

核

策 划

EXPLOSIVE MARKET PLANNING

陈放◎著

杭州湾跨海大桥畅想曲
奥运石窟横空出世
中国茶道根植奥林匹亚
沙尘暴也是生产力
灾区重建大爱行动
月亮女神的来历

一个核策划胜过数个常规策划

创意突围



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

核策划

EXPLOSIVE MARKET PLANING

陈放◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

核策划/陈放著. —北京: 中国经济出版社, 2009. 1

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8890 - 3

I. 核… II. 陈… III. 商业—策划—案例 IV. F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 180423 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: 010 - 68319114)

责任印制: 常毅

封面设计: 任燕飞

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市佳星印装有限公司

开 本: 170 × 240mm

印张: 16.75 字数: 250 千字

版 次: 2009 年 1 月第 1 版

印次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 6000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8890 - 3/F · 7858

定价: 36.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282 国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

核 策 划 CONTENTS

核策划之当量 / 1

核策划之一 沙漠传奇：“奥运石窟” / 7

- 1 创意方案背景和元素 / 8
- 2 策划方案与可行性报告 / 12
- 3 “奥运石窟”选址方案 / 14
- 4 “奥运石窟”的相关前期工作 / 17

核策划之二 奥林匹亚的神秘来客 / 19

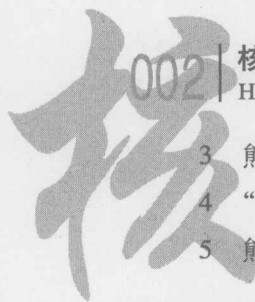
- 1 种植奥林匹亚绿色和谐林 / 20
- 2 神圣的奥林匹亚圣火 / 22
- 3 传承中国茶道文化的精髓 / 31
- 4 敲响和谐之鼓、品牌之鼓、胜利之鼓 / 33

核策划之三 品牌也疯狂：国际品牌节 / 35

- 1 国内、国外看品牌 / 36
- 2 “品牌节”的缘起及诞生 / 39
- 3 国际品牌节推广活动 / 43
- 4 发起联合国国际品牌节(日)的倡议书 / 47

核策划之四 功夫熊猫申吉前传 / 51

- 1 为大熊猫申请 2008 年奥运吉祥物总体思路 / 52
- 2 熊猫申吉的十大理由 / 55



核策划 HECEHUA

- 3 熊猫经济 / 58
- 4 “中国台湾商会及民间组织”致北京奥组委的一封信 / 60
- 5 熊猫申吉后记 / 62

核策划之五 茶道中国,和谐天下 / 65

- 1 何为茶道 / 66
- 2 中国茶道之源 / 68
- 3 中国茶道的策划 / 76

核策划之六 丝路之源的世界奇迹 / 83

- 1 丝绸如是说 / 84
- 2 几大丝绸之路 / 87
- 3 江南丝路探源 / 89
- 4 结论:嵊甬为江南丝绸之路源头 / 96

核策划之七 一寸黄沙一寸金 / 99

- 1 揭开沙漠生态旅游的面纱 / 100
- 2 把沙漠里的阳光推向国际超市 / 109
- 3 沙漠生态旅游产品策划 / 112
- 4 沙漠旅游产品的品牌策划 / 113

核策划之八 太空营销揭密 / 117

- 1 把广告做到宇宙飞船上 / 118
- 2 著名品牌搭乘神舟飞船 / 122
- 3 太空搭载实例 / 125

核策划之九 嫦娥登月:创意绕月飞行 / 131

- 1 嫦娥——月亮女神的来历 / 132
- 2 嫦娥背后鲜为人知的故事 / 134
- 3 现代“嫦娥”让创意绕月飞行 / 137

核策划之十 仙鹤乐园,谁敢弯弓射太阳 / 143

- 1 挖掘、提炼射阳文化 / 144
- 2 湿地之都、芦苇王国的设计 / 148
- 3 丹顶鹤文化创意 / 151

核策划之十一 沈北新区:东北振兴龙头战略 / 155

- 1 沈北——东北创新实验区 / 156
- 2 用放大镜看沈北 / 157
- 3 东北老振兴之“龙头” / 157
- 4 给沈北一个清晰的“主题” / 158
- 5 “五环经济圈”战略 / 159
- 6 “东北行”创意在继续 / 160

核策划之十二 国家地震公园:铭刻爱与痛 / 163

- 1 国家地震公园策划指导思想 / 164
- 2 国家地震公园的策划思路 / 164
- 3 国家地震遗址纪念馆的建议 / 167

核策划之十三 国际爱心工程大策划 / 173

- 1 倡导爱心工程 / 175
- 2 寻找爱文化的渊源 / 177
- 3 “国际爱心工程”操作思路 / 181
- 4 国际爱心工程硬件项目简介 / 184
- 5 爱心工程的传播软件简介 / 191
- 6 北川新城市标志设计 / 196

核策划之十四 国际熊猫节,振兴四川旅游 / 199

- 1 来自大熊猫王国的电讯 / 200
- 2 大熊猫受灾情况 / 202
- 3 四川省旅游优势资源依存 / 203
- 4 大熊猫是振兴四川旅游的一张王牌 / 204

策
划



5 熊猫品牌活动核策划 / 205

核策划之十五 跨海大桥畅想曲 / 207

- 1 孩提时代的梦 / 208
- 2 为大桥喝彩办节 / 209
- 3 跨越梦想·欢歌慈溪 / 212
- 4 世界名桥文化展 / 213
- 5 “大桥见证 天长地久”百对新人婚礼 / 219

核策划之十六 西王母的美丽传说 / 225

- 1 神话与文化 / 226
- 2 撩开华夏之母的神秘面纱 / 227
- 3 西王母神话的发散思维 / 231
- 4 西王母国人物秀 / 235
- 5 博大精深的王母文化 / 237
- 6 王母文化研发计划 / 239
- 7 王母文化产业链 / 241

核策划之十七 挖掘千年宝藏,少林寺系统开发 / 247

- 1 少林武术竞争对手分析 / 248
- 2 少林武术系统塑造 / 250
- 3 组织机构与品牌攻略 / 253
- 4 市场开发与产品攻略 / 255

附 能量相对论——广义能量论 / 258

后 记 / 261

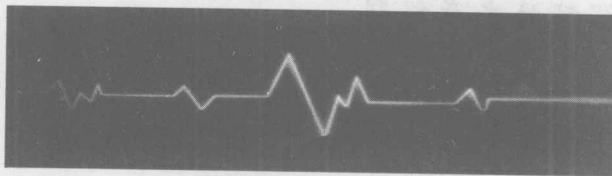
核策划之当量

基于核创意基础上之核策划、核广告、核营销、核传播,由于其形式内容不一,常常呈现五花八门、千奇百怪之态。比如娱乐圈、媒体圈、政治圈、军事圈、外交圈的核策划都是不一样的。然而透过其形式我们也可找出一些相同的规律来。

一、烈度不等的核策划

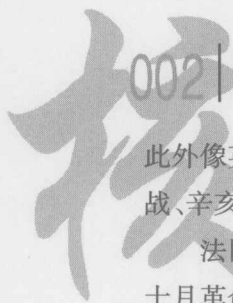
以娱乐圈近几年炒得满城风雨的张钰事件为例,她与某导演从“照片曝光—法律事件—洋博士求婚—与宋祖德合璧”,也可谓是一石激起多层浪。

“赵忠祥—饶颖”事件,对于当年的媒体界也是一颗原子弹,随着法律的介入,风波起伏一年中,其波浪图如下:



而被娱乐界、传媒界炒得沸沸扬扬的陈冠希“艳照门事件”,更成为两岸四地、2008年1~3月最吸引眼球的事件之一,由于涉及张柏芝、阿娇等众多女明星,加上网乐圈的加入、香港警方的介入,致使其震动波幅远比“赵忠祥—饶颖”事件更大更烈。而美国前总统克林顿的“琼斯绯闻”案以及“莱温斯基绯闻”案则是世界级的绯闻,随着其爆发司法进程,其振幅、波峰烈度远大于前者,甚至是到希拉里竞选时“余波”犹在,此话题还不时被竞争对手拿出来耻笑。

如果说前者的智能当量是5级、7级,则后者的智能当量相当于7.5级。



此外像英国革命、法国革命、俄国革命、美国独立战争、南北战争、一战、二战、辛亥革命等都是具有高等级的核策划、核创意爆发。

法国革命是资产阶级革命的起源,美国革命开创了世界的近代史,俄国十月革命开创了世界的现代史,中国的辛亥革命则结束了延续 2000 多年的封建统治,使一个国土、人口众多的国家进入了民主革命,尽管其战争烈度并不大,但是对中国社会人心的震撼不亚于美国独立战争,也可以说是顶级革命。

二、性质不一的核策划

相对于狭义能量的广义能量而言,智能具有相对性、不守恒性,分阴阳正负,是矢量,因此,与核策划相应的核智能同样具有正负、阴阳、大小、伸缩等特点。

如果说像“赵忠祥—饶颖事件”、“张钰事件”对于娱乐圈而言是矢量,而像英国尼斯湖怪、喀纳斯湖怪、普京访问少林寺、神农架野人事件、西安发现兵马俑事件、福田访问曲阜事件等,完全是正向核智能,能给当地的旅游经济带来正向和正面的利益。当然,娱乐圈不少策划炒作是为了宣传片子,它们往往默契组成了连环策划,有些东西对娱乐公司、媒体、明星来说可谓是“心心相印”、“心知肚明”。

三、核智能的当量级别

地震自然而然的是地壳运动引起的狭义能量大爆发,根据地质出版社出版的《地球科学词典》介绍,我国地震烈度表如下:

烈度	地震现象
I 度	人无感觉,仪器能记录到
II 度	个别完全静止中的人感觉到
III 度	室内少数人在完全静止中能感觉到
IV 度	室内大多数人能感觉到,室外少数人能感觉到,悬挂物振动,门窗有轻微响声
V 度	室内大多数人感觉,梦中惊醒,家禽不宁,悬挂物明显晃动,少数液体从装满的器皿中溢出,门窗作响,尘土落下
VI 度	很多人从室内跑出,行动不稳,器皿中的液体剧烈动荡甚至溅出,架上的书籍、器皿翻倒坠落,房屋有轻微损坏甚至部分损坏
VII 度	人从室内匆忙跑出,许多房屋损坏以致少数破坏,地表产生裂缝

续表

烈度	地震现象
VIII度	人很难站住,房屋损坏或破坏,工厂烟囱损坏,地面裂缝喷出夹泥沙的水,常有滑坡和山崩
IX度	许多房屋被破坏,少数倾倒,工厂烟囱损坏,地裂缝多,绵延很长,有很多滑坡和山崩,常有井泉干涸或新泉产生
X度	许多房屋倾倒,工厂烟囱大多倒塌,地裂缝宽十几厘米,裂缝带可绵延数千米,个别情况下岩石中有裂缝,道路变形
XI度	房屋普遍破坏,路面大段破坏,铁轨弯曲,地面除许多裂缝外,大规模坍塌,地表产生相当大的垂直和水平断裂
XII度	房屋以及其他建筑物普遍破坏,山崩地裂,地形改观,由于滑坡山崩等影响,动植物遭受毁灭

由邓乃恭先生制作的不同地震波释放的能量与广岛原子弹能量比较表如下:

震级	能量/焦耳(J)	相当于几颗广岛原子弹
0	约 6.3×10^4	
1	约 2×10^6	
2	约 6.3×10^7	
2.5	约 3.6×10^8	
3	约 2×10^9	
4	约 6.3×10^{10}	
5	约 2×10^{12}	
6	约 6.3×10^{13}	约相当于 1.1 颗
6.1	约 8.9×10^{13}	约相当于 1.5 颗
6.2	约 1.3×10^{14}	约相当于 2.1 颗
6.3	约 1.8×10^{14}	约相当于 3 颗
6.4	约 2.5×10^{14}	约相当于 4.3 颗
6.5	约 3.6×10^{14}	约相当于 6.1 颗
6.6	约 5×10^{14}	约相当于 8.6 颗
6.7	约 7.1×10^{14}	约相当于 12.1 颗
6.8	约 1×10^{15}	约相当于 17.1 颗
6.9	约 1.4×10^{15}	约相当于 24.2 颗
7	约 2×10^{15}	约相当于 48.1 颗
7.1	约 2.8×10^{15}	约相当于 34 颗
7.2	约 3.8×10^{15}	约相当于 48.1 颗

策
划

续表

震级	能量/焦耳(J)	相当于几颗广岛原子弹
7.3	约 5.6×10^{15}	约相当于 96.2 颗
7.4	约 8×10^{15}	约相当于 136 颗
7.5	约 1.1×10^{16}	约相当于 192.3 颗
7.6	约 1.6×10^{16}	相当于 270 颗
7.7	约 2.3×10^{16}	约相当于 380 颗
7.8	约 3.2×10^{16}	约相当于 537 颗
7.9	约 4.5×10^{16}	约相当于 759 颗
8	约 6.3×10^{16}	约相当于 1070 颗
8.1	约 8.9×10^{16}	约相当于 1500 颗
8.5	约 3.6×10^{17}	约相当于 6000 颗
8.9	约 1.4×10^{18}	约相当于 23810 颗

※ 一颗广岛原子弹的能量约等于 5.88×10^{13} 焦耳

物质能量如此,智能活动也有类似的当量,我们把智能当量按 1~9 级来划分,我们可以根据事件影响的规模、烈度、涉及人数、震撼力、持久性等以综合指数评判事件的特性。以娱乐圈炒作事件划分:

项 目	事件主体	烈度指数	影响力
笑傲江湖 打人事件	无锡酒吧	1	1
红楼选秀	北京台选秀	2	2
邓建国出家	南京某寺庙	1	1
李娜	张家界	2	2
超女	湖南台	7	7
张钰	导演事件	3	4
赵、饶	饶女士	4	3
陈冠希	艳照门	7	6

以战争为例,黄帝与蚩尤的涿鹿之战,周武王与殷商牧野之战,秦统一六国之战,刘邦与项羽的垓下之战,曹操与袁绍的官渡之战,曹孙赤壁之战,前秦—东晋的淝水之战,鸦片战争,其智能烈度与影响力为:

项 目	事件描述	烈度指数	影响力
涿鹿之战	黄帝蚩尤之战开辟了统一部落	远古较大 5	原始社会统一部落 9
牧野之战	西周与殷商王朝	朝歌城外大战 6	周朝开启 9
秦统一大战	一系列战役	统一六国 9	开辟封建大一统王朝 9
垓下之战	刘项最后之战	规模不大 6	建立汉朝 8
赤壁之战	曹操与孙权	水上大战 7	三国鼎立 7
淝水之战	东晋与秦	伤亡人数 5	维持南北朝 6
鸦片战争	中英贸易战争	伤亡人员不大 3	开辟近代史 8

以市场营销的盛事营销为例,我们选取有代表性的盛事营销案例列表如下:

企 业	事件描述	投入指数	影响力指数
娃哈哈	非常可乐,喝中国人自己的可乐	3	6
蒙牛春晚	第一次赞助春晚	5	6
蒙牛神五	航天员牛奶	5	9
蒙牛超女	赞助湖南卫视超女	6	9
农夫山泉	矿泉水与纯净水大战	3	6
海尔	保质砸冰箱	2	7
联想	重组 IBM,国际影响力	3	8
茅台酒	博览会砸瓶子	1	8
秦池酒	第二次标王事件	7	-5

策
划

世界
WORLD

EXPLOSIVE MARKET PLANNING

重庆咏景营销策划

城市战略，城市形象，一

至为足。而然，重庆作为西南地区的核心，中国西部地区的门户，其城市形象

建设更是重中之重，同城市形象

建设一样，城市形象建设也是

一个系统工程，它不仅包括

城市形象建设，还包括城市

形象建设，从到了它都不再

是一个简单的城市形象建设

核策划之一

沙漠传奇：“奥运石窟”

2001年，重庆咏景营销策划公司，承接了重庆市政府委托，为重庆市政府

策划，重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托

重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托

重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托，重庆市政府委托

1

创意方案背景和元素

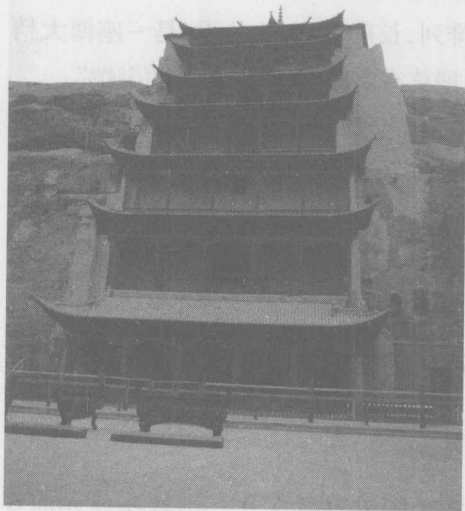
一、奥运文化、敦煌艺术

在人类社会浩瀚的历史长河中,全球性的活动丰富多彩。然而,从古至今在持续的时间、规模以及所象征的崇高思想方面,几乎没有一种活动能够同奥林匹克运动相媲美。当环望奥林匹克产生与发展的时候,我们不能忘了应从它最早的源头追溯起。虽然古代还没有我们现在所理解的奥林匹克运动,但它那追求和平与友谊的“神圣休战”,那坚持公平竞争的体育原则,那组织比赛的竞技模式等无不向人们昭示了一个基本的道理:历史不应被割断,文化总有其内在的联系。



从公元前 776 年有文字记载的第一届算起,到公元 393 年,历时 1169 年,共举办了 293 届的古代奥运会,是人类体育文化宝库的一串明珠,它的活动形式、传统与精神体系,对世界体育的发展产生了深刻的影响。

产生于 19 世纪末期的奥林匹克运动,是人类社会进入工业文明以后开始的一项伟大的社会实践。在一个世纪以来的发展过程中,显示出强大生命力的奥林匹克运动无时无刻不面临着困难、挫折甚至几度陷入危机,却同时又无时无刻不在探索、发展和成长。当代,奥林匹克运动不仅成为人类社



会体育史上迄今为止规模最大的体育现象,也是人类文明史上一个宏大的社会文化现象,为人类社会的进步做出了巨大贡献。“奥林匹克”一词已经成为了世界语言,人们可以在奥林匹克五环旗下找到自己的朋友;奥林匹克五环标志作为国际和平和友谊的象征,更是在五大洲广泛流传。

在甘肃敦煌,有一座举世闻名的艺术文化宝库——莫高窟。敦煌,敦,是大的意思,煌是盛的意思。敦煌莫高窟艺术是我国历朝

历代画家们创意性的杰作。在所有壁画当中,没有完全相同的东西,即使是描绘同样内容的艺术作品,画家们也是根据自己的创造力和想象力创作出了完全不同的作品。敦煌艺术在社会价值方面也有充分体现。首先,壁画中以描写人物为主,因此,其中有大量的服饰及纺织物的图形,不但历史风格各异,而且有许多少数民族和国外的服饰纹样。这充分体现敦煌这个古代丝绸之路上的重镇昔日的辉煌,这对我们现在研究古代服饰有着独特的研究价值。

在敦煌壁画中,还表现了历代社会中的方方面面。如:古丝绸之路上的交通商贸;军事和体育方面的珍贵画面和史料;也是中国古代生活的写照;中国古代科技史的记录等。另外,敦煌也可以说是一座民俗史博物馆。1000年间的中国古代民俗概貌活现于壁画之上,不仅包括现今已看不到的事象,还包括流传到今天的民俗民风。由于纸绢绘画作品不易保存,宋代以前的民俗画真迹已绝无仅有,敦煌壁画堪称珍贵记录。

这 1000 多年间不断有人在敦煌开凿石窟,据一些古书记载,石窟数量达千余个,至今在敦煌地区的石窟区,至少有莫高窟、西千佛洞石窟、东千佛洞石窟、榆林窟和五个庙石窟等。单是现存在莫高窟的就有 700 多个,随着日后考古工作的发掘,数字将不断增加;在这些洞窟中,只是对留有壁画或塑像

的洞窟安排编号,目前就已有 492 个。现存的 492 个洞窟中,保存着十六国、北魏、西魏、北周、隋、唐、五代、宋、回纥、西夏、元、清、民国等时期的壁画 4500 多平方米,若把这些壁画以 1 平方米横向排列,长度可达 45 公里,是一座博大精深、无可比拟的历史画廊,所以人们喜欢把莫高窟比作“墙壁上的图书馆”。

在莫高窟的 492 个洞窟中还保存着历代彩塑 3390 身,其中圆雕塑像 2088 身,影塑 1302 身;以及唐、宋、清、民国等时期的木构建筑 10 余座。另外,莫高窟曾于 1900 年发现藏经洞,保存了 4~11 世纪的佛教经典、经济文书、文学、科技、史地资料以及帛画、纸画、织染刺绣等文物五万余件。敦煌石窟的绘画总面积单计莫高窟的便有 45000 平方米,若把它比作纵高 1 米的一幅画来计算,横长足有 45 公里之多,这种规模使敦煌石窟堪称世上最长最大的画廊。

二、创意联想的成果——奥运石窟

敦煌莫高窟的造像雕塑蕴涵着博大精深的佛教文化。佛教在公元前 6 世纪末兴起后,数百年间并无佛像刻绘,当时流行小乘佛教,需要出现佛陀形象时,只以菩提树、佛足印、佛塔等作为佛的代表。公元 1 世纪后,随着大乘佛教流行,信徒们崇拜佛像渐成风气,遂开始有佛像创作。公元前 326 年,希腊年轻的国王亚历山大远征亚洲抵达印度恒河流域,因气候、水土不服,军士疾病流行而被迫撤退,亚历山大也病亡于撤军途中,有些希腊军人和工匠留在当地,增强了东西方文化的交流。

犍陀罗地区(今巴基斯坦北部及阿富汗东北边境)就是受到古希腊雕塑艺术的影响,使得雕刻的佛像面部很像希腊人,甚至有的和太阳神阿波罗很相似,创造出精湛的佛教艺术雕刻,这就形成了著名的佛教犍陀罗艺术。在长达几个世纪中,随着佛教沿丝绸之路辗转传入中原后,中原孕育出了自己独特的一种佛教艺术风格,它巧妙地融合印度、波斯、古罗马、古希腊艺术的一些风格特点,我国早期佛教开窟建塔、雕塑佛像,都有着犍陀罗艺术的痕迹,都有古希腊雕像的影子。现存于世的大部分佛教艺术作品亦集中于亚洲地区。若对东方佛教造像艺术溯本求源,必当文涉印度佛教造像艺术,而印度佛教造像艺术则受西方古希腊艺术影响甚深。那么,奥林匹克运动来自古希腊文明,而莫高石窟的造像艺术也存留有古希腊雕塑艺术的影子。2008 年北京举办奥运会之际,将是中国向世界展示的绝佳良机。把奥运精