



王志纲策划文库

薛永应 著



未来中国的竞争，是文化板块的竞争。
谁能把握住每个板块后面的文化底蕴，
谁就能把握住竞争的主动权。

战事在天

走进王志纲工作室

● 广东经济出版社

0149913

F272

95-109

广东经济出版社



薛永应 著

战事在天

走进王志纲工作室

责任编辑：徐雨苍
特约编辑：秦 朔 唐建福
责任技编：梁碧华
装帧设计：郭 炜
封面题字：曾海生
摄 影：孙鑫海

成 事 在 天
走进王志纲工作室
薛永应 著

出版 发行	广东经济出版社（广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼）
经销	新华书店
印刷	中山市新华印刷厂（中山市沙溪宝珠路第四工业区）
开本	850×1168 1/32
印张	11.25 2 插页
字数	250 千字
版次	1998 年 4 月第 1 版
印次	1998 年 4 月第 1 次
印数	1—15,000 册
书号	ISBN 7—80632—205—1/Z·3
定价	23.80 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。



王志纲在其被称为“水帘洞”的工作室前。



1997年3月,在深圳“联合广场”更名再生盛大仪式上以总策划身份发言。



广州番禺金业别墅花园旗开得胜,奠定了良好的市场基础,王志纲适时推出“概念地产”新理念。图为王志纲同金业集团总经理郭梓文探讨金业别墅花园二期——岭南文化名园的开发蓝图。



“金业别墅”花园。



1997年4月,应邀请赴山东临沂主持“双月园”项目策划。



考察临沂市场,右一为“双月园”老总王卫军。



1997年9月,气势恢宏的双月园奇迹般地崛起在山东大地上。



字斟句酌



忙里偷“闲”



中央电视台就即将出版的“王志纲策划文库”采访。

目 录

序 走出“谋事在人”

应运而生	3
国人争读	5
冷眼向洋	6
成事在天	9
独家新闻	11

第一篇 再战岭南

第一章 金业传奇	17
番禺有个“郭承包”	17
明标 3000 万，暗标王志纲	21
高台跳水，水落石出	23
聪明人执意做“傻事”	26
收购“国企”，意味深长	37

第二篇 弄潮深圳

第二章 无心插柳柳成荫	41
“超级黑洞”	41
归隐深圳	42

DA71/34

第三章 举重若轻, “联合广场”	49
深圳“楼王”, 半身不遂	49
“联合广场”, 一“名”惊人	52
第四章 举轻若重, “国都整编”	60
从“游击队”到“正规军”	60
梦幻住宅, 天人合一	69

第三篇 饮马长江

第五章 闯滩上海	79
大上海, 小广东	79
浦东问诊	81
第六章 荡舟皖江	88
市长千里追踪	88
策划家皖江溯源	93
“无芜不成徽”	107
第七章 射“日”淮阴	112
精诚所至	112
解读苏北	115
闲笔不闲	120

第四篇 走向黄河

第八章 淮南为橘, 淮北也为橘	125
南橘能北移吗	126
一锤定音	128
破译中国	131
梦想成真	137

“得陇望蜀”	141
--------------	-----

第五篇 纵横西南

第九章 把脉天府	147
远山的呼唤	147
巴蜀杂俎	148
成都“品茗”	152
第十章 情系夜郎	159
贵州情结	159
黔山有银杏	165
拔出萝卜带出泥	166
第十一章 万绿之宗，彩云之南	172
春城来客	172
走上高原	176
转换思路	184
“隆中”应对	190
庖丁解牛	191
画龙点睛	193
反弹琵琶	197

第六篇 遗憾与反思

第十二章 兵法与剑法的矛盾	208
农民老板梦断园林	208
策划家指点迷津	216
策划方案束之高阁	223
第十三章 困惑与难题	225

聪明反被聪明误	226
策划不是魔术	235

第七篇 理论思考

第十四章 策划与生产力	243
策划也是生产力	243
策划是第一生产力	246
策划是文化生产力	247
第十五章 策划家的两大任务	250
把策划变成产业	250
把策划变成科学	261
第十六章 策划家的思维和素养	279
策划家的思维方式	279
策划家的基本素养	293

第八篇 写作余絮

第十七章 王志纲答作者问	305
第十八章 王志纲妙语录	340
后记 雏凤清于老凤声	346

序

走出“谋事在人”

力量有三种基本形式，即暴力、财富和知识。

不容置疑，知识是最高质量的力量源泉，未来更是如此。

——阿尔文·托夫勒

应运而生

1995年10月。

北方已是秋风萧瑟，寒意阵阵，岭南仍是烈日炎炎、燥热难当的季节。几位不速之客来到了王志纲深藏于广州天河的家。

“王老师，你该动动笔了。凭你的文字功力，凭你的成功的策划实践，如果实写出来，肯定会成为中国策划畅销书的。举手之劳，何乐而不为呢？”这伙来自北京的出版策划人，一进门就冲着王志纲说。

“出家人不破戒。”王志纲笑着回答，但却拒绝得斩钉截铁。

从一年多前告别新闻界，王志纲就给自己立下一条规矩：“从此金盆洗手，不事笔墨生涯；全身投入市场实践，练就商战真功。”

言出行随。从那以后一年多来，一个猛子扎进商海中的王志纲，在商海中如入无人之境，用其策划理念制造并引爆了一颗颗商战原子弹：粤照明上市策划，广东国际信托投资公司房地产策划，顺德万和热水器市场策划……直至后来震动面更大的顺德碧桂园社区连环大策划。

常言道：“桃李不言，下自成蹊”。这一桩桩、一件件几乎叫人目不暇接看得人透不过气来的成功商战，实在是难以保住秘密的。于是，市场触角极其灵敏的书商们顺着气息找上门来了。这次，是他们的第三次登门，大有不达目的誓不休的架

式。

“诺言我不能违犯，你们的要求我也得考虑。”王志纲终于妥协了，“这样吧，我给你们推荐一个人，你们去谈，看他愿不愿来写这本书。如他愿出山，他来写这个题材远强于我，不单是才华，还在于——他比我还了解我自己。”

事实证明了王志纲的判断，由谭启泰先生根据王志纲策划实践撰写的《谋事在人》一书，一经推出，即不胫而走，不仅创下了发行量高达百万的记录，而且远走海外，“摆满了美国从东海岸到西海岸的许多华文书店”（贵州日报副总编刘庆鹰语）。

“你估计这本书能发行多少？”

“三五万册吧。”

“不对，至少20万册以上！”

“你估计这本书在中国能走多久？”

“三两个月吧。”

“不对，至少三年！”

这是《谋事在人》一书即将付梓时，王志纲同那位精明的出版人的一段对话。

出版后的事实，证明了王志纲判断的准确，于是才有了王志纲同书商的另一番对话：

“怪了，我吃出版这碗饭已有十几年，对中国图书市场的感觉不说数一数二，也是八九不离十，这次预测怎么会输给你呢！？”这是书商的诧异。

“我们两个最大的差异是，你尽管是专家，但你满足于跟

市场；我尽管是书界外行，但我却擅长造市场，引导市场。”这是王志纲的回答。

接下来，王志纲对书商阐发了一通他对中国畅销书走向，乃至《谋事在人》一书为何走俏的理论见解：

当中国人民渴望成功和致富，但又暂时不能掌握自己命运主动权的时候，你们争相出版的李嘉诚、霍英东及各种版本的香港富豪传，尽管看不到、摸不着但仍可收“望梅止渴”之效，故能畅销。当中国人民有了自信，开始可以创造成功、可以掌握自己命运风帆的时候，他们不满足“画饼充饥”了。他们需要看得见、摸得着、学得了的“成功典范”，即那种不靠“背景”、白手打天下的平民英雄，《谋事在人》一书正好满足了人们的这一历史性渴求。因此，不仅畅销，而且热销。——讲到这里，王志纲话锋一转，指向书商——你们不是想发财吗？建议你们趁热打铁，多挖掘和出版更多的民间赤手打天下，特别是用知识打天下的“平民英雄”。这将是十五大前后相当一段时间中国书界的一个超级卖点。

国人争读

《谋事在人》出版两年，可以说已经不能用“超级畅销”一词可以概括，恐怕要用“现象”一词来表述才更为恰当。

笔者在国内看到的情况，真可以说是：大款在读，小贩也看，成功的商界精英对号入座，当权的党政官员置诸案头，大学的莘莘学子互相传阅，甚至歌厅小姐、临刑前的犯人也聚精会神，喜爱有加……（贵州电视台记者董鸣采访一个大学生出

身的智能型巨盗死囚。犯人突然问及：你们是记者，那应该认识王志纲，并言：我最佩服的记者是王志纲。问其缘由，答曰：“我读过《谋事在人》，佩服其人生之路。我若早读，不至成为死囚犯。”)

笔者还曾多次听到过各种各样的议论：有人说，这是商海老板的商战圣经，有人说这是知识分子的人生宝典，有人说这是普通人的座右铭，有人说这是失意者的加油站，还有人说这是党政官员的“隆中对”。

一时间出现了一股发人深思、令人振奋的国人争读《谋事在人》的热潮。

可是今天，作为《谋事在人》一书主人公的王志纲，没有一丝矜持，没有半点得意，反而异常冷静地对我说：“再不能生活在昨天的阴影中，应该走出《谋事在人》了！”

《谋事在人》出版两年后的王志纲在做什么？他在策划实践上是昙花一现，还是再创新高？……

带着这些疑问，我走进了“王志纲工作室”。

冷眼向洋

《谋事在人》这本书，其中一个章节忠实而生动地记录了碧桂园发生的一则人间神话。

碧桂园原本是广东省顺德市的一个毫不起眼的小镇，一个农民老板趁着泡沫经济的余威，在那里建了一片别墅，本想大赚一笔，却不料宏观调控一声令下使广东的大片工地“死火”，碧桂园老板也在劫难逃。