

一本打造经济神话的书



◎ 一个策划家的智业历程

◎ 厂长——官员——学者——

战略家——公司总裁

◆ 文 冲 / 编著

智

得亿万财富

沈青科学策划金牌企业

中国经济出版社

智得亿万财富

——沈青科学策划金牌企业

文 冲 编著

这是一个需要策划

而又产生了策划大师的时代

这是一本感受时代脉搏剧烈跳动的书！

也是一个学习咨询策划最佳切入点！

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

智得亿万财富：沈青科学策划金牌企业/文冲著.
北京：中国经济出版社，2001.1
ISBN 7-5017-5093-9

I. 智… II. 文… III. ①沈青-生平事迹②企业-
设计-案例 IV. K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 74813 号

责任编辑：李晓岚

电话：010-68319285

封面设计：谭雄军

智得亿万财富

——沈青科学策划金牌企业

文 冲 编著

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

邮编：100037

各地新华书店经销

北京市艺辉印刷有限公司印刷

开本：880×1230 毫米 1/32 13.625 印张 365 千字

2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 7-5017-5093-9/F·4040

定价：26.80 元

谨以此书献给——

厂长、经理和老板们
市场经济中的政府官员和学者们
真正的咨询策划人
所有想成功的人们！

本书导读

我的读者可以用以下五种方式来读本书：

一、如果您是一位厂长、经理或老板，您可以从本书的第二章看起，看看金必得究竟有什么真功夫，究竟为企业做成了什么？

二、如果你手中严重地缺乏资金，但又的确有个赚钱的好项目，那就从本书第二章的第五节看起，看看金必得有什么好的融资渠道？

三、如果你手握重金，面对银行七次降息，却又两眼茫茫，那就从本书的第二章第六节看起，看看金必得有什么好的能赚钱的项目？

四、如果您是一位想获得成功的人，尤其是刚刚踏入社会的大中专学生或研究生，您可以从本书的第三章看起，看后合上书，认真地想一想，有沈青那样经历的人为什么能成就今天的事业？

五、如果您是一位政府官员、学者或真正的策划人，那就按正常的顺序来看，也许能够再体会一下，究竟什么是水到渠成？



在2000年“北京世纪策划论坛”上沈青发表“科学策划，智胜天下”的演讲。



省市领导与沈青为“一代天骄军事特技影视旅游城”选址现场考查。



1997年在人民大会堂举办的“赛格管理成果研讨会”上沈青发表演讲。



由“金必得”隆重创意推出的剑南春酒品牌形象方案。



“大白鲨”以世界上最大的企业标识形象荣获世界基尼斯纪录，在99年大连糖酒会上，为酒业集团一举揽取5亿元商业订单。



高9米，直径4米的汾煌巨罐，100万朵绢花雕琢的金龙啸聚成都人民北路，成了2000年春季成都糖酒会上最亮丽的风景，100万朵绢花幻化的美丽，使汾煌集团9亿元的订单落袋。

引 子

现在，我要展示给我的读者的是一封邀请函，这是一封什么样的邀请函呢？这不是一封普通的邀请函，可以用“跨国”邀请函来形容它，让我们略去它的格式，只看看它的部分内容——

沈先生：您好！

SK集团（原名鲜京集团）是韩国四大集团之一，也是世界500家大企业之一，1999年的年营业额为360多亿美元。SK集团拥有韩国最大的石油化工企业（SK株式会社）和最大的移动通信运营企业（SK电讯：世界最大的CDMA网络运营商）等30多个优秀企业。从1991年开始，SK集团在北京，上海等地设立了10个办事处，20多个合资企业。

SK集团为了今后在中国更好的开展各项业务，希望借助于中国的顾问和市场调查公司的合作。我们相信若能与贵方合作的话，必将对双方都有益处的。

祝

商祺

韩国 SK 集团中国事业办公室

徐哈夫 2000/5/16

说真的，我至今也不知道“商祺”是什么意思，不过这似乎并不重要，我们只需知道它是一个礼貌用语就行了。这个邀请函，便



是韩国 SK 集团向本书的主人公沈青和他的金必得公司所发出的邀请函。原来在这以前，他们已深入细致地研究了沈青和他的金必得公司，在反复比较权衡后，才郑重地向沈青和金必得公司发去了上面的传真。

当沈青平静地把传真件递给我的时候，也许只有我才能体会到这份传真件的分量，虽然这只是一个邀请函，也还没有什么具体结果，但倘若了解当时中国咨询策划业的状况以及 2000 年上半年中国策划业发生了什么的时侯，就会产生一种震撼！一种激动！一种无与伦比的……也许是悲哀！也许是悲壮！也许是……不知道！

我从电脑里调出了世界 500 强的各种资料，一查：韩国 SK 集团位居世界 500 强第 103 名！当我知道 SK 集团也就是韩国鲜京集团时，我想起了曾在《哈佛商学院 MBA》一书中读过它的一个案例。

这是一个强烈的信号，它向世人表明，中国的咨询策划业已逐步走向成熟，逐步与世界接轨，并越来越引起外国企业的高度重视。外国大企业要请中国的本土咨询策划公司做顾问了！这是一件可喜可贺的事。可是我为什么在上文说“也许是悲哀”呢？因为自从年初（2000 年）“点子大王”“何阳事件”爆发后，中国咨询策划业遭遇前所未有的危机和压力。媒体纷纷评论策划业遭遇“雪崩”、“点子策划”时代过去了。那么中国策划业何去何从？难道中国策划都像“点子策划”那样吗？否！深圳金必得咨询策划公司的总裁沈青先生不失时机地推出了他的“科学策划”！

那么什么又是“科学策划”呢？我们暂时还不得而知。但沈青为宣传他的“科学策划”可谓用心良苦！

认识沈青那是在一个偶然的上午，我的朋友《中国策划》的总编陈国庆先生从深圳打来长途，并向我介绍了沈青先生。我与沈青在电话里聊了起来，他告诉我不久将到北京与韩国 SK 集团洽谈合作事宜，到时候见见面。

在北京国际饭店，我们见面了。沈青长得很福态、慈眉善目



的，既像个“佛”，又像个大老板，这个身躯里究竟蕴涵着什么样的大智大慧呢？我有些好奇。

交谈开始了——

我知道了由香港著名影星成龙主演的汾煌可乐电视广告来自沈青的手笔，成龙是汾煌可乐的形象大使，而沈青却充当了汾煌可乐的智慧大使；我也知道了沈青为其他企业的策划和咨询，这里面有“康佳”、“赛格”、“三九”、“沙河王”、“台湾统一”等数家全国有名的大企业；我也知道了他的过去、现在和将来打算；他向我这样来阐述他的“科学策划”：

在掌握经济规律，掌握市场规律，掌握企业需求和产品特征的基础上，用科学的手段、创新的头脑、丰富的知识和最有效的途径整合政治、经济、社会、企业资源，为企业制定能够适应市场竞争需要，为企业扩大知名度、增加品牌效应、创造财富的策划。

他认为：一个社会要发展和进步，需要两个轮子，一个是自然科学的创新，另一个则是社会科学的创新。在自然科学创新方面，我们的社会给予了高度的重视，代表着自然科学创新的高科技、信息工程、基因生物工程等等，它们创造了利润可观的高附加值。而同样创造了利润可观的高附加值的咨询策划业却没有受到社会应有的重视，这是一个悲哀，甚至是一个悲剧！咨询策划业便是社会科学这一“软科学”的创新的代表。要展现一个国家的文明程度和科技发展水平，只靠自然科学中的高科技创新是远远不够的，而只有加上社会科学的创新、咨询策划业的发达才能真正体现出一个国家和民族的文明程度和科技发展水平。

我似乎找到了知音！

沈青要把他的“科学策划”理念传播出去，他要用他的智慧来打造中国的名牌，他认为：“只有名牌才是中华民族立于世界民族之林的根基”！他要用他的真诚、严谨、理性和执著来为中国的咨



询策划业找到一条发展的坦途。

面对沈青，我感到由衷的欣慰，同时也感到巨大的压力，他居然不在乎由《人民日报》海外版策划中心授予的咨询策划专家的荣誉称号，却非常在乎我对他的评价和认同！

可是，我又怎能只凭听说就轻易地认同一个人呢？尤其是有我这种经历的人！沈青看出了这点，他坦率地对我说：“我们今晚就去辽宁锦州一家酒厂，你可以全程跟踪，看一看，我们究竟是怎样做的，要是你感兴趣，现在我们去给你补票。”

我二话没说，也没来得及回家换衣服，晚上九点就跟随沈青一行登上北京去锦州的火车。

原来锦州凌川酒厂的厂长早就盯上了沈青。他们看到了沈青在全国糖酒交易会上为汾煌可乐、沙河王等企业的成功策划，托人几经周折才请到了沈青，请他干什么？不言而喻，他们请沈青为他们酒厂在2000年秋季糖酒交易会做策划。

在锦州，我又一次体会到沈青对我高度的重视。我不修边幅，衣着随便，正准备进入谈判室时，是沈青的助手提醒了我，我随即乘车赶到商场买了一套比较高级的衬衫、领带和西裤，“倒饬”一番才进入谈判现场，而沈青等我到后才进入了实质的谈判。

我跟踪了全部的谈判过程，看到了交流、看到了协商、看到了争论、看到了赞许，也看到了棉里藏针，更看到了一个近300万的合同是怎样签下来的！

之后，我专程去深圳与沈青工作、生活了几周，回京后又为他请唐国强扮演道光皇帝，草拟“圣旨”，如此数月，交流沟通、收集资料、广泛采访、思维碰撞、闭门创作……

于是，便有了此书！

目 录

【引子】 1

◎世界 500 强第 103 名韩国鲜金 (SK) 集团研究沈青·金必得之后, 发出邀请函要与之合作开辟中国市场, 此举引起文冲注意。国际饭店, 文冲初识沈青, “科学策划” 纳入文冲视线内。中国咨询策划业也需要“杀出一条血路来”!

【第一章 沈青·金必得, 真的有真功夫吗?】

第一节 看报道找规律 1

◎媒体报道沈青 200 多次为什么? 文冲找规律看出咨询策划业的艰难。中央领导人题词、人民大会堂开大会, 全国人大副委会长程思远发言。中国咨询策划业又迎来了蓬勃发展的第二个春天。

第二节 沈青与赵新先 7

◎“我一直管沈青叫老沈, 其实他并不老, 62 年出生的, 我比他大十来岁, 一直就这么叫着, 他是个



名副其实的少壮派。刚开始看到他的文章《走出死胡同》时，还以为他是某个研究所的大研究员呢！”

“他帮我们集团赢得了5个亿的无形资产！”

第三节 沈青与戴国展 10

◎“沈先生的经济理论水平令人很吃惊。93年春季的一天，在深圳的三九大酒店，我、沈先生、胡处长，还有几个深圳大学的经济学者探讨企业管理的问题。轮到沈先生发言时，他从马克思的《资本论》讲到弗·泰罗的《科学管理原理》，又讲到凯恩斯的《就业、利息和货币通论》，最后讲到路·艾哈德的《来自竞争的繁荣》，滔滔不绝地讲了一个多小时，直到他觉得讲得太多了，才停住了，一副意犹未尽的样子。”

第四节 沈青与“科学策划” 14

◎凡是和沈青合作过的企业家们对他的印象是：他是一个复合型的“通才”，而且什么事情一旦让他染指，非要做得出类拔萃，全国闻名不可。沈青说：“‘科学策划’就是要用智慧展示真功夫、硬工夫的。”

**【第二章 沈青·金必得究竟为企业做成了什么?】**

第一节 品牌策划推广中心	23
◎案例一	23
汾煌可乐. 1, 四亿订单怎么来?	
◎案例二	40
汾煌可乐. 2, 九亿订单怎么来?	
◎案例三	48
沙河王, 五亿订单怎么来?	
◎案例四	63
没完没了的“道光廿五”	
◎案例五	71
剑南春拿了15个亿订单	
第二节 企业营销策划中心	77
◎案例六	77
三个亿, 科王公司	
◎案例七	88
康美思, 重复也是一种进步	
◎案例八	99
波旁王子酒, 百万大征稿	
◎案例九	102
统一食品进万家	
第三节 影视创意中心	105
◎案例十	105
汾煌可乐《蛟龙出海》篇	
◎案例十一	107
剑南春世纪《千年千禧》篇	
◎案例十二	115
稻花香世纪《民俗亲情》篇	



第四节 管理科学中心	122
◎案例十三	122
三九：总结“三九机制”	
◎案例十四	137
蛇口：推广“剩余收益制”	
◎案例十五	149
康佳帝国再上新台阶	
◎案例十六	164
赛格第一“外脑”	
◎案例十七	185
宝安：沉浮痛思录	
◎案例十八	202
宏昌：义救余构禄	
第五节 项目投资中心	211
◎案例十九	212
三九（株州）正方公司资本运营	
◎案例二十	220
汾煌可乐3. 逐鹿中原	
第六节 区域发展中心	224
◎案例二十一	224
深圳龙岗镇农村城市化	
◎案例二十二	237
深圳南山区政府2010年发展 战略规划	
第七节 项目设计论证中心	248
◎案例二十三	249
吉尼斯记录：世界第一鳖千万 大转让	
◎案例二十四	254



“一代天骄”军事特技影视旅
游城，谁来投资？

◎案例二十五…………… 263

中华名人故土园，放在哪里？

【第三章 沈青·金必得凭什么？】

第一节 他的童年…………… 268

◎母亲问他：“儿子，你长大以后
要干什么？”

小沈青脱口而出：“妈妈，我
要以毛主席为榜样，做一个杰出
的人！”

第二节 在人间…………… 274

◎沈青祖籍湖南韶山，出身张家
界，成长大西北，几千里的大跨
越，一年一台阶，25岁湖南娃自
我奋斗，跨进省政府的大门。

第三节 他的第二大学…………… 284

◎他突然产生了一种强烈的要“逃
跑”的感觉——去深圳！

火车徐徐地开动了，又停下，
又开动，又停下，终于长“叹”一
声，驶出了西宁站，火车仿佛充满
了灵性，它不忍心把沈青，这样一
位青海如此需要的人才给带走，可
是它又无能为力、无可奈何……

沈青站在车厢结合处的窗前，
久久地，久久地站在那儿，一动不
动，直到再也看不见了西宁，再也



看不见了青海，他才失魂落魄地走
回自己的座位——

他没有眼泪；
似乎也没有悲伤！

第四节 一个好汉三个帮 307

◎沈青说——办记者站也得用深圳
的方式和速度才行。王处长、范以
本、夏忠华都觉得是那么回事，给
了大力的支持。真心诚意为企业。
朋友说：“快点康复，中国可以没
有我，但企业不能没有你沈青！”

【第四章 沈青·金必得未来走向和深层思考】

第一节 理念 (MI) 识别·内核文化 336

- ◎对咨询策划业的高度重视 340
- ◎深入把握产品中的文化底蕴 346
- ◎审慎地选择一切 351
- ◎恰当地把社会热点变成商业资源 362

第二节 行动 (BI) 识别·中层文化 367

- ◎企业内部管理运行 367
- ◎家族制和企业员工培训 369

第三节 视觉 (VI) 识别·表层文化 374

- ◎沈青对中国龙文化情有独钟 374
- ◎写书的目的是什么 374