

策划

改变你生涯命运的 OK 故事

世界策联轮值主席 史宪文 著

【四面 八方 风水 整理 判断 创新】



中国经济出版社

www.economyph.com

面向全球强力推荐

这是一座标志人类思维革命的里程碑

策 划

改变你生涯命运的 OK 故事

世界策联轮值主席 史宪文 著

天有北斗星 地有 OK 图
古有指南针 今有策划仪



中国经济出版社
www.economyph.com

图书在版编目 (CIP) 数据

策划: 改变你生涯命运的OK 故事/史宪文著. —北京: 中国经济出版社, 2004.1

ISBN 7-5017-6176-0

I. 策… II. 史… III. 决策学 IV. C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 099387 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邵 岩 (电话: 68319114)

责任印制: 张江虹

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: 787 毫米×980 毫米 1/16

印 张: 18.25

字 数: 230 千字

版 次: 2004 年 1 月第 1 版

印 次: 2004 年 6 月第 2 次印刷

印 数: 5001-7000 册

书 号: ISBN 7-5017-6176-0/F·4962

定 价: 32.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68308640 68359420 68309176

中国经济书店: 66162744 地 址: 西四北大街 233 号

前 言

21 世纪初叶，在中国策划界，如果论及理论延伸的深度，理论影响的广度，史宪文先生当首屈一指。他可以用同一套课程让老板与打工者、老年人和年轻人、中国人和外国人同时感受到莫大的心灵启迪。

世界商务策划师联合会轮值主席史宪文教授是国际现代策划理论的重要奠基人之一。他的理论核心在于创新思维的原则、路线、程序、技术、方法、模式等方面，其理论模型用 OK 来表示，OK 已经成了他的理论的品牌。他还发明了人类第一台策划用的专利工具——OK 策划仪，根据他的理论模型，策划思维有望软件化，使广大决策者利用互联网络环境下的信息工具即可享受到现代策划的最新成果……，他开辟了策划科学化、技术化和产业化综合发展的先河。

多年来，他所领导的 WBSA 机构与中国国家人事部门在全国范围内联合开展商务策划师系列认证工作，使策划师开始成为千行百业中的重要一行，育人成效显著，为国家进一步把策划师发展纳入职业化轨道奠定了坚实的基础。他对中国现代策划业的贡献是多方面的。

在 OK 理论方面，史教授先后出版过《商务策划》、《OK 策划决策模式》、《OK 策划论》等著作。《商务策划》和《OK 策划决策模式》的主要读者对象是商务人员；《OK 策划论》的主要读者对象是策划研究人员；本书是根据他面向大众演讲而整理出来的普及性读物。从商务实践中来，达到相当的理论高度，再向最广泛

的领域普及，这是他的理论的基本发展过程。

史教授不仅是一位杰出的学者和著名的策划家，还是一位杰出的演说家，他的演讲具有学者的深度、企业家的气魄、策划人的激情，还具有独到的评书演员的讲述节奏。仅在国内，他平均每年有80多场演讲，足迹遍及大江南北。听众中有企划专业人士、经理人、大学生等等，在全国20多个城市和东南亚地区拥有一大批忠实的追随者。

《OK策划论》是他的代表作。本书是我院专家根据史宪文教授的关于《OK策划论》授课、讲座、谈话等录音资料整理出来的，内容及其排列顺序经过了史教授的认可。史教授的全部讲座整理约八十万字，分三部书出版，合称为“《OK故事》前三部曲”：第一部侧重人本，取名为《策划——改变你生涯命运的OK故事》；第二部侧重资本，取名为《策划——引爆你大脑深处财富的OK故事》；第三部侧重知本，取名为《策划——e时代的OK故事》。三部书的篇幅大体相同，均附有十分丰富的图片、图示。

为了使OK策划理论和创新思维产生应有的社会效应，使OK走向生活，遍及全国各地的史教授的学生们准备推广这套书。由于书中所展现的思想极其丰富，涉及的领域十分宽泛，难免有编录不周之处，望广大读者批评指正。读者意见可通过OK2003.net网站沟通，继续在网站上听史教授讲座者我们也欢迎。

大连卧龙国际知识经济研究院

理论编辑部

2003年7月23日

策 划

改变您生涯命运的OK故事

目 录

开课典礼

1	四个小孩与一个狗熊.....	(4)
	戏说策划.....	(5)
	四面定位.....	(12)
2	大学生与布娃娃.....	(22)
	自信,看自己都要上瘾.....	(24)
	自我有长短.....	(38)
3	保健茶老板反腐败.....	(51)
	认清敌我是竞争的首要问题.....	(53)
	对象分敌我.....	(60)
4	饭店在“非典”期间开业.....	(73)
	只有顺应自然才有机会战胜自然.....	(74)
	环境藏利害.....	(89)
5	考不上中专考大学.....	(99)
	是谁叫醒了你的灵魂.....	(100)
	目标含高低.....	(111)
6	坏孩子与西瓜奶奶.....	(123)
	悲观莫过于经验失效.....	(124)
	整理就是划圈.....	(137)

7

沉默而不寂寞的哈默..... (151)

一叶能知秋..... (152)

判断是方圆..... (166)

8

大英图书馆搬迁..... (173)

回避法与背景转换法..... (174)

背景决定前台..... (198)

9

洛克菲勒“经营”联合国..... (214)

移植法、重点法和捆绑连接法..... (215)

找一个支点去撬起地球..... (234)

10

能喝的灭火剂..... (242)

实证法、逆向法和组合法..... (243)

创新的路不止一条..... (250)

“人本主义”的感想..... (253)

——作者的心里话

附诗 OK 抒怀..... (264)

开课典礼

北京理工大学国际教育交流中心

世界策联中国总部

人事部全国人才流动中心

2001年12月26日联合主办

首期国际高级注册商务策划师特训班开学典礼

……今天是一个特殊的日子，中国人民的伟大领袖，对世界进程最有影响的伟大的战略家之一，毛泽东主席诞辰 108 周年。如果用宣传一个理论的形式来纪念他老人家，“策划”是最适当不过的……。

今天给大家讲一个古老而崭新的知识，它叫策划。策划是一种创新型的决策思维方式，在众多的思维方式中给大家介绍一个新的思维模型，名叫 OK。无论是什么模式的策划，策划就是做事情程序和看问题角度的统一。策划三件事儿：程序、角度、统一……。

从某种意义上说，人是最笨的一种动物之一，狗熊、兔子、狐狸等一生中顶多拿出 10% 的时间来学习生存本领，而人要拿出几乎半生的时间来学习生活本领！人的优势是善于发明、使用工具，用工具来弥补自身的不足。比如算术，简单的计算可以用手、用心，复杂一点儿的计算就得用算盘了，再复杂一点儿的计算就得求助于计算机。

现在的策划决策比计算复杂多了，程序多了、角度多了、统一起来就多上加多。农业社会时环境简单，决策也相对简单，八八六十四卦就差不多了，现在地球都是一个村庄了，影响因素多了，美

策 划

改变您生命命运的 OK 故事

国倒一个楼，全世界跟着发颤，策划决策呈几何基数复杂起来了，有一千二百九十六万“卦”，靠头脑把握不灵了，靠文字表达也不行了，就得靠结构性的、形象性的工具来协助。现在这个工具就要发明出来了，叫 OK 策划仪。

先别讲这 OK 策划仪怎么用，我们先讲它为什么叫 OK。

你们看，OK 策划仪大体形象是左边一个 K，右边一个 O，下面一个横线，我们把 O 往左边一推，把 K 往右边一移，就成了 OK，下面有个线，为此，叫 OK。

说起来这 OK 在英文词海中还颇有身世，英语当初没有 OK 这个词，据说它是由美国开国总统华盛顿发明的。华盛顿在当总司令的时候，每天要签署大量的文件，他表示同意时，就在文件上签署“Alright”，相当于“阅”“行”“好”“可以”。由于战时紧张，华盛顿一着急，写字就草，“Alright”写得象“OK”，所以，手下的参谋在追问文件是否被华盛顿签署时，就说：“华帅 OK 没 OK？”从此，OK 这个词就流传下来了。

还有一种说法，说 OK 是美国第六任总统杰克逊误读了“完全正确”造成的。当然，还有其他说法，在此不深究了。

可见，OK 出生那天起就面对着策划的环境，总统的活计就是“总而统之”，“总而统之”那就是策划。“总”什么？汇总程序，汇总角度；“统”什么，统一程序和角度。总统的工作就是策划，总统就是策划师中的一种。毛泽东主席就是大策划师，他策划了中华民族独立，他策划了中国统一，我们要纪念他、感谢他、学习他，更要再策划，实现他的祖国统一遗志。

过去有句话：不当总统就当策划人。我今天反过来说句玩笑话：不当策划人就当总统。

现在，我们开始上课，看 OK 是怎么策划的，是怎么“总”的，又是怎么“统”的……。

策划三件事

程序

角度

统一



策划是做事的程序

与看问题的角度

的高度系统化的统一

1

4个小孩与一个狗熊

某一天，山顶上有4个小孩玩游戏，就在他们玩儿得最投入的时候，突然，山下的树木里“哗啦”一声，窜出来一条大狗熊。这狗熊虽然步履蹒跚，但它与时俱进地向山顶走来，这4个小孩儿心里都清楚，这个狗熊到山顶将开展什么样的创新工程。

其中一个小孩，反应特别快，拔腿就跑，这是一个专门练短跑的小子，一口气跑出了好几百米，凡人遇到危机的时候，往往首先拿出自己的第一核心竞争力来摆脱危机。这小子跑出很远，感觉身后没有动静，自觉暂时安全了，回过头来向山顶望去（一般来讲，人只有自觉安全的时候才关心其同类），小孩发现，他的3个小伙伴还在山顶，没动！于是，他着急了，向山顶喊：“你们3个快跑啊！狗熊上来是要吃人的”。

第二个小孩回答说：“你说的是废话，谁不知道狗熊要吃人，你只知道狗熊会吃人，狗熊还有一个核心竞争力，他最善于长跑，你跑有什么用？我的第一任务不是跑，而是穿好跑鞋，系好鞋带儿，我不用跑过狗熊，反正我也跑不过狗熊，我能跑过你就行了！”他转身看了看第三个小孩儿问道：“你在这儿愣着做什么？”

策划

改变您生命运的OK故事

4

不同的看问题角度,得到不同的决策结论。可见,策划不策划,动不动脑筋会影响你一生!

第三个小孩儿说:“你们3个都跑吧,你们快点跑,最好跑的无影无踪,千万不要干扰了狗熊的视线,我要让狗熊离我近一点,保持安全距离即可,然后,我带着狗熊跑,跑过山下那条小河,我将领着狗熊走进新时代,把它带到我爹开的森林动物园,白白地给我爹带去一笔固定资产”。第三个小孩儿问第四个小孩儿:“你为什么不走,你有什么打算,你想等死吗?”

第四个小孩儿说:“我们四个人来此地的目的是痛快地玩一场,轻易不要改变初衷,刚才我记起老师说的话,狗熊轻易是不吃人的,你们可能判断有误。即使它来吃我们,我们也不怕,等狗熊走近时,我会告诉他,我正在发烧,可能得了‘非典’,拿出同归于尽的架势,我不信那狗熊敢上来”……

不同的看问题角度,得到不同的决策结论。可见,策划不策划,动不动脑筋会影响你一生!

戏说策划

看问题的方法不同,决策的结论会大不相同;不同的决策,会产生不同的行动,不同的行动所获得的收益也会迥然不同。动不动脑筋会影响你一生。在社会上,市场中,家庭里,同事间,到处都存在着动脑筋的学问。这动脑筋之中就包括着策划,策划无所不在,无时不有。那么什么是策划呢?

千八百年前,一位年方27岁的青年下岗职工,在农闲的季节,只身来到“隆中人才交流市场”,去应聘“刘备股份有限公司”“企划部经理”,他递交了一篇著名的应聘报告——《隆中

对》。这仅仅 360 字的“应聘报告”是策划界广泛仿用的战略名篇。论格式非常符合人性，逻辑简洁，环环相扣，一气呵成，一脉穿底。论内容非常合乎现代战略策划的理论结构。就是这区区 360 字，引三国无数英雄竞折腰。刘备按它行事，仅凭关张二将，以无搏有，以小搏大，竟能很快立国；刘备稍有违背，竟导致英年早逝，损邦误国，留下终身遗憾。这就是“策”。

“策”字的原型，上为竹字头，下面一个宋字。“宋”原意是一声巨响，所以，“策”就是用锋利的竹子打击出一声巨响，我们引申来说，“策”就是道破天机。什么是“天机”？“天机”就是最高的机理，最高的规律。世界上什么力量最伟大？规律的力量是最伟大的。顺规律者昌，逆规律者亡。柔弱的一滴水，如果符合规律地流动，它可以辗转千沼，不远万里，终归于大海。从贫民到总统，从大老板到穷光蛋，人间一切惊心动魄、起起伏伏，都是由规律来掌控的。诸葛亮 300 多字就道破了三国时期竞争的规律，也就这 300 多字凑足了诸葛亮“入股”“刘备股份有限公司”的“原始资本”。知识不在于其千言万语，长篇大论，只在于它是否触及了“天机”，是否“策”到了规律。影响世界进程的名篇名著往往是短小精悍的。老子 5000 字就使道德有经，孙子又 5000 字就使兵家有法，爱因斯坦的 1000 多字就使原子弹有了摇篮。也许在某些大学，凭这样的短篇，连讲师你也评不上……。

能“策”的人，能指出规律的人，本来就不多，进而利用规律，抓住机会，雷厉风行，巧做大业，独领风骚，这样的人就更少了。策划的“划”，就是指在“策”的基础上能够导引潮流的人。诸葛亮不仅能“策”，还善于“划”。在他加入刘备公司不久，曹操挥兵南下，80 万大军饮马长江，竞争格局，骤然变化。巨变之中，必有机遇。于是，按《隆中对》的战略方案，诸葛亮果断地在

只有获得了领先优势后进而获得的利润才是绿色的。

赤壁这个小渔村，划了一个“经济特区”，上了两个“高新技术项目”，一个是“火烧赤壁”，另一个是“草船借箭”。专利发明后进行了无形资产评估，然后造势，到东吴开展大规模的招商引资，组成了合资公司，经营了几个月，就开始分红，分到了荆州，又分到了益州。这两块资产来得成本低廉，但价值连国。这就是“划”，这就是取得领先优势，导引潮流。

只有获得了领先优势后进而获得的利润才是绿色的。在市场经济之中谁不图钱？然而，钱的来法多种多样。有人总结：挣钱，赚钱，生钱，同样的来钱，拼搏的方法不同，付出的代价就大不相同。大家看，“挣”这个字，提手旁加个“争”字，把手摊开了争，可见是最费力的；“赚”就好多了，“贝”是利润，“兼”是兼并，兼并可以一下子就获得很多的利润；但赚钱还不如生钱，“生”这个字，底下一条线上面一个“牛”字，那意思是说，在资本的平台，赶上了牛市，就可以坐地来钱了。我们经常说，西方资本主义国家那些资本家们原始积累的时候，往往是每一个铜板上都挂着血丝，今天，中国发展市场经济，原始积累阶段，个别私营企业家所得到的利润也深受污染。钱没少赚，只是钱的来路充满了凶险。为了躲债，不是长途跋涉于异国他乡，就是躲在铁门后面，把自己自动地圈进了监狱，这样的利润，这样的原始积累，这样的第一桶金，各位同学，给你们，你们敢不敢要？谁不想赚取绿色的利润，没有污染的利润，干干净净的利润？那就必须靠在市场上遥遥领先，当然，在市场上赚取领先的利润，那得需要真功夫。这个真功夫，就必须包括策划。

拙作《OK 策划论》开篇明义：“人类，欲望日切，竞争日烈，引世界创新之风日盛。盘点创新的利器，首推策划思维”。这段话的意思是说，凡是人都有两个病，一个是“欲望”，一个是

“竞争”。在市场经济中，不得这两个病的，就不是正常人。要实现欲望，应付竞争，就不得不去创新。美国在建新美国，日本在建新日本，“新北京，新奥运”，也有许多不安分的人忙乎着在建新家庭，创新之潮一浪高过一浪。干什么事儿，都要有工具，创新也一样。创新的工具箱中，有最好用的一种工具，那就是策划。策划就是创新最好用的工具。有人问我：说策划与骗子有什么区别？我告诉他：“策划和骗子有的时候是一回事儿，因为策划是一种工具，好人用他创新，坏人就用他骗人”。策划只是个工具而已。你说飞机是干什么的？航空公司用它载人，拉登用它炸美国世贸大厦，仅仅是因为拉登用了飞机干了坏事，我们就把所有的飞机都砸了？所以，我们要正视策划，用之创新，防之骗人。现在，国家人事部门在推广 WBSA 商务策划师认证，其目的是规范策划市场，用证书约束策划人才，逼着他们把策划用在创新上，谁敢用策划骗人，就将被吊销证书，被清出市场。

什么是策划呢？我们从文化的角度再说一说。

学策划能学出民族自豪感来，因为策划是中国人的祖传。策划源于谋略文化，而谋略文化的世界发祥地在中国。龙的祖先、三皇之首——伏羲于 6400 年前画就了先天八卦，哲学从神学中就此爬了出来。老子于 2500 年前环抱着先天八卦图，写就了《道德经》。《道德经》又启发了黑格尔……。

我们中国的文字，很多字都继承了祖先的谋略文化基因，比如“开”字，这开字好啊，组的都是好词儿，三羊开泰、开发、开放，只要一开就泰，一开就发，一开就放。怎么才能开呢？这“开”字是由两个“干”字并排组成的。一个“干”是正写的干，另一个“干”是倾斜着写的干，“正干”加“斜干”就是“开”。正干就是忘我态，艰苦奋斗；斜干就是找角度，锐意创新。要开大

业，两个“干”缺一不可。正干多靠自己的性情，平实朴素；斜干就得要广修谋略，习练策划。

那么如何斜干呢？如何锐意创新呢？还有一个汉字，非常形象，那就是“奇”。孙武在《孙子兵法》中有一句名言就用到了“奇”——“凡战者，以正和，以奇胜”，“正”就是艰苦奋斗，“奇”就是锐意创新。你看这“奇”字是怎么写的？上面一个“大”字，底下一个“可”字。“大”就是要超出常人的想象，“可”就是要在常人的情理之中。什么是策划？策划就是想到常人不能想的地方，说出来的道理又能让常人理解，“奇”就是策划思维的恰当写照。有说道的中国字，还有很多很多，另选个时间，我会给大家讲。

其实策划这个词在中国字典里是很年轻的，直到三国之后，有一本历史题材的著作叫《后汉书》，在那本书里，我们的老祖宗才第一次发明了“策划”这个词儿。根据策划这个词出现的前后语言环境，用今天的话来说，大致是这样的，曹操，也就是曹董事长，每次在做作战计划之前都要和司马懿在密室里策划策划。就这样，“策划”出生了。

中国有句话，从小看大，3岁看老，也就是说人难离其根。文字也难离其根。策划的含义到了今天，都没有脱离它出生时的根本。按《后汉书》，“策划”的本意要从三个方面来把握。首先，什么时候来做策划？在做作战计划之前，没有策划的计划是废话，没有策划的规划是空话。当计划出笼了之后，你再想到去策划，一切都晚了。那么策划是由谁来完成的呢？是两种人共同完成的，一种人是像曹董事长那样有权力的人，另一种人是像司马懿那样有智慧的人。最有权力的人和最有智慧的人走到一起，“狼狈为奸”，这就是知识经济的开始。策划要在哪种环境中进行呢？在密室里进

当老板想改变自己的企业的行为模式时，甚至想把自己的企业搞破产都行不通的时候，这样的企业才可以说有了核心竞争力。

行，可见，策划一定要涉及核心秘密，一定要涉及核心竞争力，一定要怀着“不可告人”的目的。“策划”出生于密室，可见，从他诞生那天起，就没有阳光，我们说“阴谋策划”是有其根据的。今天我们说阴谋，是贬义词，据传，在唐朝之前，阴谋还是褒义词，那时的“阴”是指阴阳的阴，一切人们不易发现的规律都是阴。所以，我借用唐朝时“阴谋”的含义要求大家：可以阴谋，但不可阴险。

上面讲了策划在历史文化中的地位，那么策划对人类生存和发展有什么作用呢？我们说它有功有过，好人用之是功，坏人用之是过。抛开好人坏人，单从竞争角度看，策划的最低功劳是有利于谋取竞争优势，最高功劳是打造组织的核心竞争力。

什么是核心竞争力呢？核心竞争力就是一个组织的优势的行为模式，这个行为模式已经变成了一种行为习惯，别人学不去，自己不断地复制又不变形，连这个组织的统治者想改变这个行为模式都改变不了。这种模式就是该组织的核心竞争力。换句话说，当老板想改变自己的企业的行为模式时，甚至想把自己的企业搞破产都行不通的时候，这样的企业才可以说有了核心竞争力。所以，策划的最终目的是消灭策划，策划到了改变不了的时候，就不用策划了。

中国策划的一个显著的杰作就是封建王朝的模式，那种核心竞争力连皇帝都必须要服从他，想改是改不了的，上下 5000 年，不断地复制，基本不变形。有这种模式，战胜别的民族会干净利落，甚至谁战胜了他，战胜者最终也要变成这个模式中的组成部分，到头来自己消灭了自己。所以，一些在文化上根底很浅，还没有核心竞争力的个别侵略成性的国家，千万不要再打中华民族的坏主意，战败了还算是件好事儿，如果真要侵入了中国的版图，占有了中国领域，深入了中国社会，它不久就会成为中国的第 57 个少数民族！

策 划

改变您生命命运的 OK 故事

10