



21世纪高等院校公共课精品教材

HOW TO WRITE A STRATEGY PLAN

策划书写作教程

(第二版)

王多明 编著



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位



21世纪高等院校公共课精品教材

HOW TO WRITE A STRATEGY PLAN

策划书写作教程

(第二版)

王多明 编著

常州大学图书馆
藏书章

图书在版编目 (CIP) 数据

策划书写作教程 / 王多明编著. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2017. 8

(21 世纪高等院校公共课精品教材)

ISBN 978-7-5654-2871-5

I. 策… II. 王… III. 营销策划-应用文-写作-高等学校-教材 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 190152 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连雪莲彩印有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 字数: 316 千字 印张: 15.5 插页: 1

2017 年 8 月第 2 版

2017 年 8 月第 2 次印刷

责任编辑: 石真珍

责任校对: 何 力

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 28.00 元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

第二版前言

有人一听见“写作”二字就头疼，怕写、不会写、不愿写，写作好似我们面前的一道“难关”。开设写作课程，就是帮助学习者“攻坚克难”。

我们这门课叫“策划书写作”，是为帮助学习者学会写策划书而开设的。

为什么要写策划书？因为需要，躲不开、绕不开，我们得硬着头皮去写策划书，要动脑、动手写策划书，当然离不开“写作”。有了具体的策划任务，写作有了方向，写作的内容会从指尖、笔尖流淌出来，你就进入了写作的状态。接着写下去吧，在集中思考、集体讨论，有人肯定、有人批评的修改过程中，写作的酸甜苦辣都会呈现出来，享受你的劳动，欣赏你的写作成果，把“怕写、不会写、不愿写”变成“不怕写、会写、愿写”。

当你把第一份策划书交出去，等待“处理”结果时，你在期盼、等待、继续思考，想为已经“完成”的策划书加点什么、删点什么，你的写作态度已经使策划书成功了一半。

听取同伴、领导、客户的批评或赞扬，他们的每句话，你都很在意，边听、边想，喜悦、遗憾、感谢、后悔等情绪会在心中翻滚。

在修改策划书时，你会掂量伙伴们的言语，改什么，改哪里，甚至重起炉灶，已经不在乎了。“好文章是改出来的”，何况是策划书这种高级脑力劳动的智慧成果，更需要自己认真地打磨和别人帮助打磨。

当你写的策划书进入实施阶段，就像父母亲看着自己的孩子在蹒跚学步，欣慰、畅快之情会洗去“写作”的劳累。想再写作的冲动，会涌上来。这样你还怕写作吗？

我们总结一下前面的话：躲不开的事，要勇敢面对，遵循规律，认真思考，一定能写出合格的策划书。

这本《策划书写作教程》分为“写作”、“策划”及“策划写作”三篇，内容循序渐进。写作理论和写作能力是写好策划书的基础；对策划的认识和理解是写出优质策划书的建设框架。有了这两方面的必备条件，策划书这栋高楼大厦就能成功建造出来。

教材中各章的引例、案例和多份策划书，异彩纷呈，引人入胜，从各个角度诠释策划书的写作，细细品味，既增“营养”，更长智慧。作者撰写的策划书实例在实践检验中已经获得各种好评。

本教材第一版问世后，受到多所开课院校师生的欢迎。本次修订，编者做了近百处修改，补充了多篇“刚出炉”的新鲜案例，更便于教学。每章末的二维码介绍了作者精选的策划作品，读者可扫码阅读。

与这本《策划书写作教程》配套的还有一本《策划书精选案例解读》，收录了16篇策划书案例，并加以解读，是策划书写作者难得的实用指导书。

由于编者的时间和水平有限，书中错漏之处在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

2017年6月

目 录

第 1 篇 写作篇

第 1 章 写作概念新解读	2
学习目标	2
[引例] 写作从历史走进现实	2
1.1 写作及写作过程和结果	3
1.2 写作的准备	8
本章小结	11
思考与练习	11
写作实操项目	12
第 2 章 写作特点新运用	13
学习目标	13
[引例] 写作, 要从失败中站起来	13
2.1 写作的特点	15
2.2 前写作与新写作	16
本章小结	20
思考与练习	20
写作实操项目	21
第 3 章 写作身心全动员	22
学习目标	22
[引例] 普利策的记事本	22
3.1 写作行为过程与写作素材的采集	23
3.2 策划写作的多学科参与	35
3.3 在知识之网中确立定位	38
本章小结	41
思考与练习	41
写作实操项目	41

第4章 写作手段新操作	42
学习目标	42
[引例] 第16次投稿	42
4.1 奇思妙想动人心	43
4.2 语不惊人死不休	47
4.3 善于表达征服人	60
4.4 美文修改见功夫	66
本章小结	70
思考与练习	70
写作实操项目	71

第2篇 策划篇

第5章 策划的基本要领	73
学习目标	73
[引例] 被湖畔大学录取的“农民”企业家把一颗生菜 卖到全世界	73
5.1 策划的概念和核心内涵	75
5.2 策划的特征和规则	86
5.3 策划的分类	92
5.4 策划的要素与程序	94
本章小结	107
思考与练习	108
写作实操项目	108
第6章 策划过程小亦大	109
学习目标	109
[引例] 小处着眼，大处着手	109
6.1 策划前的策划	113
6.2 策划前的信息集合	119
6.3 整合传播营销与策划	126
本章小结	131
思考与练习	131
写作实操项目	131

第7章 成功策划有十招	133
学习目标	133
[引例] 贵阳新天花卉大世界绿荫营销策划	133
7.1 赋、比、兴策划妙招	136
7.2 起、承、转、合相照应	141
7.3 高、大、全鼓舞士气	150
本章小结	154
思考与练习	154
写作实操项目	155

第3篇 策划写作篇

第8章 策划中学会写作	157
学习目标	157
[引例] 于无声处听响雷	157
8.1 在身边事中做策划	158
8.2 做“下水策划”学得快	166
8.3 每临大事沉稳策划	170
本章小结	177
思考与练习	177
写作实操项目	177

第9章 写作策划并不难	179
学习目标	179
[引例] 直觉思维出奇效	179
9.1 把策划思想写出来	180
9.2 策划书写作基本法	185
9.3 商务活动及策划书	193
9.4 创业活动及策划书	196
本章小结	200
思考与练习	200
写作实操项目	200

第10章 敢于爆破原策划	202
学习目标	202

[引例] 你规定不了我的规定	202
10.1 求婚策划人的启发	203
10.2 好策划是改出来的	206
10.3 走出策划的误区	210
本章小结	212
思考与练习	213
写作实操项目	213
第 11 章 修成正果确实难	214
学习目标	214
[引例] 1 000 万元年薪招聘策划人	214
11.1 策划人的素质要求	215
11.2 善待策划人	217
11.3 尊重他人 提升自己	220
11.4 策划人切勿居功自傲	222
本章小结	225
思考与练习	225
附录一 策划书写作相关名词解释	227
附录二 几张实用的量表	238
主要参考文献	241

第1篇 写作篇

- 第1章 写作概念新解读
- 第2章 写作特点新运用
- 第3章 写作身心全动员
- 第4章 写作手段新操作

写作概念新解读

学习目标

通过本章的学习，重点掌握写作的新概念及写作过程和结果的体现，克服对写作的畏惧，从而喜欢写作；掌握写作前要做哪些准备；理解写作过程的脑思维描述。

引例

写作从历史走进现实

历史就是已经翻过去的那一页。每个人的生活都是在写自己的历史，无论皇帝、总统、主席等“大人物”，还是贩夫、走卒等平民百姓，我们都随时在用语言、文字、行为“写作”自己的历史。把当时当事思维轨迹的过程和思维的结果表现出来，或留下白纸黑字；或被别人看在眼里，听在耳里，记在脑子里；或敲打键盘出现在计算机屏幕上；或出现在电话里、短信里、微博里、微信里……古人得意时，饮酒作乐，对酒当歌，这里的“歌”就是把心里的“乐”写出来、唱出来。通过琴棋书画来抒发情感，就是用乐声、行为、字画在写作。《诗三百》讲“诗言志”，把别人看不见的内心世界“写”出来，更好地表达自己的思想、抱负、志向。

中华文化名人给我们留下了许多故事：孔子奔波，传予《论语》；屈子放逐，方有《离骚》；司马迁受刑，始有《史记》；左丘失明，《国语》留存；鲁迅有太多的愤恨，写下了劈世明智的小说和利如投枪匕首的杂文；毛泽东为宣传自己的抗日主张，不知疲倦专心致志地写《论持久战》，连穿在脚上的棉鞋被火烤焦了也不知道。

一部《战国策》，记载了西周、东周及秦、齐、楚、赵、魏、韩、燕、宋、卫、中山各国之事，记事年代起于战国初年，止于秦灭六国，约有240年；分为12策，33卷，共497篇，主要记述了战国时期游说之士的政治主张和言行策略，也可说是游说之士的实战演习手册。书中表现的策划思想，对我们认识当时的形

势，功不可没。

让我们拿起写作的各种工具，有意识地写好自已的历史，为人类社会的进步留下点什么。写出被人接受的策划书，那种成就感会驱走写作的辛劳，同时也就写好了一段受人称道的“历史”了。

[引例审视]

1. 是不是每个人都在写自己的历史？
2. 写作的方式在改变吗？
3. 我们有必要为策划人生而写作吗？

1.1 写作及写作过程和结果

1.1.1 写作新概念

《现代汉语词典》将“写作”解释为“写文章”（有时专指文学创作）。在这条解释的影响下，许多教科书在解释“写作”时，都把它释为“写文章或进行文学创作”，或“文章之制作”。



图 1-1 法国拉斯科洞窟壁画之一

资料来源 李倍雷. 西方美术史

[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2010.

本书对写作给出了新的定义。我们对写作发展史进行了研究，发现最早的写作并不是文章之制作。比如原始先民刻在树皮、岩石上的能表明一定意思的图画、符号，把他们的社会实践活动和思想留存下来，这应该算是对研究人类发展史极有价值的“写作”。19 世纪研究者发现的法国拉斯科洞窟史前壁画（见图 1-1），第一次在人们面前呈现出原始人通过作画，写实、生动地记录了他们眼中公牛的神态……这件伟大的作品不知道是多少人用多长时间“写”出来的。

贵州省安顺地区的关岭县内一座长百米、高 30 多米的山崖，上书铁红色的古文字，非镌非刻，古朴浑成。25 个字分成 8 行，大者齐人，小者如斗，排列错落参差，人称“红崖天书”（见图 1-2）。这篇红崖碑文至今仍是谜，1995 年 4 月 11 日的《经济晚报》以消息的形式，向全中国乃至全世界宣称“千年红崖碑，悬赏求知己，谁能破译碑文可获 100 万元重



图 1-2 贵州安顺关岭红岩上的图形（王鹏 摄）

奖”。这份消息传递了信息，客观上产生了这样一种社会效果：实际上这是贵州省安顺行署做的一份旅游广告。这种尚不能确定出现在什么年代，也不能辨认代表什么意思的图画形文字，应该算是写作。

湖南长沙马王堆出土的西汉帛书，记述战国时事，定名《战国纵横家书》，与《战国策》内容相似。《战国策》是先秦历史散文成就最高、影响最大的著作之一，文辞优美，语言生动，富有雄辩与运筹的机智，描写人物绘声绘色，在我国古典文学史上亦占有重要地位。其写作长于议论和叙事，常用寓言阐述道理，著名的寓言有“画蛇添足”“亡羊补牢”“狡兔三窟”“狐假虎威”等。

我们认为，有了能表情达意的语言、文字、图形、手势等用于传播、交流、留存的符号系统，写作也就随之出现了。原始先民用结绳记事，用岩画表情达意，写作他们的历史；不能用发音传达意思的聋哑人，又不能书写文字，他们可以用手势、体态等进行思想交流、信息传达，他们之间也在进行写作活动；盲人“阅读”的打眼式（凸点式）盲文书籍，也是用奇特的方式写作出来的。

过去人们经常使用无线电报，把一个个汉字翻译成4位阿拉伯数字，再用一长一短的电脉冲信号，把电波发送出去，对方接收到这种特殊意义的电信符号，再按规律翻译过来，意思就全部明白了。这种发出一长一短电信符号的工作，不也是在执行写作任务吗？

两艘轮船在海上相见，双方的信号兵（员）白天打旗语，夜间用灯光进行交谈。这些能够记录在航海日志上的手旗的上下左右翻动和一明一暗的灯光表示的意思，也是他们在执行写作任务。

用电脑、手机进行对话写作、资料留存写作、绘图、查询等，手敲键盘，屏幕上出现了各种符号和字母，这些字符在一定的指令下组成文章，面对这种情况，恐怕没有人说这不是写作了。

从以上情况看，我们过去有关“写作”的观念远远不能反映现实的需要了。

时代在发展，社会在进步，新的科技成果要成为认识社会和改造社会的工具，我们的写作观念也要发展、进步，接纳新的科技成果，这才能符合“写作”自身发展的规律。

根据以上分析和论证，我们对写作作出如下定义：用语言、文字、图形、体态及声、光、电等有形的载体将人的思维活动的轨迹表现出来、记录下来的活动过程和结果。

有的学者不完全同意这条定义，不要紧，让写作的概念在历史的发展中被人们重新认识、重新选择，让21世纪写作的实践检验写作的真理。

这种新概念可以帮助许多人解开因为不了解写作而存在于行动上的“惧怕绳索”。

1.1.2 写作的本质

我们从写作新的定义可知，人的思维活动好比写作的机器，语言、文字、图

形等是表现、记录人的思维活动的载体,写作的机器要生产出产品就需要原材料。

1. 写作是人类生存和发展的基础

人与其他动物的区别在于人能思考,人能动脑动手制造工具,改变自己的生存环境和生活方式。原始人和现代人都是在应用各种写作方式的生存状态下,长大成人、承担社会责任,使人类生命延续,使社会发展进步。人类社会的文化传承就是一代代不断地将写作成果物质化而留下来的各个时期的物质文明和精神文明的传承。

2. 写作是为表达思想的一种行为

语言是思想的外壳。文字、图形、符号、手势等体态语言都是表达思想的载体。无论是原始的写作,还是现代的写作,写作者都在表达自己的思想,用写作这种思维外化的方式,为自己写下具有留存意义的文字或符号,用写作的方式向别人传达自己的想法,为实现某种目的,与别人沟通交流。

3. 写作是人类交流信息的一种方式

人的社会性决定了人离不开与其他人的沟通与交流。在这个过程中,写作承担了极其重要的角色。没有任何一种方式的写作,人们的交流便无法进行,无论是劳动还是日常生活,人们都需要交流,以便统一行为、相互关照。国家利用写作统一政令,军队利用写作共同进退,“步调一致才能得胜利”。

1.1.3 写作主体与客观世界的关系

写作者这一写作主体,与外部世界是什么样的关系呢?

1. 客观存在的外部世界是写作的原材料供应基地

人脑接受外部世界的刺激,才能产生各种反应,这些反应经过大脑的认知、识别、分析、组合,产生记忆,形成自己的经验和知识。这种经验和知识积累得越多,人们写作时可用的原材料就越丰富。相反,一个人与外界接触甚少,经验和知识积累不够,他写作就会很困难,以道听途说来作材料,写出来的东西活不起来。20世纪60年代《羊城晚报》副刊部主任、副总编,中国当代著名作家、杰出的散文家,广东省文学艺术界联合会主席秦牧曾说过:“有的老教授,他们的文字功夫很好,但并不能写东西,这就是知识面非常窄的缘故,对社会生活知道得少。”鲁迅想写“监狱中的生活”,始终写不出来,他感到一生中的憾事是“没有进过班房”。中国和外国许多长篇小说的作家,他们的处女作真是好极了,可接着再往下写,其他作品再也赶不上处女作那样能打动人心、征服人心。究其原因,他们的处女作是他们生活经验的真实写照,长期的积累一有机会发表就如火山积压的热情喷出来,以后再写作时,火山压力不够了,生活积累用得差不多了,自己的东西少了,陈年老酒掺进了许多水,味道就不够醇香了。

诗仙李白历游名山大川,感受大自然的气魄,才写出《蜀道难》《梦游天姥吟留别》《望庐山瀑布》这样雄阔的诗来,苏东坡如果没有来到庐山,也不可能写出《题西林壁》这样富含哲理的诗句。我们在学习古今中外作家的作品之前,总是要

先了解作家的生平,分析他们生活的时代、他们的经历和遭遇,这充分说明,一件写作成品的产生,离不开作者生活的时代环境。

2. 人的思维机器要对原材料进行加工

生活在同一时代、同一环境中的人,生活条件几乎完全一样的孪生兄弟或姐妹,如果让他们对同一种社会现象进行写作,其作品肯定不一样。王蒙曾提议,找几位有影响的作家,在同一时间写同一题名的小说,在同一刊物上发表,让读者去体味他们的不同风格,后来陆文夫、邓友梅等几人分别发表了题为《临街的窗》的小说,读者能明显地读出不同写作者的“思维机器”加工出来的产品是很不相同的。朱自清和俞平伯这两位北京大学的教授相邀游南京夫子庙前的秦淮河,约定各自写出一篇《桨声灯影里的秦淮河》,文字发表以后,虽然都被选为大学中文系的学习范文,但两人的风格差异是显而易见的。面对同样的原材料,加工的成品差距是哪儿来的呢?“览物之情,得无异乎”,这当然是因作者的大脑这部机器不同而造成的。

总结古人、今人,中国人、外国人的作品的不同,有人得出了“文如其人”的结论。

写作者靠感觉器官接收外界的信息,包括前人的经验这种间接知识和他自己过去的知识积累,对这些信息进行选择、取舍、排列、组合,在内部世界——大脑中进行加工。在这个过程中,作者的经验、身体状况、当时的心境,周围人士的影响,都会起作用。如果两名记者同去采访家庭离异的新闻,他们自身的经历一定会深深地反映在采集事实、分析事实、判断事实、取舍事实和表现事实的整个过程中,可能会出现“事无两样人心别”(杜甫诗句)的情况,此记者会感动得流泪,而彼记者却恼怒得心惊。

3. 形式和载体使写作成果让世人认识

如果作者仅用“内部语言”将思维的进程一项项地往前发展,没有用任何形式和载体把这种过程或成果发表出来,他周围的人始终不了解他的“心”,他的写作成果也不可能跨越时空,传之久远。

比如解答数学题时,一步一步地将过程写出来,别人能看到计算者是否算对,如果错了,也能从写出来的步骤中看到错在何处。假设他用心算,直接写出结果,中间的过程看不到,我们也许会对结果的来源产生怀疑。

写作的过程和结果需要用思维的载体表现出来。

各种文体就是写作内容的外在表现形式。小说用叙述故事情节来塑造人物,诗歌用抒情来表达志向和情绪,游记写下踪、景点和观感,电视广告分镜头剧本就与电视剧本不同。采用什么形式和载体,是由写作要传达的内容不同而决定的。内容需要什么形式,就会在写作中产生出什么形式来。诗经、楚辞、汉乐府、唐诗、宋词、元曲、明小说这些形式和当时社会文化的需要是一致的。

策划内容确定后,要怎样安排这些内容?是用文字叙述,还是使用图形?是用PPT,还是电子邮件?离开了这些载体,策划的内容只会留在撰写者头脑中。

写作的形式和文案、文章的载体也不是被动决定的，它们在表现写作主题中也是重要角色，同一内容以不同形式表示出来，接收者的感受是不一样的。受众从不同媒体那里获得的信息，对其自身的说服力是不同的，因此各种形式和载体才能各占其位，各得其所。

策划案例 1-1

唐诗《清明》演绎出各种变体

晚唐诗人杜牧写了一首《清明》诗，惹出了不少“麻烦”，因为读诗的人的不同理解，这首诗产生了各种变体。这些变化了的文体各有各的作用，使这首原本是宣传酒家的广告诗，比杜牧的其他优秀诗文更有名气。

清 明

清明时节雨纷纷，路上行人欲断魂。

借问酒家何处有，牧童遥指杏花村。

周汝昌先生在《唐诗鉴赏辞典》里对此诗作了详尽的赏析、评价：这一天正是清明节，路上行人正巧遇上了纷纷细雨。行人孤身上路，触景伤怀，春衫尽湿，平添一份愁绪。往哪儿去找个小酒店歇脚、避雨、小饮，解除料峭春寒，暖暖被雨淋湿的身体，散散心头的愁绪？于是，他向人问路。行人问了牧童，牧童用手一指，那飘着“酒望子”的小店就在前面。诗写到这儿戛然而止。至于行人怎样进店，怎样欣慰地避雨、消愁、饮酒都不写了，让读者自己去填补急欲进酒店之人留下下来的快乐空间。

我们无须专门分析这首诗更深的内涵，也用不着考证作者写此诗时复杂的时代背景，只是就这首著名的诗为何会被许多人演化成各种文体的广告作品作稍许分析，看看广告文案撰写者掌握写作的十八般兵器的重要性。

之所以说杜牧的《清明》是广告诗，是因为它的落脚点是介绍杏花村酒家。寥寥 28 个字里蕴含着广告文体的写作特色：

第一，这首诗不用难字，不用典故，语言十分通俗，符合广告让多数受众能读懂的原则。

第二，这首诗音节十分和谐，景象非常清新生动，境界优美，兴味浓郁，读起来朗朗上口，广告主题突出。

第三，诗的篇法自然，体现了“起、承、转、合”的表现顺序。第一句交代情景、环境、气氛，是“起”；第二句写出人物，显示人物的凄迷纷乱的心境，是“承”；第三句提出摆脱这种心情的办法，直接转出第四句，这是“转”；第四句是整篇精彩所在，出现广告信息的主体——指出杏花村酒家在哪里，这是“合”。这是我国传统的“卒章显志”的文章写作技巧，由低到高，逐步上升，高潮顶点放在最后。

现在，我们可以把《清明》诗变成散文式的广告：

清明时节，雨纷纷。路上，行人欲断魂。借问酒家何处？有，牧童遥指杏

花村。

再把《清明》诗变成一首新颖别致的小令：

清明时节雨。纷纷路上行人，欲断魂。借问酒家何处？有牧童，遥指杏花村。

我们还可以将《清明》诗改成戏剧小节目：

时间：清明时节。

景别：雨纷纷。

地点：路上。

幕启：行人，（欲断魂）借问，酒家何处有？

牧童，（遥指）杏花村。

我们再将这首《清明》诗，改写成电视广告的分镜头剧本：

序号	镜头技巧	时间	画面	语言	音乐、音响
1	全	2"	城外泥泞车马路，春寒料峭，春雨纷纷	清明时节雨纷纷	木鸡公车的声音
2	全—中	2"	路上行人稀疏，年轻书生，心情郁闷，急促走来	路上行人欲断魂	脚踩烂泥声
3	中—近 近—特	2"	书生摸摸腰间酒葫芦，四处寻找	借问酒家	
4	近—中 中—全	3"	牧童骑牛走进画面，书生急步向前。牧童在牛背上向侧前方指去	何处有，牧童遥指	
5	全—特	2"	一面绣有“杏花村”三字的酒旗，伸出绿丛，格外醒目	杏花村	
6	标版	4"	字幕：杏花村酒店有好酒等您去品尝		斟酒的声音

一首诗便可演绎出如此多的文章体裁，这说明，在写作中，由于写作者的不同角度、不同基础、不同习惯以及对写作的不同体会，可以写出各种各样的作品来。

从中也可看出，同样的素材可以写出不同的作品，真可谓“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”。

1.2 写作的准备

1.2.1 写作前的精神准备

如果有几位朋友某次看完一场电影，走出影院，边走边说，尽情地把观后感说