

上海大学出版社

★
中国策划家

思想文库（第二辑）

大林策划
编

廖灿 创意世界

廖灿 著

上海大学出版社

中国策划家
思想文库（第二辑）

廖灿 创意世界

廖灿 著

大林策划
李旭主编

图书在版编目(CIP)数据

廖灿创意世界/廖灿著. —上海: 上海大学出版社, 2011. 7

(中国策划家思想文库)

ISBN 978-7-81118-754-0

I. ①廖… II. ①廖… III. ①策划—研究—中国
IV. ①C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 050483 号

责任编辑 李 旭 庄际虹 封面设计 张天志

中国策划家思想文库

大林 策划 李旭 主编

廖灿创意世界

廖 灿 著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线 66135110)

出版人: 郭纯生

*

南京展望文化发展有限公司排版

上海叶大印务发展有限公司印刷 各地新华书店经销

开本 787×960 1/16 印张 19.75 字数 378 千字

2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81118-754-0/C·100 定价: 44.00 元

有一种策划叫思想

一流的策划家首先要是一个思想家。策划源于一系列思想的无限展开，这些思想可以表现为创意、策划、策略、战略等多种形式，但其根本仍是策划家们对于社会、经济、文化、企业、产品、事物、形象等若干表象与本质的深刻认知和高度概括，是策划家们对其加以抽象、凝练、浓缩、升华、展开，得出不同凡响却又让人拍案叫绝的创新思维成果。

回顾 20 世纪 90 年代以来，中国创意策划咨询界诸多驰骋智业浪尖的风云人物和经典战案，我们可随机举出一大串响亮的耳熟能详的名字：王志纲、王力、陈放、孔繁任、叶茂中、陈国庆、舒明武、余明阳、何学林、张大旗、张大林、晏滔等等。一大批从业多年的资深创意家、策划家、咨询家，他们在不同领域和行业谱写着——一曲曲大智大策之歌，铸就着一片片财利文成之业，成为这个时代或点或线或面的“智者”、“智囊”，甚或说是“脑库”、“脑核”。

作为 1992 年就曾跻身北京参加中国首届“点子”拍卖大会的一名智业爱好者、旁观者甚至是书业智业参与者，我亲睹近年中国文化创意产业蓬勃展开，策划咨询智业飞速发展，老一代创意策划人高歌猛进，新生代创意策划人锐意迭出，众多高校竞相设立创意策划专业。我这个上世纪 90 年代初就已打出“豫人策划”旗号专门从事图书策划的智业爱好者，一直怀有一种强烈的职业愿望，就是把近 20 年来在中国创意策划咨询业的大舞台上卓有成就的老资格策划家们组织起来，把他们的策划思想、理念、经验、案例加以系统总结，从智业角度保存中国改革开放事业留下的闪耀着智慧光芒的一串串思想足迹，光大智者，启迪来者，智促中国的城市、行业、企业、文化、精神之崛起，用智慧创制中国人的物质—精神财富。这是我们所有中国策划家们的共同使命！

怀此宿愿，在2009年底于上海召开的中国策划年会上，经学林介绍结识大林，丛书设想得到两位认同，遂邀在圈内人脉广泛的大林一道策划这套丛书，并取名“中国策划家思想文库”。

本文库之出版，其初衷是分若干辑次约几十种乃至上百种规模（每辑10种），把国内优秀策划家们主要的思想观点、典型的成功案例、权威媒体的社会评价和生动的从业经历，每人以二十五六万字的篇幅加以自选或他选，以期反映传主基本的策划套路和从业面貌，为中国创意策划咨询业创建一套完整、权威、翔实、系统、规范、公正、客观的策划思想库。

我们取名“策划家”，又斗胆称“思想”，借鉴的榜样是著名学者、原南京大学校长匡亚明先生倡导编写的那套“中国思想家文库”，数年来这套书已出版了200余种，国内外反响巨大。我们这套专题策划思想文库的目标设想，是经过三五年甚至十年八年的努力，也能力达上百种规模。发现一人，约请一人。不争论，不分门派，不论资排辈，不分地域行业。只要是有较为系统的策划思考、有较多成功的策划案例，并有较好的从业口碑，我们都诚邀收入该文库。我们看重的是书稿的内容和质量。当我们把这套书做深做全之日，这套书的意义和价值将超出丛书本身，她记录的将是一个国家崛起软实力的增进史，一个杰出行业兴旺发达的成长史，一个智慧民族锐意开拓的创新史。

该文库第一辑所选10人，是在策划咨询界从业时间较长、业界知名度较高的老资格策划家们。他们在各自的领域思有所得，业绩斐然，势头猛进。虽然，由于种种原因，像业界著名策划家王志纲、王力、叶茂中等，经济学家中著名策划家钟朋荣等，企业家中著名策划家孟晓苏等，学界著名策划家余明阳等，暂时尚未约请进来，但我们坚信，只要这套丛书扎扎实实、公公正正做下去，做出深度，做出品位，做出效应，这套文库的作者将会越来越多，也有望成为现代中国图书史上的一个品牌工程。我愿以我从业出版20年的经验和资源，力促这套现代版“智库”出好，出大，出全，出新。

该文库第一辑收录的策划家及各书卷的书名是（按姓氏笔画排列）：大林著《大林俱乐部主张》、孔繁任著《孔繁任“卖”品牌》、何学林著《何学林大策划》、张大旗著《张大旗语言点化》、陈纪平著《陈纪平藏什么》、陈国庆著《陈国庆营与销》、陈放著《陈放创意天下》、晏滔著《王志纲工作室哲学》、晏滔著《晏滔玩文化》、舒明武著《舒明武心新相印》。上述诸卷，部分书名在出版时由出版社根据市场需要做了调整，

比如孔繁任书名原为《孔繁任与他的品牌营销》、陈国庆书名原为《陈国庆整合营销观》、舒明武书名原为《舒明武创意创新模式》、晏滔书名原为《晏滔策划前传》。对因书名调整而引起作者行文上的诸多不便,祈请作者多多谅解。我们的想法也无非是,让书名更通俗一些,让更多非策划界的读者看了书名也会喜欢我们的书。

该文库将推出的第二辑、第三辑等,计划是分期分批推出学界专家中的策划家、企业家中的策划家、文化圈中的策划家,乃至按照60后、70后、80后代的年龄顺序陆续推出青年策划家。我们的态度是开放延揽,不拘一格;成熟一本,推出一本。目前,我和该丛书另一策划人大林先生手上已约请的第二辑书稿,有刘金彪《大哉文脉》、廖灿《创意世界》、李贵夫《另辟蹊径》、陈荣彪《虎略龙韬》、易风《棋如人生》、北冰《平衡木上》、何才庆《守望论坛》、谢宏《台前幕后》、周云《策中之彩》、谈剑平《江南论剑》等,这些都是我们2011年将努力推出的。

愿这套丛书能为中国的创意策划咨询业的发展积累行业档案,推动行业发展。



2011年2月25日于上海大学

创意,闪耀思想智慧的灵光

世界华人组织联盟主席 聚博圣

中华民族是一个优秀的民族,其经商的历史已有数千年,如今华商已经遍布全球各个地区,可以说有人的地方就有华人,有华人的地方就有成功的华商。

在廖灿秘书长牵头策划和组织的华商领袖年会暨中华新商帮大会上,我作为主办单位领导和联席主席在开幕演讲致辞中开宗明义:我们要促进华人商帮的发展,开创华人事业的未来。一批有识之士经过多次磋商和智慧碰撞,创意提出“中华新商帮”,倡导新华商新商帮共融共赢。我们倡议并创办的世界华人运动会、全球华人节,都是一种全新的创意,其目的在于以文化和体育搭建交流的平台,联系团结全球华人,促进世界和谐发展。

创意是品牌活动的软实力。创意,闪耀思想智慧的灵光。

创意是源于实践的奇思妙想、灵感顿悟,是发于心慧的创新创造、推陈出新。

创意是传统的叛逆;是打破常规的哲学;是大智大勇的同义;是导引递进升华的圣圈;是一种智能拓展;是一种文化底蕴;是一种闪光的震撼;是破旧立新的创造与毁灭的循环;是宏观微照的定势,是点题造势的把握;是跳出庐山之外的思路,超越自我,超越常规的导引;是智能产业神奇组合的经济魔方;是思想库、智囊团的能量释放;是深度情感与理性的思考与实践;是思维碰撞、智慧对接;是创造性的系统工程;是投资未来、创造未来的过程。简而言之,创意就是具有新颖性和创造性的想法。

创意产业,这一概念最早诞生于英国,是指“源于个体创意、技巧及才能,通过知识产权的生成与利用,而有潜力创造财富和就业机会的产业”。我国关

于创意产业的权威定义,最早出现于《上海创意产业发展“十一五”规划》中,该规划明确“创意产业具体是指以创新思想、技巧和先进技术等知识和智力密集型要素为核心,通过一系列创造活动,引起生产和消费环节的价值增值,为社会创造财富和提供广泛就业机会的产业,主要包括研发设计、建筑设计、文化艺术、咨询策划和时尚消费等几大类。

创意的产生以文化为支撑,深刻的文化内涵是创意灵感不竭的来源。文化因素对创意产业发展的决定性主要体现在对创意产生的影响。成功的创意需要植根于文化内涵之中,创意者深厚的文化修养是创意成功必备的条件。从我国已经成功实施的创意案例来看,创意灵感无不来自于中国五千年的历史文化积淀。在产业发展实践中,由于文化因素融入创意产业的发展,为创意产业发展带来新的活力,开辟了创意产业发展新的生长点,并成为该产业区别于其他产业的关键特征,文化因素由此成为创意产业发展的制胜要素。

文化创意产业是指依靠创意人的智慧、技能和天赋,借助于高科技对文化资源进行创造与提升,通过知识产权的开发和运用,产生出高附加值产品,具有创造财富和就业潜力的产业。联合国教科文组织认为文化创意产业包含文化产品、文化服务与智能产权三项内容。创意产业、创意经济或译成“创造性产业”,是一种在全球化的消费社会的背景中发展起来的,推崇创新、个人创造力、强调文化艺术对经济的支持与推动的新兴的理念、思潮和经济实践。

世界华人运动会是一个属于中华民族的世界级的体育品牌。从2004年诞生以来,世界华人运动会一直为了将优秀的中华文化传扬到世界各地而不懈努力着。世界华人运动会不仅仅是一个体育品牌,它更是一个文化品牌。世界华人运动会依托全球华人,开创了中华文明五千年以来的新纪元。世界华人运动会的成功运作,是中华传统文化在新时期的升华。世界华人运动会的创意,源于对中华文化的深入理解,而世界华人运动会作为文化创意产业中的一颗冉冉升起的新星,将在深厚的中华文化底蕴中不断汲取养分,不断壮大。

从《创意中国》到《创意世界》,廖灿先生将他的“创意”之火越燃越旺,我也祝愿廖灿先生的“创意之路”越走越宽广。

创意生态与创意世界

世界创意产业之父、英国创意集团主席 约翰·霍金斯

三年前我作为特别顾问,获赠廖灿先生主著的《创意中国》。那是中国创意的智慧结晶,创意中国最新成果,全景展示了中国创意产业发展蓝图,倾情关注中国创意人才培养路径。《创意中国》前言他大声疾呼:“一场着眼于未来世界的创意产业角力赛已经开始,中国不能输!”现在中国乃至世界的创意产业取得长足发展。廖灿先生又推出了《创意世界》,以他的创意视界,给读者诸君展现丰富多彩的创意世界。



当代世界的经济竞争愈演愈烈,生存法则已经发生重大变化,不再是工业经济时代的规模决定一切,也不是信息革命时代的技术万能,我们正在进入的时代是知识经济时代,亦可谓“创意经济”时代。2000—2015 年全球新增的 10 亿人口正带来新一代的生活方式,他们非常关注个人的发展,他们自己的想象力成为了他们之间相互区别的一个重要元素,这决定了创意经济时代的到来。创意也是生产力,创意正在改变着这个世界。

时至今日,全球的创意经济总价值为人民币 216,080 亿元。中国各个城市正在建设创意集群(仅上海就有 70 个),中国国务院已决定在全国范围内建设 27 000 个国际文化中心。中国的创意产业发展迅速,2005 年价值 4 040 亿人民币。并以每年增长 15%,1.5 倍于其他经济部门增长,2010 年达到 8 020 亿人民币。

我先前出版的《创意经济》一书更侧重学术和商业价值的整合,而《创意生

态》包含的领域更为广泛和宏观。创意产业不仅限于文化和艺术,还包括科学技术,如研发;创意产业的公益性和商业性并不是截然分开的,两者间有密切的联系,可以相互结合等;创意产业包括生产者、消费者和分解者,是一个完整的生态系统,等等。

“创意生态”包含了三大基本原则,即“人人皆有创意;创意需要自由;自由需要市场。”我们每个人都有创造的本能,这种本能和语言本能一样是遗传的。创造性是人的特征之一。因为:创造力是与生俱来的。求知是生活的指标之一,思想是创造性的一种指标。创意需要自由。创意可以发生在任何地方,但创意生态的发展需要它自己的利基。当然,有一些创意产品可能产生于监狱或极权社会,但如果人们的潜在创造性需要蓬勃发展,并发展到一定的规模和范围,就需要让人们感到像在家中一样自然,并且能自由地创作出他们最好的作品(这两者显然是正相关的),当然外部环境的刺激也必不可少。自由需要市场。如果我们要贯彻自己的思想,就需要一个地方,在这里人们可以自由交流思想,而且还可以为之赋予价值。从这个意义上讲,自由是一种工具,它使人们可以采用其他工具,比如技术和资金。

互联网极大地验证了创意生态的三项原则:对创意的普遍性的认识;实践创意的自由;建立市场的宽松环境。创意催生了新的社会网络,它认可和鼓励潜在的创意冲动,并从开放和包容当中受益,从而提升整个网络的多样性。空气中随时都“飘浮着”如此多的思想,这些所谓“思想”完全不是某一个人可以完全理解的,事情本来也该如此。

创意人才是创意生态的关键,是文化创意产业的关键,而学习机会对于创意人才来说是至关重要的。这就需要政府思考如何在每一个人成长发展的关键时期提供帮助,提供良好的就业机会,鼓励人才相关培训。创意产业的发展要求人们有一个创造性环境来进行学习,这是一个系统框架,在这个框架中大家都在学习,做出改变和适应。未来各国政府应鼓励创意产业人才交流,鼓励年轻人自由表达观点,给他们提供更多就业的机会。

自20世纪70年代以来,我已多次访问中国,近年来,造访更趋频繁。在重大会议、论坛、电台和电视上发表演讲,受邀就政府政策和商业策略问题提出咨询意见,并多次与廖灿先生晤面交流。从《创意中国》到《创意世界》,廖灿先生立足中国,胸怀全球。他的创意思想智慧闪烁,他的创意实绩成果非凡,他的创想大胆超前,是值得推介和借鉴的。

廖灿先生展现的五彩斑斓具像的创意世界,也是创意生态的和美世界!

创意世界,创意经济

清华大学文化创意产业研究中心主任 李 季

20 世纪七八十年代,世界经济以制造业为中心;20 世纪 90 年代,世界经济以服务业和知识为基础;文化产业是 21 世纪的朝阳产业,也是最具有发展潜力的产业之一。以创新、创意为核心的创意产业,已成为衡量一个国家或地区产业结构、经济活力、城市功能和消费水平的重要标志之一。全球创意产业每天可创造 220 亿美元产值,每年以 5% 的速度递增,美、英等国的增长速度超过 12%。瑞典家居用品、韩国影视、日本动漫等创意产品、营销、服务,成为推动经济增长的新亮点。

创意经济兴起于 20 世纪末的欧洲。发达国家的老工业城市,随着城市化、逆城市化和再城市化的过程,工业经济向知识经济转化。由于传统制造业能耗高、污染大、产品附加值低,受城市资源环境承载能力制约,逐渐转移和衰退,城市出现产业空洞化。要实现财富和就业的持续增长,必须发展以人才、技术、信息等战略资源为核心要素的新经济形态。

同时,随着后工业时代的来临,传统制造业无法依靠低成本和规模化与外部竞争,不能进一步增加财富和就业。唯有依靠创造力才能提高产品的附加值,占据价值链的高端。20 世纪末,随着北欧各国失业问题日趋严重,人们发现加入设计等创新力量,可以协助传统产业提高产品附加值,进而增加就业机会。创意经济在世界发达城市应运而生,以创意为核心的产业组织和生产活动壮大和兴起。

创意经济的特征创意经济学不同于传统的经济学,传统的经济学以公司为中心,认为公司比个人拥有更低的交易成本。殊不知,创造者在苦苦思考自己的想象力之时,对组织的依赖却达不到同样的程度,他们不需要资本或设备这类大资源,通常只需要很低的交易成本。创造者也是非理性的。传统的经

济学都是假定个人和公司都是很理性的,最大限度地发挥效用和满意度,使得利益最大化。事实上创意非但能了无羁绊地非理性化,而且还能更加迅速地行动,并创造了更多的价值。传统经济是一分投入一分收获。小投入小收获,大投入大收获。

随着经济的全球化发展,创意经济在中国也已经越来越受到社会与国家的重视。在上海、北京、深圳等一些大城市,都出台了支持创意经济的相关政策,并建立了相应的创意基地。比如在上海,越来越多的旧厂房、旧仓库变身成为创意产业集聚区,集聚了全球创意精英,释放出了新的活力,提升城市产业结构能级,也源源不断创造出“绿色 GDP”。创意产业慢慢成为上海城市发展的新引擎。上海“创意经济”的快速发展,也正成为中国“创意经济”的写照。

创意经济的发展,标志着人类社会从生存和发展需求的阶段,上升到文化需求阶段,文化需求的商业上升空间空前扩大。创意经济的繁荣意味着,在人类社会生活中,一切生物的需要已转化为文化的需要。创意经济已成为世界经济新的最具活力的增长点和重要驱动力量,文化创意产业、文化创意人力资本的价值对经济社会的发展具有重要意义,经济社会的命运甚至取决于文化资源和对文化产品形式的创意能力。

即使在 2008 年经济危机海啸袭来时,全球的创意产品与服务的世界出口额仍保持 2002 年以来每年 14% 的增长态势,中国表现尤其亮眼,其一国的创意产品和服务出口额就占全球市场 20.8%。其他发展中国家之间进出口额增长也达到 20% 以上。

以我国香港特区为例,在生产平台建设方面,特区政府积极呼吁各界建立合作平台,包括艺术家、投资者、企业家、政府、各个艺术机构及文化机构,以及各个不同的商会;同时,积极研究方案,使创意思维、商业投资及科技知识结合,亦致力提供富于艺术文化气息的环境,推动丰富和多元的文化盛事,使各界在不同的平台下相遇,缔结更多的创意良缘。

创意经济,始于人才。作为一个新的经济概念,“创意经济”成败的关键要素是人。创意人才是发展创意经济的核心窗体顶端竞争力。因此,中国“创意经济”要获得成功的发展,就必须实施长远的人才战略,创意基地的建立只是为“创意经济”创造了一个平台,而“创意经济”真正的发展动力,则是需要人来实现。有了大批高素质的创意人才,中国的“创意经济”才会实现从“中国制造”到“中国创造”的转变。

从国际经验看,创意经济的发展离不开产业政策的引导和扶持。对创意产业

及相关行业范围进行准确的界定，是制定产业政策的基础。创意产业是一群崇尚个人原创力，或是将文化艺术创造性地渗透于经济领域的人来打造的；创意产业将为国家最大限度地提供最具创造力的人才，因此亦提供了国家可持续发展的坚实基础。计划性地、以保守主义风格发展本国或本地区的创意产业，实际上是利用公共社会资源，为国家的未来赚足人才资本。这确是百年树人的事。

与此同时，政府要通过经济杠杆保护创新，鼓励创新，使创新转化成生产力；通过加强创意人的知识产权保护，建立健全相关体制、激励机制，提高创意人才的创意主动性和积极性，以人为本，以制度做保障，带动整个创意产业链的良性循环。

作为中国文化创意产业领域的专门性研究机构，清华大学人文社会科学学院文化创意产业研究中心（又名新产业新经济研究中心）的宗旨是建设具有国际一流研究水平的学术机构，吸引国内外一流专家学者，积极推动中国文化创意产业的前沿研究。将继续与各级政府领导、企业界、投资者、研究专家和从事文化创意产业经营管理的有志之士一起，为发展我国文化创意产业做出贡献。

廖灿先生一直奋战在创意策划前沿，他在创意大道一路浩歌，纵横行走华夏大地，同时注重理论研究，著述颇丰。在《创意中国》的展望呐喊余音未绝，在中国创意产业加速发展的关键时期，他如今再次昂扬上阵，推出了又一部创意力作《创意世界》。这部新作展现了廖灿丰富多彩的创意世界，浓缩了二十年的创意人生，体现了廖灿创意策划思想，摘取了创意策划代表案例，甚至他与团队最新创想。

相信经过各方的共同努力，创意经济一定会成为我国新时期发展过程中绚丽的乐章，奏出优美动听的创意新世界旋律。

《廖灿创意世界》微序

中国企业家世纪论坛主席 何才庆

创谷。



2008年8月7日北京奥运会开幕前夕,中国企业家世纪论坛主席何才庆(右一)与华商领袖年会秘书长廖灿(左二)联办华商联谊会迎奥运。图为世界华人组织联盟主席聚博圣(左四)代表组委会向著名侨领、蓬莱船王关英才赠送钧瓷国礼。

创意世界,智慧人生

21 世纪教育研究院执行院长 董瑞祥

从《创意中国》到《创意世界》;
从教师、主编、老总到总创意;
从乡村、县城、省城及至京城;
从创意“小帮厨”到创意“华商会”;

.....

创意策划家廖灿的每一次跨越和转身痛并快乐着。他把握责任诚信的行为底线,孜孜不倦摸索实践。他举着创意的火把一路奔跑,成为中国创意产业策划学科建设的开拓践行者——

几年前一个偶然的的机会,我从联合国亚太经社会顾问任上回国,误打误撞地走进了北京吉利大学,教授《商务策划》课程。我发现了自己的学疏才浅,选用了廖灿主编的《商务策划实务教程》等作为教参,也不断地参加各种商务活动。在一次华商大会暨希望爱心公益联谊会上,我认识了身为大会总创意的廖灿秘书长,他把受赠的价值 38 万元《龙腾盛世》宝鼎转赠给希望公益基金。得知他就是《商务策划实务教程》《金牌策划》等书主编,我和友善的廖主编成了朋友。

创意活动,爱心相伴。我陆续参加了廖秘书长曾在人民大会堂、北大百年纪念讲堂策划举办过华商领袖年会及爱心联谊系列活动。2006 年福布斯富豪排行榜前十名竟然有八名报名参加,当时首富二富和现在的首善陈光标簇拥在其身后合影。2008 年华商会爱心捐赠拍卖捐献了多个希望图书角。2010 年廖老师与北大 EMBA 同学圣诞联谊,举行了“情系玉树,爱在北大”爱心圣诞晚会,解决在京就读的百多位玉树同学返乡问题。

廖老师不仅经历丰富,富于爱心,著作颇丰,而且是个有着深厚教育情怀的人,他曾经在北大人大等许多高校开讲,我也曾经推荐他到吉利大学讲授《商务策划》课程。我到了北京科技职业学院现代管理学院工作后,又力邀廖老师成为我们的客座教授。他每周都用一天的时间穿越八达岭,从关内到关外,不辞辛苦给我的学生们讲授《公共关系》和《创意中国》课程。刚开始,还有几个调皮的学生对我调侃道:像小平一样,浓缩的是精华;不久之后,这些学生对廖老师的所教的课程由衷地评价道:的确,浓缩的都是精华!

廖灿老师课堂上幽默诙谐旁征博引,列举的大多是自己创意操盘的案例,对同学们很有说服力。廖老师还应邀担任大学生创新创业协会顾问,支持首都13所高校建立大学生创新创业联盟,对会员策划案例亲自把关指导,在搜狐创业频道免费为大学生进行公益讲座。还经常带学生们参加商务实践活动,学生们也有机会走进人民大会堂、钓鱼台国宾馆。例如他在讲授新闻发布会流程时,不仅在课堂上让同学们分组模拟演练,还让同学参与在国务院新闻办举行的新闻发布会,让学生们感同身受。

在从事《商务策划》课程的教学,我也在讲义的基础上,着手编著《听故事,学策划》书稿,参考和引用了廖灿老师主编的《商务策划实务教程》《金牌策划》上的很多观点和案例。怀着忐忑不安的心情我特地征求廖主编意见,没想到他爽朗地同意了,并答应了我审看指导书稿的要求。

收到我电子版的第三天,廖主编就在百忙中来电提出详尽的修改意见,特别提出做策划方法与案例结合深入浅出让大学生通俗易懂,同时做到教材出版的严谨性与趣味性结合。从最初版的《策划》讲义到《文化产业中的策划方法》试用版,廖主编对每个版本都仔细阅读耐心与我沟通交流,使我得到很大提升。三年来我三易其稿,《听故事,学策划》获准北京市高等教育精品教材立项项目。著名企业家牛根生应邀题写书名并鼎力推荐。

廖灿老师紧张工作之余,通宵达旦熬夜欣然为我作序。在《创新教育,策划人生》序言中他娓娓道来——

早年我在主持北大讲坛“策划改变命运”系列论坛时,专家们就倡导策划是大学生继电脑、英语、驾驶外的“第四项修炼”。策划是可教可学可用的。并非某些策划大师宣称“天生”“天机”那么玄乎。我主编的《金牌策划》以“策划案例”加“专家

点评”形式，从第一部出到第五部广受欢迎。这其实是“说案例，学策划”。现在董教授推出了“听故事，学策划”，这种创新教育形式也更贴近学友读者引人入胜，当然也就会更受欢迎，相信也会不断推出升级修订版！

廖老师还提醒大学生朋友：学策划要从自身做起，那就是要规划策划人生。更确切地说要策划成功人生。策划人生关键是要对人生进行目标管理，等等。

创意世界，策划天下。策划的灵魂是创意——

牟其中用袜子换飞机，轰动中国；张贤亮的西部影视城创意，使得荒凉的宁夏镇北堡成为张艺谋电影的发祥地和国人的旅游热土；美国人丹尼斯突发奇想，自封为月球头人，出售月球土地，从而成为美国英雄。创意价值由此可略见一斑。中国要从制造大国到创造大国产生巨变，就需要大批有创意的人，而廖老师致力的创意事业，将会为中国的社会进步和经济发展做出贡献。在我的视界里，我已经看到了廖老师给学生们带来的福音，也希望通过这本书，廖老师可以影响更多的年轻人走上创意大道。

创意，让世界更精彩，廖灿举着创意火炬灿烂前行，点燃人生智慧之火——

他 20 岁出头被领导特批从教师任上借调到湖南广通油脂城支持开发区事业，从宣传策划部长、经营厂长及至营销副总，创意策划“小帮厨”品牌，掀起“小帮厨进万家”营销风暴，广通股票三年上柜；

他应邀多次深入“世界杂交水稻之父”袁隆平先生家中深度交流，参与其 1 000 亿无形资产评估及隆平高科上市品牌推广工作。代表作《袁隆平：价值 1 000 亿的中国第一农民》被广为转载传播；

他应池州市发改委、重点项目办邀请，作为唯一专程从北京赴皖的创意策划专家，参加池州市产业链项目专家咨询论证会。负责对总投资 1 465 亿 45 个创意项目产业链进行咨询论证评审。他提出依托九华山莲花佛国，以养生养心为创意之魂，激活千亿旅游文化创意产业链，得到了发改委领导及市领导的高度认可。

他与上海世博会国际信息发展网馆总代表、联合国开发计划署执行局高国强局长深度交流激情四溢，创意给中国维和烈士颁发“联合国千年卫士奖”及“金海贝”创意奖。对高局长猝逝在世博岗位廖老师至今缅怀唏嘘。

创意世博，创意“华运”。他不仅参与了北京奥运会、上海世博会的项目策划，早在 2004 年就参与世界华人运动会的筹备策划，为了弘扬人本、自然、和谐的华运