表达表述。咨询与顾问都有些抽象,无奈之举,故以《北京规划师》作为书名。

就此,由此,故此,谋划《北京规划师》这本书为时已久,但总是因为时间和项目的忙碌一直没有动笔。今年以来,职业的关系促使这种冲动愈来愈强烈,所以多次打开电脑进行创作写作。可是,写故事并非讲故事,讲故事就像我讲课一样,可以如鱼得水,挥洒自如,随心所欲,而写作就有困难啦。首先的困难是打字速度难以把握,键盘、程序、编辑格式都不断挑战着书的进度。其次的困难是咨询顾问任务繁重,好不容易把故事连续起来,却因为不同地点的出差、不同项目的技术攻关、不同地域的文化冲击,使我那稳定的思绪混乱不堪,难以连续。另外,还有一个重要的困难是年龄关系,不惑之年的男人已经是养尊处优的代名词,不愿辛苦、不愿操心、不愿游戏,所以这个故事写作一直在纠结与迟疑之间跳跃,难以成型。

一次出差偶然的机会,我看到刚刚进入“北京规划师”咨询团队的新成员出差过程中有感而发写的一些打油诗、散文作品,突然萌发了一个念头。是否可以尝试大家一起来共同创作一部长篇小说《北京规划师》,从我自己一个人的视觉体验出来的故事,变成十几、二十几、三十几个文学功底不错的共同作品,一则可以从不同主人翁的自主创作中故事会更加丰富,二则可以对长篇小说这种体例的传统模式进行改革与创新的尝试,三则会大大加快写作成书的速度。

于是乎,我就开始张罗着一部长篇小说的集体创作。这就是《北京规划师》这部长篇小说的由来。之于文学作品,本部书可能有很多失当地方。之于纪实作品,本部书可能更不恰当。如果有读者为此追究其失当之处,我表示一种歉意。因为我本身就觉得本书之内容如果能够让读者看到一些兴趣与可读亮点,就已经满足啦。之于可否成为规范的长篇小说?我从来没有奢望。之于可否成为传世之作,我更从来没有苛求。只是集娱乐与游笔于创意之中,随心所欲,潇洒脱俗,思虑奔放,无所谓得失,仅此而已。

本部书中主人翁的创意与设计,是我不得不说的一个事情。作为小说,尤其是长篇小说,人物虚构、故事编拟、情感混杂、跌宕起伏是必然的结果。但是我在和这群作者交流磋商的时候,大家的建议与意见,倒让我感觉到创新的必要性与必需性,小说里的故事可以来回穿插,但是旅游地产行业的特性与关键点还是要处理得严肃,因为《北京规划师》这部长篇小说应该是针对一个旅游地产的新的行业而创作的,所以必须体现旅游地产行业的本身思想。再者,咨询顾问的专业也是人物与事件设计的关键基点因素。由此,我们经过反复的讨论把人物设计最终确立为嘉盛教授、昱炜、郑勇、田启宏、张宏洁、章方、秦国昱、李然、方为、金蕊、卢梦、李斌荣、陈静、何小小、王小燕、程忠、萧以沫等。以实现自由编拟与自由创作的结果。

人物的关键不得不说,故事的缘由也不得不说,原因很多,其中重要的原因就是旅游地产行业使得故事发生地都在全国的某一个城市、某一个县域、某一个乡镇、某一个村庄,所以地点成为关键和重要的因素和元素,最先我们考虑的时候是虚拟一些地名,但是为了体现人物特征与城市地域文化的融合度,商定的结果就把实际地名不再隐晦,直呼其名吧。这样也可以使读者阅读起来更有可读性、文学性、文化性、风情性、风趣性、创意性。达到实在的地点、虚拟的情节,有用的文化、无用的故事,实在的民俗、幻想的游戏,阳光的道理、缥缈的意境,实现虚中有实、实中有虚、虚实得当、虚实相间的有效结合。

至于更多细节的说明,就由参与创作的同事自由发挥,读者随意联想吧。不论怎么联想都不为过。即使与实际的人物与事件进行对号入座也无所谓啦,因为当今社会已经进入百花齐放、百家争鸣的境地,即便引起人性的误解,也是可以理解与谅解的。

说到这里,要感谢参与封面设计的两位好友——王鑫和高原。封面中“北京规划师”五个书法字由王鑫执笔挥毫,其作为中书协最年轻艺术家之一,虽未而立,却已是一位受关注、受期待、受尊敬、屡获大奖的书法高手,未来其在书法界定会更有作为;封面人型图案由高原绘制,其作为一名年轻的洋溢着艺术气息的北京规划师,对人型创意一蹴而就,却也富有用意,这有待读者细细品味。

以上话语,是《北京规划师》长篇小说的创意由来,也是不得不说的情节。也算是故事的前奏与开篇,从篇章结构与说明的内容来看,是为序吧。

许豫宏于北京

2013年8月4日

目 录

第一章 弟子规程	1
第二章 梦想漂流	19
第三章 学无止境	43
第四章 懵懂岁月	61
第五章 渐入佳境	80
第六章 剑锋磨砺	98
第七章 那年那月	116
第八章 了然无痕	130
第九章 旅居北京	149
第十章 青春有梦	164
第十一章 规划生涯	180
第十二章 再见再见	195
第十三章 厚德人生	212
第十四章 才子佳人	228
第十五章 禅心遗恨	241
第十六章 投石探路	256
第十七章 水瓶逻辑	269
第十八章 患得患失	279
后记(一)	295
后记(二)	298

第一章 弟子规程

嘉盛教授回到家里,已经是深夜了。

连续出差 40 天,实在是奔波不动。找理由回到北京,想让疲惫不堪的身躯休闲休闲,但是,可能是劳累过度的原因,反倒睡不着觉。翻来覆去、覆去翻来,还是睡不着觉。折腾半天,嘉盛教授干脆起身打开电脑,翻看急于解决的项目资料,脑子一片空白,根本看不进去。

走出房间,嘉盛教授在凉台里转悠起来,凉风一吹,反倒清醒起来。

虽然是后半夜了,周边仍然灯火通明,近处和远处的景观与色彩已然五彩缤纷。

“真是漂亮!”好久没有时间和精力仔细看北京的夜色了,嘉盛教授突然发现,北京周边的夜色如此的美,如此让人惬意,如此让人享受。“何等惬意的享受。”

“干点什么呢?”嘉盛教授自言自语道,“又睡不着觉,得找点事情做吧?”

嘉盛教授回到房间,打开电视,随意地浏览电视频道,也没有什么引人入胜的节目。嘉盛教授关掉电视,翻开自己的书柜,《河南人家》一本长篇小说的书映入眼帘,随意浏览起来,一句话让嘉盛教授停住了眼神,凝视起来。“年轻时候闯荡是为一生丰富阅历锤炼自己走向成功,中年时候努力是为家庭幸福子女安康父母美满生活,暮年时候努力是为公德颐养天年教化社会助推公益。”

是呀,步入这个年龄,是该考虑自己奔波半生,跳跃人生,如何平稳地走完百年人生了。古人言:青年励志,中年洪福,晚年著书立说。作为规划行业的一个尚有话语权的著名规划师来说,可能著书立说尚有意义,而对于嘉盛教授这个阅历无数的男人来说,没有丝毫的欲望。但是发挥潜能的方面有很多路径呀。

“做一个工作室吧?”嘉盛教授突然灵机一动,工作室既不障眼——因为发财梦而让行业觉得自己有了商人的气息。又不碍眼——因为清高而让行业同人们觉得自己有发财的欲望。这样可以一举四德、一举四得。

一举四德,在嘉盛教授看来,旅游地产咨询工作室,可以实现自己崇尚的四种品德。“为人之师为一德,教化弟子成就事业;为企之士为二德,培育团队造就产品;为政之伴为三德,设计模式创意哲学;为民之命为四德,关注民生造福一方。”四

德是嘉盛教授多年来的精神信仰与处世之道,随着年龄的日渐老矣,这种信仰已经幻变成为一种自然而然的行动了。

一举四得,在嘉盛教授看来更有后半生的发展意义。是百年人生走向自觉自然的理性。嘉盛教授默念道:“精神充实为一得,走到这个年龄是为精神财富而奔波的时机了;落地运营为二得,走到今天的技术层面是综合实力的集中体现;财富金钱为三得,反过来说,口碑好了,利益是不言而喻的顺其自然的事情了;传世之作为四得,全国各地随处可见自己创意的项目让行业驻足称赞。”

而要实现这个价值,显然光靠个人的力量是断不可能、也断不可行的,而是需要一个人才集群、智力团队,那这个团队怎么来构建呢?

“要做一个新的智力平台,一则可以实现自己的百年目标,二则可以让行业众多的年轻人能够拥有自己赖以发挥智力的场所。”嘉盛教授自言自语道,“对,就做一个智力平台。”

但是,名字呢?

嘉盛教授又情不自禁地陷入了沉思当中。

“做公司?”嘉盛教授自己摇了摇头,“公司有商业化的嫌疑呀。”

“做工作室?”嘉盛教授有些默许,“会实现名利双收的结局。”

“对,做一个旅游地产从规划设计咨询到开发顾问的全过程、全流程的服务平台。”嘉盛教授有些自得,“但是叫什么名字呢?”

嘉盛教授做过许多咨询公司的职业经理人如执行董事、副总裁、顾问,也做过多家规划设计单位的技术负责人如总规划师、总营销师、总创意师、总策划师。

“不要商业化名称,要一个技术名称吧。”嘉盛教授喝了一杯茶,自言自语道。

“地域名称是核心,这是一。”嘉盛教授扳起手指头,数落起来,“行业特征是关键,这是二,这个也是关键、是战略、是系统。”

嘉盛教授围绕这个思路深思起来。

“北京规划师?”嘉盛教授突然想出来这个名称,“既有域名,又有核心竞争力。”

“对,就是北京规划师这个平台名称。”嘉盛教授肯定地下了决心,“北京规划师作为旅游地产咨询顾问公司的平台名称确定后,是需要一个企业文化系统的构建,过去说的是企业规章制度和企业法规,而当今这个时代,再拿规章制度与企业法规来说事肯定是不够人性化的方式。员工的思想意识培育是关键和核心,怎么构建北京规划师平台的企业精神与企业文化呢?”

嘉盛教授踱步来回地在书房里转悠起来。

“制作一个北京规划师的企业文化手册?”嘉盛教授知道,这种模式是国际成功企业基本的管理模式,但是又觉得没有创新性、创意性。

嘉盛教授眼神停留在书房四周书柜里的一些书籍资料,扫描着那一层层、一摞摞各种版本的资料书籍。

“《弟子规》。”嘉盛教授突然眼神停留在一本小册子上。这是一本嘉盛教授从小就倒背如流的册子,从做人做事情都值得每一个人铭记在心的文化内容,千百年来让世代仁人志士都引以为修身之语录、做事做人之依据的标杆准则。

“要不就写一个北京规划师的《弟子规》?”嘉盛教授又自言自语道。

其实,从历史到现今时代,行为准则一直是“治国、理家、平天下”的成败标准。多少著名政治家、商业奇才、学士泰斗都崇尚“无为而治”的理想王国模式,其核心的理想与追求就是《弟子规》的学术归宿。

“对,就是《弟子规》。”嘉盛教授一边默念,一边又走到电脑前,打开电脑,稍稍梳理了有些兴奋的情绪,快速地写起来。为《北京规划师》这个智力行业的理想王国的行为标准,为《北京规划师》这个即将诞生的咨询行业标杆企业,为崇尚自由创意、自在理想、自身成功的团队员工,编辑出一种美妙的企业规章。

.....

拉开窗帘,天已经大亮了。

嘉盛教授伸了伸困顿的身体,回头看了看电脑里密密麻麻的字体,由衷地舒展了一会儿紧张一夜的脑神经,然后满意地合上了电脑。

走到凉台,一阵清风飘荡过来,“舒服呀。”嘉盛教授觉得心随意转,身体与心灵都轻松自在。回想起来一夜奋笔疾书写出来的内容,嘉盛教授有些自得其乐起来。不禁又回忆起来“北京规划师弟子规”的全文内容来——

各位股东、各位董事、各位弟子:

尤其是刚刚进入咨询行业的各位新同事:

“北京规划师”团队已经正式组建,这是我多年来梦寐以求的事情,这也是我今天以文字形式与各位同事交流的基础与基点。

回忆进入咨询行业十八年来的坎坎坷坷、诸多艰辛,可以说感触颇多。我是1997年转行进入咨询行业,成为一名规划师的。十八年来,总结起来我经历了三大步的跨越。从旅游景区的规划设计、开发建设、管理控制、运营指导的七年磨砺,到旅游城市的系统策划、产业布局、消费经济、发展模式的五年鏖战,到旅游地产的控制资源、业态运营、经典带动、土地整理的六年探索,实践让我不仅仅拥有了扎实的实际技术与把控运营能力,同时拥有了超越行业的理论体系与商业模式设计能力。从我个人而言,已经到了将自己的探索发现成果转化为产业经济优势,个人英雄主义变换成为团队战斗力,单个问题难题的把握控制解决融合成为系统解决方案,专家顾问服务效应提升成为公司平台群体名利双收的时代啦。

“北京规划师”团队的构建成功,对我作为中国旅游地产行业专家个人来说,

有四个方面的战略意义,也可以说是里程碑式的。四个战略意义的内涵是说,从今日开始,我的旅游地产开发技术研究与实战经验有了第一批真正的弟子;我的旅游地产知名专家的核心竞争力将以“北京规划师”团队的方式出现;我的旅游地产顾问技术将会伴随你们的项目实践变成无数个产品;我的旅游地产开发实战走向学术、走向教育、走向行业巅峰。

“北京规划师”团队的构建成功,对中国旅游地产行业来说,更有十大方面的价值。真正地解决旅游地产开发的难题问题,实际地推进旅游地产行业理论与实践的无缝对接,恰当地理顺旅游地产资源土地与项目产品的一体运营,高端地打造区域地域旅游地产休闲度假的产品结构,平稳地过渡旅游地产涉及三农与环境保护的持续发展,精彩地演绎旅游地产国际消费理念与旅游经济的特色特征,周到地考虑旅游地产面向城乡公共服务与旅游配套的设施完备,合理地解决旅游地产地域原有住民与外来游客的人文情结,持续地提出旅游地产短期效益与百年盈利的投入产出,完美地提供旅游地产具有连锁功能与交换价值的商业模式。

其实,从根本上说,“北京规划师”团队更具有人文精神与发展价值的事情是每一个员工的未来前途与人生命运。因为作为一个咨询企业,最重要的竞争力是员工智力的超常发挥,对企业理念与发展战略的全面认同,并且敢于与甘于奉献。实现这个目标,关键之关键是培养员工的快速成长与快乐生活。快速成长的内涵是企业有能力将企业发展路径构建、经营层施政纲领贯彻到每一个团队成员,并形成或者变换成巨大而有效的行动计划;快乐生活的内涵是企业有能力将员工的前途追求与利益诉求合并实现。就此来说,我作为“北京规划师”的企业技术引领者、理念创造者、团队制造者,更有责任去考虑每一个员工的个性释放方式,更有责任去考虑每一个员工的成功成长路径。

面对诸多的愿望、期望、希望,我本人觉得,应该从“尊重个性,发挥共性,崇尚养性”十二个字中找到正确的答案。

尊重个性,是咨询企业能够快速发展、超越发展的基础,因为只有员工的大胆创意与技术创新,才是企业立于不败之地的生命力,难以想象一个中规中矩的咨询公司想长久发展会多么的困难?当然个性从本质来说,也是发展的词汇之一,像哲学体系的真理一词,存在着曲折性发展与螺旋式上升的不断优化提炼的过程。每一个人都会从少儿时期幼稚可笑的个性,到青年时期冲动激情的个性,到壮年时期沉稳豁达的个性,到老年时期老成圆滑的个性,就“北京规划师”企业需求而言,更值得我们追求的应该是每一个员工从青年到壮年的融汇与超越,从经典创意到执行落地的实在与结果,从务虚到务实的跨越与精彩。在此我大声呼吁“北京规划师”的同事们,不要有所畏惧、不要有所顾忌、不要有所担忧、不要有所保留,激流勇进往前冲,只有敢于冲才会有结果,不敢冲肯定不会有结果的。我会容忍大家的狂

妄,更会容忍大家的失误,在这方面会有埋怨声、吵骂声,但是绝对不会追究,更不会秋后算账的。

发挥共性,是我最最期待的结果,也是咨询公司能够生存下去、前景广阔的基石。只有共性才有团队的战斗力,咨询企业是靠团队制胜的,没有哪一个企业靠个人英雄主义能够保持长久胜利不败的。团队怎么构建?团队怎么成熟起来?团队怎么攻坚克难?团队怎么永久不衰?只有一个词来进行表述——互补互融。具体阐述起来,就是要求每一个员工都要进入团队生活,进入团队工作,与团队共荣辱,与团队共盛衰。看同事的长处,看同事的优点,看同事的亮点,弥补同事的缺点,弥补同事的不足,弥补同事的缝隙。日常工作和生活当中,要难得糊涂,不要过于认真;要看人之长,不要揪小辫子;要善于装傻,不要自作聪明;要踏实多干,不要投机取巧;要实时补台,不要到处拆台;要忠厚待人,不要尖酸刻薄;要体谅一切,不要斤斤计较;要心胸开阔,不要睚眦必报。只有这样,“北京规划师”团队的战斗力才会立于不败之地,“北京规划师”团队的公信力才会声誉行业之巅,“北京规划师”团队的德行才会褒奖有嘉。

崇尚养性,是我提请同事们注意的关键,也是个人与团队发展的基点。养性之关键是精神之养,精神层面的问题最难解决,我给大家开出的良方就是理智、谦虚、包容六个字。养性之核心是身体之养,身体层面的问题是必须解决的,我给大家开出的药方是规律、信仰、节制六个字。养性之重点是智力之养,智力层面的问题坚持解决的,我给大家提出的建议是勤学、苦思、多练六个字。

就公司化运营的一些日常难题,也是我在这里不得不说的。大家知道,每一个人进入社会,都必须编入一个组织和一个团队进行工作,那么公司化体制就成为每一个人进入社会的首选单位或者发展平台。“北京规划师”运营团队就是我们未来共同发展、长期赖以生存、需要患难与共的公司平台。大家知道,公司是一个制度管理、财务共赢的规范机构,那我们怎么面对既把自己当主人,也要把自己当员工的矛盾角色转换难题?其实我们面前的中国无数个企业的运营规律,都已经充分展示在我们面前,毋庸置疑的是,我们每一个员工都要视公司的前途为己任,因为公司的前途命运直接决定着我们的前途命运,公司的兴衰荣辱也从根本上影响着每一个员工的利益。如何把握这个度?我想从多年来的人生阅历和实际经验,觉得应该从“自主性管理,自由行创意”来表达我的感受和期待。

所谓自主性管理,表达了我对“北京规划师”咨询团队企业化经营模式的具体阐述,我个人认为,这个团队每一个成员之间没有隔阂、没有界限、没有利害冲突、没有恩怨、没有高低贵贱之分,有的是共同的目标、共同的利益、共同的未来、共同的精神境界、共同的文化认同感,那我们就要遵循一种精神约定,这种约定就是一起办公、一起创意、一起应对困难难题、一起应对经营的风险,公司的办公场所只是

一种形式、一种表象、一种机缘而已。内心世界的共鸣、精神人文的依托才是真实的存在。毋庸置疑,这样的境界归宿可以如此阐述,我们既要尊重办公形式方面的严肃性,更要尊重事半功倍的实际工作效率。我们不难想象,一个没有固定场所进行工作的团队怎么可能有战斗力呢?我们也不难想象,一个人浮于事的团队怎么可能有良好的企业成果和企业信誉呢?我们还不难想象,一个流于形式和经常做表面文章的团队怎么可能有行业业绩与行业地位呢?如何解决这些矛盾与难题,每一个团队成员的自觉与自立才是唯一有效的办法。

所谓自由行创意,就应该比较明白啦。古人说“读万卷书,行万里路”,说的寓意是不仅仅要认真读有用的书,同时必须进行实践活动。针对我们所从事的职业与行业,更是如此。“北京规划师”所能从事的专业和技能具有四个不能替代的关键:一是每一个项目的规划都是差异化创意,没有任何一个可以通过抄袭就能够完成的;二是每一个项目从开始到成功结束进入市场运营都堪称为世界经典,必须实现从策划规划设计工程建设各个环节的全面成功;三是每一个项目都代表不同地域的人文精神与历史传说,项目的故事性与艺术性都表现得淋漓尽致;四是每一个项目都要经得起时间与市场的长期经营考验,盈利模式是经得起考验的基点与基础。这四个关键,实现的路径其实很简单,就是我们的项目组织成员要深入到项目区域进行反复认真的调研考察,对当地的人文历史、各种资源、市场潜力、空间组合等都要做到熟悉乃至把握,然后针对市场的需要进行策划规划,这期间不仅仅要读很多书,还要走很多路,更要说很多话,自由自在地考察,严肃认真地策划,可以代表我们所说的自由行创意的所有内涵。

解读完以上的话,可能你们认为本文所提出的“弟子规”就完整啦。其实从我的思考来说,还没有结束。至少说还没有解决“北京规划师”的核心驱动力问题。那是什么呢?从我来说至少有以下二十个方面的建议。暂且说是建议应该比较合适吧。

建议一:练就能说会道、百辩不输的口才。我的数十年经验之谈,关键的制胜策略就是口才,我们在全国各地进行项目的合作,需要交流和讨论的问题难题实在太多了,很多场合甚至需要争论与争执,难以想象连个创意思想都表达不清楚的规划师怎么让委托方坚信你的成果可以带给自己全面的成功和到位的盈利呢?

建议二:实现多行业知识技术的丰富积累。当今市场消费结构背景里的项目开发,都已经成为区域经济发展的综合智能性代表,不仅是各个行业的知识集成,也是各个门类的技术打包,其复杂性可想而知,其艰难性比比皆是,那就需要我们项目组成员要兼容多行业知识,总结多门类经验,实现多专业组合,达到多元化消费模式。

建议三:自觉融入一个团队,务实踏实高效地工作。当今时代已经不是个人英

雄主义的发力场啦,曾几何时?点子大王满天飞,奇人奇事到处有。随便忽悠就能赚钱的时代确实让我们心旷神怡,但那是基于信息不灵、通信不同的短路时代,而今天我们面临的是点开网页可以知晓一切的社会时代,我们很难再碰到信息缺乏的机会和可以忽悠的界面。为此,我们每一个员工都要自觉地编入一个团队且有所作为,有所创造,形成团队强大的战斗力与核爆炸威力。

建议四:破除资历资格、论资排辈的陋习。创意的时代就需要创造的英雄,我的年龄与资历是历经长期的困难与打拼而形成的经验与智慧,而你们却可以用自己的睿智与奇思妙想来超越我、超越时代、超越社会一切,因为检验每一个人成功标准就是结果。它是可以用市场认可度、消费经济力、收益回报率来衡量的,不需要谁来打分认可与背对背的考评意见,更不用担心谁给你小鞋穿。

建议五:树立敢作敢为、敢担责任的优良作风。其实我们面对的行业是一个全新的行业,我们面对的客户是进行极大风险投资的冒险家,成败都是正常和显而易见的事情,我们清楚,我们的客户也十分清楚。我们都要首先有敢负责任的精神,责任是什么?责任是把委托方的要求变成我们自己拿钱投资的风险来承担,多说加入这些钱是我们自己的,这个项目是我们自己的,这个结果是我们自己要承受的,那就完美啦。

建议六:将办公桌的工作方式变成现场工作方式。这是我成功的经验,因为创意不是凭空捏造的成果,只有深入细致的现场工作才是确保事业圆满的基础,所以我们“北京规划师”团队要开创国内咨询行业的崭新工作方法,注重在现场工作的实效,而成功地为甲方提供务实的服务。要学会在现场工作的技能与技巧,要在实际的现场中学习与提升自己的咨询技术与操盘能力。

建议七:培养善解人意、与人为善的优秀品德。看透世事,乐享无边,是人生之一大幸事。在咨询行业,每做一个项目都会遇到很多复杂的人与事,这种复杂性需要高尚的人品与德行来支撑。偏袒关注某一方面的利益而不关注众多利益共同体的多方利益回报都是不应该存在的。因此,世事难料、结果难解的现实告诉我们,看透别人、善待一切是成败之关键。

建议八:倡导一技之长、一专多能的成长路径。所谓一技之长是指旅游地产全程开发的理念,必须有诸多的行业精英来组织起来进行联合咨询。在目前的社会背景下,政策的多变、物业的多样、市场的多极、消费的多元,都需要专长的咨询师来解决专业的问题,当然因为旅游地产开发的多元因素影响,也需要专业的咨询专家熟悉与熟知多方位的技术路径。只有这样,才能够左顾右盼,瞻前顾后,相得益彰。

建议九:打造忠于职守、忠诚企业的执著信仰。一个企业的长驱直入,长治久安,需要所有成员的高度忠诚。这样,企业才有跨越式发展的可能,才有勇往直前

的战斗力和推动力,否则,就会一盘散沙,遇到艰巨的任务与项目,就会一败涂地,尤其是新近加入公司的员工,要重点解决两个问题:一是这个行业的可进入性是否对路?二是一旦下决心进入,就要以愚公移山的精神,义无反顾,勇往直前,不计后果,不思退路,这样的结果毋庸置疑地说,成功就会离你越来越近,困难会离你越来越远。

建议十:练就飞天创意、扎实落地的朴实作风。近些年来,旅游地产的开发项目越来越综合化,越来越商业化,越来越复杂化,这些综合化的项目是对咨询团队和成员个人能力的极度挑战。这种挑战性,就是要敢于有高度的战略创意,也要考虑落地的可行性与可能性,如果落不了地,再好的创意都是枉费心机,没有实际价值。与此同时,创意时也要有引领行业的气度与高度,这种前沿性与垄断性兼容的路径才有可能把项目带入成功的领地,才会为自己也为投资商带来绝对的利润。

建议十一:克服文字游戏、抄袭复制的行业肌瘤。当下,旅游地产咨询行业抄袭成风、仿制承制的不良习气蔓延,尤其很多同质化的基础资源、主题文化造成了这种歪风习气。更有甚者直接把一些貌似成功的案例作为成果方案奉献给甲方开发商,且对这样的做法不以为耻,反以为荣,夸夸其谈,造成国内旅游地产行业同质化的产品越来越多,品级越来越低。在这里,我忠告我们“北京规划师”的所有成员,我们必须放弃和坚决抵制。

建议十二:杜绝一团和气、毫无原则的交往手段。“北京规划师”咨询团队从组建以来,都是以年轻成员为主要的核心和骨干,80后、90后占主流和主导地位,这一点我十分欣赏,也十分喜欢,为什么呢?因为你们有棱有角,有锐气,有胆识,有个性,有气魄,不像我们这个年龄的人,学会世故,学会耍滑头,学会看人脸色行事说话,其实我无时无刻都想让自己变得和你们一样,但无奈的是,年龄已经让我的勇气丧失,胆量尽失。为此,我会全力地支撑你们保持个性,滋养锐气,增加霸气,为“北京规划师”鏖战国内旅游地产,并且为成为常胜将军奠定基础。

建议十三:尝试全程顾问、综合开发的商业服务模式。长期以来我们都热衷于策划、规划、设计的传统成果制作方法,简单地说就是单一的卖成果的咨询方式。而今天,旅游地产行业作为国内全新的领域摆在所有人的面前,当然也包括我们这些咨询行业的所谓领军人物。我们“北京规划师”团队就要走出一条全新的商业模式,那就是敢于与开发商相伴全程,挑战全程,服务全程,不仅仅要挑战规划设计的严谨成果,更要指导开发商与投资商能够实现投资的价值与巨额利润的回报。

建议十四:考虑市场运营、经济价值的管控风险。过去,我们的咨询理念是规划公司只考虑空间摆布的可行性,没有市场理念,更不用考虑经济的风险管控能力;今天,旅游地产行业完全进入了经济价值与风险管控的严谨科学阶段,如果没有经济风险的管控能力,就难以成为合格的规划师。我们“北京规划师”团队必须

将客户的经济利益作为最终归属的咨询服务任务,认真来履行职责,时刻考虑客户的资金风险,时刻考虑客户的投资回报,时刻考虑客户的可持续发展能力,以客户利益为己任,实现价值服务与增值服务。

建议十五:养成相互协作、自动补台的团队作风。目前的旅游地产发展已经进入多业态混合开发、多产业整合运营的阶段,这种“合”的态势让我们专业从事旅游地产阶段咨询和全程顾问的规划专家不得不考虑成果的复合型问题。因为一个旅游地产项目往往涉及旅游产品、主题地产、综合商业、服务配套等多种功能的导入,需要依托一个组织或者团队来进行工作,过去我们往往碰到因为成员的专业背景不同和技术深度不匹配,造成团队成员之间相互拆台,甚至相互攻击的不良现状。在我们“北京规划师”这个团队里,绝对不允许反团队的事件发生,也绝对不允许个人英雄主义的现象存在,更绝对不允许个人代替团队应付差事的行为产生。“窝里反”、“小看人”、“耻笑人”、“攻击人”等都是咨询行业普遍存在的问题,需要引起大家的共同关注和克服。

建议十六:创新图示图例、图件图解的表达方式。旅游地产咨询规划行业目前普遍的一个倾向,就是堆砌文字、抄袭创意、复制案例、华而不实。我从事旅游景区咨询顾问十多年,其中最最痛苦的就是所谓国家相关成果规范与理论学术的多重约束,这种约束其实在我看来没有任何实际意义,因为旅游地产的咨询顾问的后果是造就可供社会各个阶层消费的旅游产品,所以关键的关键是如何创意出符合消费理念且具有消费结构的产品。我曾经至少在长达十年、上百个项目的咨询过程中尝试过图画规划、图说规划,而对这些规划的客观反映是褒贬不一,目前的“北京规划师”团队组建以后,我提议所有员工、所有同事要大胆尝试这种成果表现方式,这种表达创意的形式。

建议十七:构建专心专业、执著坚韧的“狼”性团队。从事旅游地产规划设计和开发顾问行业,竞争也非常激烈,行业游戏规则也很不规范,所以必须要构建职业化、速度化、品位化、技能化的团队,在我的阅历与经历中,曾经作为天津市、大连市、杭州市、宁波市等诸多城市的产业发展咨询顾问,委托方都以狼性团队来恭维我的全程服务,同行专家还玩笑于我,“狼的执著”、“狼的坚韧”、“狼的群猎”、“狼的共鸣”。不过回想起这些年来我所走过的咨询历程,确实如此,说我能够带出狼性团队,这种恭维我可以接受,因为这个行业也确实需要如此。对“北京规划师”作为国内首家专业的旅游地产咨询顾问团队,我觉得可以骄傲地说,我们义无反顾地坚守狼性。

建议十八:坚守虽为乙方、共同甲方的换位境界。咨询顾问从本质来说,除经济利益需要合同约束之外,双方的目的是共同的,目标是共赢的,多年从事旅游地产的咨询顾问,我已经视职业为事业。速度、质量、实效、多赢,是我和委托方共同

的愿望,我一直是站在委托的需求高度来看待每一个合作项目,每一个甲方需要,每一个艰难环节,因为只有把自己放在委托方的地位来进行工作,就可以有视甲方需求为己任的境界与追求,就会产生真正的事业感、成就感、荣誉感,就会积极主动地去研究创意,就会坚定不移地长期坚持,就会不计得失地舍身舍利,就会得失自然,名利兼容。

建议十九:滋养独门绝技、知识产权的企业文化。讲心里话,旅游地产的咨询顾问业务走到今天为止,确实也到了产生品牌团队、滋生名利平台的时代。纵观历史,贯通古今,独门绝技已经成为一个团队能够立于不败之地的基础,也是这个团队能够传世的发力点,就像很多工业企业长盛不衰的一个共同特点,它就是不断的技术突破、行业领军。从我看,走到今天的地位与声望,我觉得在我的技术领军地位里,解决行业难题、解决项目困境、解决开发问题已经到了运用自如的地步,说独门绝技也好,说有知识产权也好,“解决问题才是硬道理”,只要坚守这个理论,只要遵循这个准则,只要坚定这个信念,成功肯定是必然的。

建议二十:照顾个人福利、企业利益的永恒统一。纵观国内外诸多企业的盛衰荣辱,都在于企业发展与个人利益的不相平衡性,“北京规划师”构建起来我觉得有什么困难,但是我一直在反复思考的一个重要命题,就是如何保持目前这种兴旺的势头发展?既得利益是我为所有成员提供的平台收益,这个收益是简单直接的,是非常现实的。期货收益是长期坚守“北京规划师”企业发展的成员应得,虽为预期,却也实际。比如可以设立企业员工功臣收益,按月进行累计,按照半年或者年度发放。比如可以设立股东通道,按照年度为企业发展的贡献价值,尤其是经济价值进行股东的进入资格。比如可以设立团队成长基金,年度按照经济贡献价值进行提取,用来进行进修、考察、学习、旅游度假等的消费。

以上建议,就我来讲,也可以说是二十年阅历之谈,就你们来说,也可以说是未来都要经历与阅历的预期过程。旅游地产的咨询顾问走到今天,应该到了有自己的行业规范和游戏规则的时代了,凡是投机心理和试试看的发展态度都是不可能有成功结果的。为此忠告你们要有长期坚韧的精神,不畏困难,不惧失败,不遗余力,勇往直前。一句话,不达目的誓不罢休。

写到这里,作为你们的师父与领军者,似乎应该结束这篇“北京规划师”成员“弟子规”啦。但是反复思考起来,又觉得还没有说完整,有些问题还没有说清楚,不过没有关系,如果你们有从以上文字中琢磨不透的地方,可以在以后一起工作的过程中,通过我的言传身教、身体力行进行弥补与传授吧。

.....

一阵手机的铃声,让嘉盛教授从回忆默念中回过神来。他自然地操起电话。

“喂,我是嘉盛教授。”