

点子大师的摇篮 策划大师的桥梁

二十一世纪白皮书



宋氏策划学

让12亿中国人都聪明起来

让12亿中国人都成为策划师

宋太庆 著

经过十几年的研究和操作，作者创立了世界上第一个知业（智业）理论体系，在中国大学里第一个正式开创策划专业、策划学，创立了以作者命名的「宋氏策划学」，受到社会各界的高度评价，每讲必引起轰动。

作者运用易学、太极、全息学、矛盾群、周期学等方法，系统地创立了科学策划学体系，对点子、策划、战略、谋略进行了专门、专项研究，发现了点子、策划、战略、谋略全息组合、交换、生成的基本规律，创立了行业策划学的法规和公式，提出了全息创意思维的训练理论，为读者向策划师、策划大师挺进提供了切实可行的理论、方法和运作技能。

人人都是天才！《宋氏策划学》要让12亿中国人都聪明起来，要让12亿中国人都成为策划师！



0934
S 84-2

396161

宋太庆○著
二十一世紀白皮書

[B 卷] 宋氏策划学

(黔)新登字 04 号

责任编辑：周国茂

封面设计：吕凤梧

琰 殷

21 世纪白皮书/太庆战略报告 B 卷

宋氏策划学

宋太庆 著

贵州民族出版社出版发行

(贵阳市中华北路 289 号)

贵阳图发印刷厂印刷

开本：850×1168 毫米 1/32 印张 7 字数：200 千字

1996 年 6 月第 1 版 1996 年 6 月第 1 次印刷

印数 1~10000 册

ISBN7-5412-0641-5

C·14

定价：12.00 元

序：知业大革命，您准备好了吗？

一场空前的知业大革命已悄然在你、我、他中间兴起。这场超工业、超后工业的知识产业革命，来势竟如此神速，渗透竟如此迅猛，几乎是在瞬间、无意之间，已将我们带入了全球化、知识化、智能化、数字化的新世界。一个专事生产、营销、消费知识、信息、思想、文化产品的知识产业群迅猛在你、我、他的世界崛起，成为继农业、牧业、商业、工业、信息业之后的第六大产业，在这里，知识、信息、智慧、智能、思想、文化和创意，就如同土地、商品、货币、资源、物产、服务和资本一样，成为社会消费、营销、生产、投资的主要因素和环节。全球共享、知识共享、人才共享、文化共享和思想共享，正在农业社会、牧业社会、商业社会、工业社会和信息社会的中心地带孕育出知业社会和知业经济，形成了知业文化和知业文明，人类社会比以往任何时候都更加繁荣，你、我、他比以往任何时候都更加奋发。

知识革命、知业革命从 1945 年兴起，在 1985 年崛起，席卷全球，在人类社会的一切领域都“灵魂深处闹革命”，正在彻底改变你、我、他们的星球和生活。

A. 科技产业崛起

从 1945 年开始的高新科技革命，在原子、电子、光子、生物、太空、海洋、地球、环境、材料、智能等一切领域结出巨硕成果，产出核电站、电脑、电视、传真、复印、卫星、光盘等亘古未有的新东

西,高新科技与各行各业的组合以及自身的发展,形成一个庞大的科技产业群,成为走向 21 世纪知业革命、知识产业的中轴和引擎。

15 年前,电视对于我们中国人来说还是新鲜事,大家争论计算尺好还是计算器好。今天,电脑、电视已构成中国人生活的基础,近 5 年,更演出了 CD 唱片、激光唱片—LD 激光视盘、影碟—VCD 音视光碟—DVD 数字式影视激光视盘冲刺淘汰赛,如果连同电视、录像,已是“七世同堂”! 科技产业的发展日新月异,你、我、他的生活也因此日新月异。

B. 信息产业崛起

电视革命、电脑革命、卫星革命、光电通讯革命和多媒体革命,连同 180 公里/时巨轮、500 公里/时火车、2000 公里/时汽车和 2 万公里/时的飞机所引发的交通交往革命,以及后继而来的信息高速公路,将人类社会送入了信息社会,信息产业群由此崛起。

C. 全球产业崛起

全球化浪潮连同全球的自动化、数字化、柔性化形成了无国界经济,全球化经济,由此连带起语言、风俗、宗教、文化、交往的产业化和商品化,全球产业崛起,使人类的生活本身已成为巨大的世界市场和产业。比如,英语华语就已成为一个巨大的全球市场。

D. 智能产业崛起

电脑、机器人、超级计算机的出现,引发了灰领革命、头脑经济革命,与脑业自身兴起,并在管理、设计、规划、营销、服务、生产、投资等一切领域交叉兴起,使智能产业成为朝阳产业中最具蓬勃生机的产业。继蓝领(工人)、白领(管理层)、钢领(技术)、金领(金融)之后,灰领(创意阶层)已后来居上,成为生产智能、智

慧产品的引导者。

E. 教育产业崛起

技术革命、产业革命、生活革命、管理革命对人员、人才的渴求与要求都越来越大，越来越高，人又一次成为社会运作的中心，就像农业社会的土地、商业社会的货币、工业社会的资本、信息社会的技术一样，人成为社会生产的始点和终点。由此，终生教育、学历教育、职业教育、在职教育、脱产教育、休闲教育等等，已使得教育产业成为 21 世纪最关键、最广大的知识产业。

F. 文化产业崛起

由于高新科技革命、信息革命的泛化，引发了生活革命、观念革命、行为革命、组织革命，人类社会生活的一切领域都已成为产业领域，文化产业迅猛崛起，迎合了人类生活、观念、组织、行为的升级和优化。一部《狮子王》动画片，美国迪斯尼公司就创收 7.4 亿美元！而且，作为全球最大的文化传媒娱乐公司，美国迪斯尼公司拥有 400 亿美元资产，每年收入 160 亿美元，并且以 190 亿美元巨资兼并了大都会/ABC 公司，而这一切，无不与“迪斯尼乐园”、“米老鼠”、“唐老鸭”等唇齿相依。

G. 思想产业崛起

在今天，思想、创意、点子、策划、战略、谋略、规划、设计、品牌、概念、词语、符号等都已构成了无比巨大的财富、无比巨大的产业和无比巨大的价值、资产。“可口可乐”一个单词 CocaCola 就值 400 亿美元！随着人类社会文明水平的提高，经济发展已成为思想动力的结果，而经济竞争则首先是思想、创意竞争，也即是人才竞争。

H. 知识产业崛起

随着科技产业、信息产业、全球产业、智能产业、教育产业、

文化产业和思想产业的兴起,知识产业随之形成,并且迅猛崛起,形成了一个无比巨大的知识产业群。在知识社会进行知识(科技、教育、文化、思想、智能创意)的投资、生产、销售与消费,是人类有文明史以来的一大根本性变化。为了紧追并在知业时代处于领先地位,日本国已确立了“新技术立国”、“知识立国”的国家战略。从贸易立国到工业立国、到技术立国、教育立国、再到新技术立国、知识立国,日本由一片废墟迅猛成长为世界第一经济强国,这个案例,对于我们中国,我们的公司企业,我们的每一个人,都具有典型意义。

在以人才为本、知识为本、技术为本、思想为本、创意为本的全球世纪,知业世纪,创意、点子、策划、战略、谋略、策略已成为一个国家、一个民族、一个社会、一个社区、一个企业、一个组织乃至每一个人参与全球竞争、知业竞争、智能竞争的看家本领、必备素质。

走向知业社会,发展知识产业,营造知业经济,创建知业文化,创造知业文明,需要大智大慧、大仁大勇,更需要“雕虫小技”,需要策略、谋略、战略,更需要点子和策划,需要创意。

只有整个中华民族都成为高素质的人才,只有你、我、他每一个人都聪明起来,智能起来,我们才有可能自豪地说,我们已作好了准备。

准备迈向 21 世纪;

准备迈入知业社会、全球世纪;

准备参与全球竞争、知业竞争、智能竞争。

亲爱的朋友,面向伟大的知业革命和充满挑战的全球世纪,请问:

您准备好了吗?

引

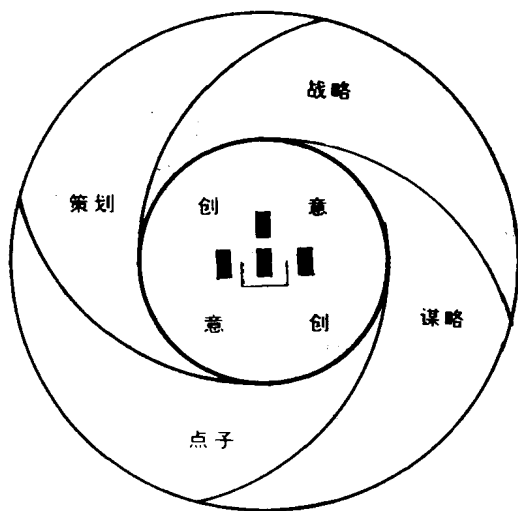
第四只眼睛看世界

宋氏策划学—全息策划学

万用公式

$$S = I^n \cdot M \cdot C^2$$

全息策划学创意公式图解(图—1)



说明

1、感性、知性、理性、悟性四只眼

第一只眼,左眼管行为,是感性的心;

第二只眼,右眼管语词,是知性的心;

第三只眼,中眼管思维,是理性的心,也是法眼,佛眼;

第四只眼,脑眼管心灵,是悟性、灵性、神性的心,也是天眼。

3、符号意义

C. 表示点子、策划、战略、谋略、策略

I. 表示创意、思想、概念、模型、图形

M. 表示语言、色彩、文字、形象、符号

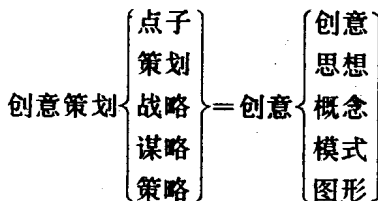
n. 表示 0、1、2、3、无限

2、创意策划=思维思想创意×事物组合变幻^{无限系列}

$$S = I^n \cdot M \cdot C^2$$

$$\left. \begin{array}{c} 0 \\ 1 \\ 2 \\ 3 \\ \text{无限} \end{array} \right\} n$$

4、万用公式说明



全息组合变形变幻定位



形象
色彩
语言
文字
符号

目 录

序	知业大革命,你准备好了吗?	(I)
引	第四只眼睛看世界	(V)

上部	策划体系	(1)
----	------------	-------

第一篇	宋氏策划学	(2)
-----	-------------	-------

让 12 亿中国人都聪明起来

让 12 亿中国人都成策划师

第一节	策划纵横谈	(3)
-----	-------------	-------

一、	中国人都是天生的战略家	(3)
----	-------------------	-------

1.	世界第一位点子大师是位中国女人	(6)
----	-----------------------	-------

2.	世界第一位策划大师是位中国男人	(7)
----	-----------------------	-------

3.	世界第一位战略大师是中国黄帝	(7)
----	----------------------	-------

4.	世界第一位谋略(知业)大师是中国文王	(8)
----	--------------------------	-------

二、	古典大智慧 春秋战国三国 文武纵横天下	(9)
----	------------------------------	-------

三、	全球五大智囊巨头的启示	(10)
----	-------------------	--------

第二节	策划新世界	(13)
-----	-------------	--------

一、	人类大智慧:一霸、双雄、三奇、五杰	(13)
----	-------------------------	--------

1.	谢谢你,中国!美国对华商战的两手策划	(19)
----	--------------------------	--------

①	挡不住的诱惑!美国可乐在中国辉煌	(20)
---	------------------------	--------

②	谢谢你,中国!通用汽车公司插入中国
---	-------------------

巨大市场	(20)
------------	--------

- ③星球大战计划,美国拖垮苏联、东欧 (21)
- ④让亚洲人打亚洲人,让中国人打中国人。
 - 美军策划卷土重来 (23)
- 2. 东方明珠 NEC。日本大举抢滩中国 (26)
- 3. 诚实的汉斯。德国的新世纪策划 (28)
- ①一招致命,大众汽车公司猎头策划 (28)
- ②人优我新,特拉波斯公司全新绿色汽车策划...
..... (29)
- ③志在东方,德国新世纪的战略策划 (29)
- 4. 世界三大传奇商业民族的市场策划 (30)
- 5. 世界十大华人巨商的经典策划 (33)
- ①台湾聚财之神蔡万霖:
 - 独具慧眼的金融保险策划 (35)
- ②香港土地巨子李兆基:
 - “农村包围城市”的物业策划 (36)
- ③香港物业巨子李嘉诚:
 - 多元经营、超大规模运作策划 (37)
- ④台湾经营之神王永庆:
 - 中国式的管理策划 (39)
- ⑤台湾航运巨子张荣发:
 - 巨额负债经营策划 (40)
- ⑥香港“世界船王”包玉刚:
 - 政治商人的斗争艺术 (41)
- ⑦新加坡儒商巨子李光前:
 - 华侨、文化、道德三大金牌 (43)
- ⑧印尼首富林绍良:

政商一体、忧忧双行	(43)
⑨香港珠宝大王郑裕彤:	
由小做大的谋略	(44)
10香港地产巨子郭得胜:	
功到自然成的技巧	(44)
二、中国策划界的崛起	(46)
1. 中国叫策划、日本叫企划、美国叫软科学	(46)
2. 策划是充满机遇、风险和挑战的职业	(49)
3. 中国兴起四大策划流派	(51)
4. 天下第一职业, 不一样, 就是不一样	(58)
第三节 全息策划学	(60)
一、策划创意定位: 都有一颗红亮的心(星)	(60)
1. 心星恒等式:	
“我心是宇宙、宇宙是我心”新说	(61)
2. 策划学四大家族: 点子、策划、战略、谋略	(63)
① 点子、点子策划	(64)
② 策划、公关策划、市场策划和战略策划	(64)
③ 战略、战略策划	(66)
④ 谋略、谋略策划; 策略、方略	(66)
3. 全息策划学万用公式、宋氏定理: $S = I^n \cdot M \cdot C^2$	(68)
① 创意原子弹	(69)
② 点子反应堆	(69)
③ 策划大爆炸	(70)
④ 战略发射台	(70)
⑤ 谋略调控室	(71)

二、策划学五大工具:周易论、矛盾论、符号论、

周期论、全息论..... (71)

1. 周易论,万学之祖 (72)

2. 矛盾论,分析神器 (74)

3. 符号论,网络天地 (74)

4. 周期论,循环世界 (75)

5. 全息论,梦幻组合 (76)

三、黄金点子制作三十六法..... (77)

1—2 无中生有法:牟其中的“空手倒”

无意生有法:药剂成为可口可乐 (77)

3—4 差异扩大法:长寿长乐创造生命辉煌

边际生成法:品川芳明纸条换来日元..... (79)

5—6 点石成金法:钟华生珠海西区呼风唤雨

质点爆炸法:一句闲聊产生三洋双门冰箱 (80)

7—8 要素组合法:深圳崛起锦绣中华

功能移植法:松下推出首台无绳可视电话 (81)

9—10 结构重组法:何阳巧迁 100 户人家

区位纵横法:通口俊夫的三角经营术 ... (82)

11—12 性能交合法:党报记者创意东方神草

双向扫描法:多川博成为“尿布大王”... (83)

13—14 品质替代法:中国首张绫绢日报问世

流行制造法:飘柔瞬间占领中国市场... (84)

- 15—16 波动预测法:鲁冠球进军万向节
螺旋扩张法:邵逸夫卖珠售楼…………… (85)
- 17—18 极端反向法:狗不理在南方改名换姓
无限超常法:小雷诺起诉大杜利、大艾发
…………… (86)
- 19—20. 科技推广法:体育教授经营太极帽
情报物化法:巴茨钓鱼钓出 3000 万…………… (87)
- 21—22 消费定位法:中国蛇王速成世界蛇王
需求循环法:马斯洛一宋大庆公式…………… (88)
- 23—24 抢先命名法:1997 啤酒一字值百万
文化增值法:可口可乐在中国大裂变…
…………… (90)
- 25—26 借势造势法:上海嘉丰特艺公司扬名联合国
将错就错法:死亡牌香烟畅销美欧…………… (91)
- 27—28 美好联想法:太太口服液独家赞助亚太小姐
恐惧拒斥法:日本人大发美国艾滋病横财
…………… (91)
- 29—30 新奇特异法:闽东电机花花绿绿闯世界
怪巧诡秘法:嘉芙莲创立电话道歉公司
…………… (92)
- 31—32 周期重演法:中国爆炒“红太阳现象”
内涵外延法:比萨饼横扫整个美国…………… (93)
- 33—34 集思广益法:太阳神在东方升起,
头脑风暴法:奥斯本异想天开…………… (94)
- 35—36 信息辐射法:美国苗条基因问世

全息组合法:宋氏万能万用梦幻组合

- (95)
- 四、金色策划三十六行..... (99)
1. 创意策划: 不怕做不到,就怕想不到; (99)
人有多大胆,地有多大产
2. 命名策划: 名比命重; (101)
好名万事顺
3. 品牌策划: 先起名字,后生孩子; (104)
无形财富,有价资产
4. 选题策划: 一个问题胜过一打结论; (109)
侃爷侃出刘慧芳
5. 文学策划: 让生活充满阳光; (110)
丑星寅次郎红遍世界
6. 娱乐策划: 让顾客生活在梦中; (110)
迪斯尼每年大赚 40 亿
7. 调查策划: 兵马未动,调查先行; (111)
“埃索克”万里挑一
8. 形象策划: 现代人的伟大图腾; (112)
东方巨人在珠海崛起
9. 公关策划: 爱我才会买我; (113)
上海豹王认养虎豹兄弟
10. 新闻策划: 人咬狗才是新闻; (114)
扬子电器大闹龙宫
11. 传播策划: 作为人你不得不传播; (115)
当心戈培尔的催眠术
12. 广告策划: 知我者买我; (116)
巩俐回头一笑几个亿
13. 市场策划: 塑造消费信徒,制造消费市场;
智价(knowledgbased)革命席卷全球
..... (121)
14. 营销策划: 你知道我在找你吗? (122)
传销风暴席卷全球

15. 产品策划: 特别的的爱给特别的你; (122)
德国奔驰献礼中国大众
16. 引资策划: 不是关门打狗, 而是宾至如归; ...
李光耀的亲商谋略
..... (123)
17. 投资策划: 一本万利, 无本万利; (124)
犹太人的 78:22 大法
18. 决策策划: 意志 1, 集智 2, 三思而后行; ... (125)
20 个 yes, 20 个 No
19. 管理策划: 管理就是财富, 管理就是生产力;
三九胃泰的 18 字诀
..... (126)
20. 物业策划: 第一是区位, 第二是区位, 第三还是区位;
现代“风水”的东方奇迹
..... (127)
21. 服务策划: 微笑就是力量;
4P 服务与 4C 服务 (128)
22. 艺术策划: 让生活充满美;
韩美林鹤立亚特兰大 (129)
23. 旅游策划: 全球旅行时代, 全球旅游世纪; ...
中国需求内涵旅游
..... (130)
24. 教育策划: 教育是最大的知识产业;
中国太阳族一招手几个亿 (131)
25. 生活策划: 人生三条道, 条条大道通策划; ...
生活千万里, 万水千山有策划
..... (132)
26. 金融策划: 一本万利的事业;
尤伯罗斯使奥运会扭亏为盈 ... (132)
27. 用人策划: 人是事业之本;
大汉刘邦的将将学 (134)

28. 军事策划: 出奇制胜, 不战而胜; (136)
假如彭老总来打海湾战争
29. 政治策划: 领导就是服务; (137)
从大庆、大寨到深圳、张家港
30. 文化策划: 文化战争论与文化融合论; (138)
在上帝之手的背后
31. 科技策划: 二律背反组合律; (140)
科技发明与发现的动力
32. 学术策划: 问题出大师; (141)
学术大师的成功之路
33. 宗教策划: 开发心灵世界, 聚敛物质财富;
宗教大师的成功秘诀
..... (142)
34. 企业策划: 目标、信念与人三位一体; (143)
世界大公司的共同规律
35. 设计策划: 追求卓越, 追求完美; (144)
超级三号把人粘上屋顶
36. 梦想策划: 最快、最好、最高; (146)
奥运会之梦与策划之梦
- 五、创意思维—天才思维训练十八法 (147)
1. 求同思维: 英格尔斯效应 (149)
2. 求异思维: 宇宙大法则 (149)
3. 反向思维: 犹太人的反问式 (150)
4. 逆向思维: 木桶理论 (150)
5. 纵向思维: 垂直思考法 (151)
6. 横向思维: 水平思考法 (152)
7. 多向思维: 联想想象法 (152)
8. 立体思维: 整体思考法 (153)
9. 网络思维: 蜘蛛思考法 (153)
10. 全息思维: 宝石思考法 (154)