



现代

全能策划



覃礼刚 / 著

中国经济出版社

现代全能策划

覃礼刚 著

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代全能策划/覃礼刚著. —北京: 中国经济出版社,
2000. 9

ISBN 7-5017-5023-8

I. 现… II. 覃… III. 决策学 IV. C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 45515 号

268/3010

责任编辑: 刘一玲

封面设计: 谭雄军

*

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

北京艺辉印刷公司印刷

开本: A5 ~~1/32~~ 16.625 印张 500 千字

2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1—3000 册

ISBN 7-5017-5023-8/F·3978

定价: 38.00 元

全能策划
成功之道

蒋学模
一九九九年九月

序

《现代全能策划》一书，是章礼刚副教授的新著。本书的核心是研究用人类智慧进行策划。作者从全新的角度，以全新的思路，从探索和揭示中西方人类智慧形成的奥秘中，找到改善现代人类思维、人类心理、人类行为、人类能力、骤增人类智慧、提高人类思考和实践效率的有效途径和方法。这种研究颇有新意。

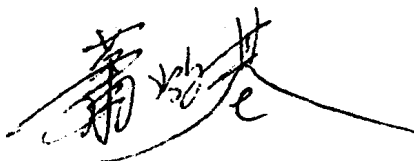
据我所知，系统研究全能策划的专著颇不多见。本书选题新颖，内容丰富，较系统地阐述了全能策划的理念、原理、思想和操作，提出了不少独到见解，给人以启迪。

全书理论篇共分十五章，从全能策划的本质特征、基本原理到运作程序；从全能策划在人类历史发展中的地位和作用到策划业在当前世界的现状和发展趋势；从全能策划的思维模式到运作步骤与运作技巧；从全能策划的创意原则到运筹艺术，为人们展现了全能策划理论的丰富内涵。

在实践篇中，作者从理论与实践的结合上，将全能策划所提出的原理、方法、举措和手段，结合现代社会活动的客观实际需要，对现代社会实践活动中的一些至关重要方面的策划进行了专门的研究，理论分析有深度，结合实际较密切。

作为一个新的研究课题，本书提出的许多观点不妥之处在所难免，需要进一步研究和完善。

本书作者覃礼刚副教授是一位年轻学者。他勤于思考，勇于探索，已出版专著多部。希望覃礼刚同志再接再厉，在科学研究上作出更大贡献。

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of three characters: 萧 (Xiāo), 煜 (Yù), and 光 (Guāng). The signature is fluid and expressive, with long horizontal strokes extending from the left and right sides.

2000.2.15

目 录

上篇 理论原理

序	萧灼基 (1)
---------	---------

第一章 策划的历史地位

一、人类策划智慧的历史辉煌	(3)
二、理代策划业的崛起	(9)
三、全能策划在未来	(11)

第二章 全能策划概说

一、人类的智慧力	(17)
二、全能策划理念	(23)
三、全能策划的提出	(39)
四、全能策划的能量	(42)
五、全能策划的依据	(50)
六、全能策划的研究对象	(55)
七、全能策划的类型	(57)

第三章 全能策划原理

一、实践原理	(65)
二、驾驭原量	(67)

三、理性原理	(68)
四、思辨原理	(71)
五、方法原理	(77)
六、放大原理	(80)

第四章 全能策划程序

一、发现问题	(82)
二、界定问题	(87)
三、设定目标	(89)
四、界定位势	(94)
五、制作方案	(96)
六、方案确定	(100)
七、实施反馈	(103)

第五章 全能策划文化

一、文化与全能策划	(105)
二、全能策划文化能量	(109)
三、全能策划文化运作原则	(113)
四、全能策划文化运作技法	(116)

第六章 全能策划能力

一、能力与全能策划	(126)
二、全能策划能力结构	(127)
三、全能策划能力培养与构建	(137)

第七章 全能策划心理

一、心理与全能策划	(144)
二、全能策划心理特征	(146)
三、全能策划心理过程	(150)

- 四、全能策划心理结构····· (152)
- 五、全能策划心理的培养和调控····· (156)

第八章 全能策划信息

- 一、信息与全能策划····· (160)
- 二、全能策划信息构成····· (163)
- 三、全能策划信息要求····· (169)
- 四、全能策划信息处理与转换艺术····· (172)

第九章 全能策划思维模式

- 一、思维方式与全能策划····· (178)
- 二、全能策划思维模式····· (183)
- 三、全能策划思维模式内容结构····· (187)
- 四、全能策划思维模式构建····· (195)

第十章 全能策划思维运作

- 一、思维运作与全能策划····· (201)
- 二、思维运行规律····· (205)
- 三、全能策划思维运作····· (208)
- 四、全能策划思维运作技法····· (214)

第十一章 全能策划思维理性

- 一、思维理性与全能策划····· (220)
- 二、全能策划分析与综合思维····· (226)
- 三、全能策划归纳与演绎思维····· (228)
- 四、全能策划抽象到具体的思维····· (230)

第十二章 全能策划思维艺术

- 一、思维艺术与全能策划····· (235)

二、全能策划类比思维·····	(239)
三、全能策划形象思维·····	(241)
四、全能策划灵感思维·····	(250)
五、全能策划直觉思维·····	(253)
六、全能策划求异思维·····	(257)

第十三章 全能策划运筹创意

一、创意真谛·····	(264)
二、创意与全能策划·····	(268)
三、全能策划创意心理·····	(273)
四、全能策划创意原则·····	(277)
五、全能策划创意条件·····	(280)
六、全能策划创意技法·····	(286)

第十四章 全能策划运筹点子与谋略

一、点子和谋略的实质·····	(315)
二、点子、谋略与全能策划·····	(320)
三、全能策划点子与谋略创造·····	(323)

第十五章 全能策划运筹艺术

一、洞察一切·····	(328)
二、高瞻远瞩·····	(330)
三、审时度势·····	(332)
四、明辨问题·····	(334)
五、谋篇布局·····	(335)
六、防患未然·····	(338)
七、谋略统御·····	(340)

下 篇 运筹实践

第一章 全能策划运筹理念

- 一、全能策划运筹理念····· (353)
- 二、全能策划运筹原则····· (358)
- 三、全能策划运筹要领····· (363)
- 四、全能策划运筹条件····· (371)

第二章 运势策划

- 一、势与运势策划····· (376)
- 二、运势原则····· (379)
- 三、灵活应势····· (381)
- 四、巧妙造势····· (386)

第三章 现代机遇策划

- 一、机遇策划内涵····· (391)
- 二、机遇策划原则····· (395)
- 三、把握现代机遇····· (397)
- 四、巧用现代机遇····· (404)

第四章 现代竞争策划

- 一、竞争策划内涵····· (410)
- 二、竞争策划原则····· (411)
- 三、竞争分析····· (415)
- 四、巧定竞争策略····· (420)

第五章 现代战略策划

- 一、战略策划内涵····· (428)
- 二、战略策划要诀····· (431)
- 三、巧设战略目标····· (435)
- 四、精设战略规划····· (442)
- 五、巧制战略对策····· (447)

第六章 专项活动策划

- 一、专项活动策划内涵····· (452)
- 二、专项活动策划原则····· (455)
- 三、界定专项活动内容····· (460)
- 四、巧设专项活动方案····· (465)

第七章 突发性事件策划

- 一、突发性事件策划内涵····· (470)
- 二、突发性事件策划原则····· (472)
- 三、正确面对突发性事件····· (476)
- 四、精心设计事件对策····· (478)

第八章 现代实力策划

- 一、现代实力策划内涵····· (484)
- 二、现代实力策划原则····· (488)
- 三、现代实力整合聚变····· (491)
- 四、现代实力开拓发展····· (499)

第九章 现代咨询策划

- 一、现代咨询策划内涵····· (505)
- 二、现代咨询策划原则····· (508)

三、现代咨询策划程序·····	(512)
四、现代咨询策划技法·····	(521)

第十章 现代企业策划

一、现代企业策划内涵·····	(530)
二、现代企业策划原则·····	(534)
三、现代企业策划程序·····	(538)
四、现代企业策划技法·····	(546)

第十一章 人生策划

一、人生策划理念·····	(556)
二、人生策划原则·····	(558)
三、正确选择人生·····	(561)
四、正确进取人生·····	(567)
五、正确调控人生·····	(575)

后 记·····	(583)
----------	-------

上篇理论原理

第一章 策划的历史地位

策划作为一种以人类智慧的发挥为条件的“出谋划策”的高级思维活动，始终伴随着人类的产生发展而产生和发展。在人类创造社会文明和推动社会历史前进的进程中，发挥了不可估量的作用。从人类的远古时代到今日的高度文明的整个社会历史进程中，人类社会的每一进步几乎都无不与策划活动有着密切的联系，特别是那些至今光芒四射、熠熠生辉的“丰功伟绩”，惊世骇俗的杰作，都无一不与成功的策划相关。纵观今日世界，策划更是以其巨大的能量和独特的魅力，为世人所崇尚和青睐。策划业正以前所未有的速度在世界范围内迅速崛起，蓬勃发展。未来的时代必将是策划业更显重要，更显辉煌的时代。

一、人类策划智慧的历史辉煌

策划作为人类的高级思维活动，人类智慧的发挥和升华，在人类社会文明的发展史上铸造了无数的非凡业绩，成就了人类社会的无数卓越和辉煌。

策划活动与人类社会活动相伴而生，结伴而行，形影相随，随人类社会活动的发展而发展。从人类远古时代的钻木取火，以石为器，联合狩猎，高树建屋的初早期的智慧活动，到今日社会活动的高度文明、高度智慧，都无不反映着人类的策划智慧，闪烁着人类策划智慧的光芒，体现着人类策划智慧的辉煌。

策划作为人类智慧力的发挥成果，是由人类智慧的运用而生成的独特的，具有非凡力量的卓有成效的社会活动方式，一直是人类智慧的体现和集中反映。不同的只是在不同的历史阶段或不同历史时代，反映的人类智慧层次和人类能力的不一样，策划的

发展程度和策划发挥的能量不一样而已。有的时代策划智慧稍有逊色，但很多时代却策划智慧突显，甚至卓越辉煌。在人类社会历史上的各种策划智慧，五光十色，奇异纷呈。或以“胜算”、“运筹”、“谋略”而创造“以少胜多”、“以弱胜强”、“以小胜大”、“以劣胜优”；或以“宏谋大略”、“治国良策”，“安邦定国”；或以“锦囊妙计”，“奇谋妙策”而巧妙取胜，胜在妙不可言，甚至形成“精妙绝伦”的绝作，成为千古绝唱。由这些策划智慧所创造的人类业绩不胜枚举，难以累述。所显功能各有千秋，有的轻而易举地破解难题，有的快速地取得了社会活动的成功，有的创造了惊世骇俗的业绩，有的成就了旷世伟业，有的甚至改变和推动着人类社会的历史进程，这一切都表明了人类策划智慧在人类发展进程中的重要地位和历史作用。观古今中外的人类历史，没有哪一个国家，哪一个民族不操策划之业，不做策划之事，没有哪一个民族的历史上不曾没有策划智慧。可以说：整个人类社会的发展都与策划智慧有着无尽的联系。无论是在远古社会，还是在今日的文明社会都是如此。

策划作为人类聪明才智的体现，在人类社会形成初期就已孕育、萌芽，以后随着人类才智的积累，增长发展而同发展，经历了一个产生、发展、日臻成熟的过程。

在开天辟地、混沌初开的远古时代，尚处于蛮荒、蒙昧的人类，就体现出了不同于其他动物的智慧。开始运用人类智慧思考和行动，不断地征服着、改造着自然。那时，人类所处的环境十分险恶，到处充斥着危机和陷阱，凶险常存，常与死亡为伴，人类的生存随时都遭受着来自自然界的威胁，随时都有灭顶之灾降临的可能。人类能力低下，人类的生存和发展举步维艰，生存不易，发展更难，然而人类并没有因此而停止不前，而是依靠人类对自身智慧的开发和启用，不断增强人类的智慧能力，以智慧能力战天斗地，不断进行智慧思考，寻觅着战胜险恶客观环境的方法和途径，在艰难的漫长岁月中与大自然进行着顽强地抗争，最