



谭启泰 著

谭启泰

# 谋事在人



海峡出版发行集团  
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

鹭江出版社  
LUJIANG PUBLISHING HOUSE



谋事在人

谭启泰 著



海峡出版发行集团

THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

鹭江出版社

LUJIANG PUBLISHING HOUSE

2015年·厦门

## 图书在版编目 (CIP) 数据

谋事在人 / 谭启泰著. — 厦门: 鹭江出版社, 2015.7

(智库是怎样炼成的: 王志纲工作室战略文集)

ISBN 978-7-5459-0897-8

I. ①谋… II. ①谭… III. ①企业管理—中国—文集  
IV. ① F279.23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 047933 号

MOUSHIZAIREN

谋事在人

谭启泰 著

---

出版发行: 海峡出版发行集团

鹭江出版社

地址: 厦门市湖明路 22 号

邮政编码: 361004

印刷: 北京上元柏昌印刷有限公司

地址: 北京市海淀区温泉镇东埠头村北

邮政编码: 100095

开本: 880mm × 1230mm 1/32

插页: 4

印张: 12.25

字数: 260 千字

版次: 2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5459-0897-8

定价: 78.00 元

---

如有发现印装质量问题请寄承印厂调换

## 原版作者序言 | “王大侠”与我

此文为原版《谋事在人》一书的后记，再版时为纪念作者谭启泰先生特作为序言放在前面。而谭先生的夫人游日英女士听说《谋事在人》再版特撰写的纪念文章，则作为本书后记。

这本书的写作冲动，早在一两年前就有了。只是本书的主人翁近年来“天马行空”，忽往忽来，“神龙见首不见尾”，难得有一个完整的时间与之坐下来好好长谈几次。

记得1986年，我从上海调到广州才一年多，当时正担任《南风窗》杂志的编辑部主任。忽然有一天从报上看到《广州经受三次冲击更有生气》的煌煌大稿以及内参上《广州的第三次交通高峰》等文，其居高临下的观察力和气势不凡的文笔，令我们这些自命为“新潮”刊物的记者、编辑们也为之动容。王志刚（当时还未改为“纲”）这个“新闻独行侠”就这样贸然闯入了南国的新闻空间。

然而当时我们对“三次冲击”的提法并不以为然，为此还在“每

月讨论一个敏感话题”的“平民研讨会”上组织了一次带有争鸣性质的讨论会，将纪要公开发表在杂志上。

谁知此后不久，就听说王志纲（已改为此名）调来新华社广东分社加强报道。果然，《放眼向洋看世界》一类大稿重拳出击；“王志纲”的名字很快覆盖了广东一些主要的报纸阵地。我立即交代有关的责任编辑，一定要千方百计地把王志纲挖过来当我们的“特约撰稿人”。

1988年年初，编辑小钟兴奋地向我报告：抓到了王志纲的一条“大鱼”——报告文学《百万移民下珠江》，全文近一万字，问题是《广州日报》也在争夺此稿，但其版面有限，只能删减成五六千字。

我意识到这是一个“套”住大手笔的机会，阅读文稿后更感到此文既有丰富的材料、独特的观察，又有深入的解剖、理论的分析，确是一篇不可多得的好稿。当即决定拆下马上要付印的版面，急忙换上《百万移民下珠江》。此后不久，国内最具权威的《新华文摘》全文转载了此稿，这证明我们的判断还是对头的。

这年年底，听闻王志纲因写《中国走势采访录》而遭广东一些人之非议，我主动约他长谈了一次以了解真相。那是我们第一次见面。王志纲当时还住在分社办公楼的一间小房内，狭小的空间塞满了书架，夫人与一对“骥驥”儿均未迁来，颇有一些孤独冷清的意味。

然而，随着王志纲的滔滔雄辩，时代风云思想、闪电改革波涛扑面而来，一个在中国社会纵横大坐标上下求索的勇敢者形象，拨

开迷雾渐渐呈现了出来。

我是读新闻学出身的，我知道在中国新闻学的核心实质是政治学，毛泽东也主张“政治家办报”，但解放以来真正敢于纵论天下风云、探索社会坐标而且挺身而出向中央进言的记者，又有多少个呢？！王志纲是学政治经济学的，他自称是一个“方法论迷”。也许，正是他从《资本论》中学到的马克思主义方法论，以无情的真理之剑，突破了“明哲保身”的传统束缚，从而出乎意料地影响了历史进程。

那一次长谈的成果是我写的《探索中国坐标之谜》一文。此文在《南风窗》发表后，除了祖国大陆及港澳地区，美国、西欧、东南亚等地的报刊也争先恐后地予以连载或转载，形成了一阵不小的轰动。

此后，王志纲十分自然地成了本刊的“九段”作者之一，他的《市委书记与“倒爷案”》《邻粤诸省议广东》《中国“食林外史”》（长篇连载）等有分量的专稿，均是选择《南风窗》为首发之地的。再后来，他的一些锋芒毕露的社会问题对话，诸如《市场大潮推出千年变局》《“民工潮”思辨录》，也刊登在我们的杂志上。

在这个长期交往的过程中，我与王志纲不知不觉成为了相知相熟的挚友、诤友。每年的杂志作者会上，他往往获得我们“年度最佳作者”的彰扬；而一有了什么新闻线索或信息，他也往往在第一时间与我联系。这种关系在不久我们相邻而居之后更为强化，有时一个电话说好，我就气喘吁吁地爬上分社宿舍的8楼，与王志纲一

起讨论、推敲某篇稿件，或者带上录音机，现场录下他与某位“九段”侃手的即席对话。

王志纲对我写的《探索中国坐标之谜》一文念念不忘，在他出版第一本书——《中国走势采访录》时，特地将此文收入书中并列于篇首作为“代序”。他在海外出版《中国走势》一书时，又请我写了一篇序言。他的第三本书《南中国纪实》，仍是由我写序的。

也许是由于我们相交深厚，王志纲人生道路上“军转民”的角色转换、从一个名记者到独立策划人的转换，其中不少内幕、不少故事、不少曲折，本人也略有所知。有一些当时的“曼哈顿工程”，本人还以局外人的身份与闻其中。目睹王志纲运用他犀利的方法论武器，把握宏观，操作微观，颇有“羽扇纶巾，谈笑间，檣櫓灰飞烟灭”之气概；而珠江三角洲土生土长的不少老板，多叹服其对大势的透彻了解和独特的运筹策划思路，心甘情愿甚至三顾茅庐请“王老师”出山。

碧桂园神话，就是最典型的一例。

说老实话，在王志纲还未“出山”的前几个月，碧桂园当时的老板——发展银行的一家公司的老总，曾请我和其他几位广东新闻界的“大腕”前去“把脉开方”，当时的市道已十分低迷，我们走了一圈，也拿不出什么妙计良策。

此后又过了半年，忽然听说王志纲被碧桂园请去当策划顾问了，我的第一反应是：未必真能“起死回生”？！不料过了几天，《羊城晚报》上“可怕的顺德人”闹将了起来，居然轰轰烈烈，全城街谈

巷议，心里也不由得叹赞一声：王志纲，好嘢！

更令人叫绝的是，王志纲不仅客串“军转民”的角色，而且玩起了“跨媒体作业”。1992年，《大潮涌珠江》一炮而红；1993年，《北方的躁动》；1994年，《跨世纪的冲刺》；1995年，《南方的河》。不“玩”则已，一“玩”惊人，几乎每一部片子都拿下国内的某个大奖，以至于人们说他凭这几部“客串”之作，即可申报电视方面的高级职称了。

那一次，一帮记者从珠江三角洲采访归来，同坐在一部面包车上，王志纲说他要拍一组介绍广东“大款”、老板的专题片，即席向大家征求片名。记者们你一句我一语，什么“商战风云”“潮头豪杰”“大款春秋”，妙语连珠，但无一合意。

最后，某报的记者爆出一句俗语“老板，你好嘢”，却获得志纲的首肯。仅仅两个月后，我们被请到广东电视中心，14集由三个黄金板块组成的《老板，你好嘢》正式推出。记者们最为欣赏的是王志纲点评的环节，认为相当“耐看”。不久，王志纲告诉我，此片当年创下收视2.5亿人次的纪录，这在香港电视节目咄咄逼人的广东，可以说是十分难得的。

也就在这次《老板，你好嘢》的发布会上，王志纲正式向媒体宣布他已脱离新华社，新的角色是“建立在独立人格之上的策划人、制片人”。当时不少人对他迈出这一步半信半疑：没有了新华社的金字招牌，还能有这么大的能量吗？

其实，无论是电视台也好、宣传部也好、三角洲大大小小的老



板也好，看中的往往不是王志纲这个名字前面的头衔，而更多的是相信他个人的策划思路与组织能力。多年以来，“王志纲”这三个字已在策划界树立了特殊的“江湖地位”，成为一笔不可小视的无形资产。一旦运用、开发起来，更加左右逢源。

于是，有了“广信房产大包装”，有了“阿文的时代”，有了“中国将帅”，有了一系列大项目和大课题。

去年夏天，香港地区的一位朋友来广州，提起祖国大陆上正走红的一些策划书籍，颇为遗憾地说：“为什么没有人把南方特别是广东的大策划介绍一下呢？王志纲就是一位策划高手嘛！”

其实，在此之前，我曾问过王志纲：“你将来最后的归宿是什么？”他十分肯定地回答：“将来，我会回到大学去教书，教社会学、新闻学、策划学……”

当时，我就建议他把自己亲历的一系列商战策划个案逐步整理出来，加以分析、评点，写成一本书《王志纲商战策划 100 例》之类的书，有图表、有文案、有调查、有资料。我说：“这是未来在大学讲课极好的一本教材，也可以填补目前策划书籍极为匮乏的空白。”

王志纲对此颇有兴趣，他认为这是一个好点子。然而，他又表示遗憾：没有时间，而且过去的资料也未认真收集。没有想到，半年过去，这一任务却不可推托地落在了我的肩上。最初的设计是以“商战策划个案”为主，收集、整理材料时才发现可用的书面资料很少，商战又往往涉及一些企业商家的商业秘密，“解密”又要有一个过程，而且要看当事人的开明度如何而定。这样，把一本“策划秘

籍”奉献给读者的初衷，只得改变了。本书中有关“商战策划”的部分，因而只写进了6个比较典型的个案，不免有疏漏之嫌，请读者诸君予以谅解。

另构框架，不意却打开了一个新的思路。策划——谋事在人，策划——个人策划——新闻策划——战略策划——区域策划——商战策划——影视策划，一条策划红线把王志纲的传奇、王志纲的业绩、王志纲的作品、王志纲的为人，生动而有力地串联起来了。王志纲作为一个学生、一个记者、一个策划人，之所以比其他人高出一筹，之所以能在同一类人群、职业中脱颖而出，很大程度在于他的自我策划意识——他策划了自己的人生、策划了个人的职业、策划了一场又一场高潮戏，也策划了新闻、策划了走势、策划了一个又一个社会的细胞区域和企业。策划把他召唤到人生的战场，又把他送上胜利的彼岸。在策划之海中，他从必然到自由，渴望挑战又面对挑战。策划之于他，已成为天性之中熊熊燃烧的火焰。

本书力图表达的就是这样一个特别的意念，这样一部策划的传奇。在这里，策划已不仅仅是一种技巧、一种实务、一种才能，而是已经上升为人生观、世界观的一个元素，上升为一种科学的方法论。

希望读者朋友们能从本书中获得某种观念的启蒙，从而释放你生命中的潜能。

本书在采访过程中，得到王志纲的全力支持，他曾与笔者多次长谈，解答我在研究过程中发现的一个又一个问题。王志纲的父亲

王荣江同志，特地把他写的一本自传手稿寄给笔者，对我了解王志纲的少年时代颇有裨益；王志纲的夫人林兰向我提供了她珍藏的剪报、手稿、笔记、日记乃至一部分书信，对本书的写作有重要的帮助；林田先生对本书一些章节提出了十分宝贵的意见，并写出了书面建议；游日英女士和罗勇先生为本书收集了一些重要的背景资料……在此一并向他们表示深切的谢意。

谭启泰

1996年2月8日

# 目 录

原版作者序言 “王大侠” 与我 //001

## 第一章 碧桂园神话——一个轰动南国的战例

房地产不等于钢筋加水泥 //003

“可怕的顺德人” 奇袭 //007

新闻推广的技巧 //012

“超级社区” 启动 //021

“白领精英” 下乡 //026

“碧桂园生活方式” 之谜 //030

名牌的背后是文化 //034

## 第二章 策划家时代——知识力量的竞争

春秋战国纵横家 //043

世界著名“脑库” //047

“第四产业”卷起大潮 //055

### 第三章 **挑战者传奇——改变命运的个人策划**

策划，从人生设计开始 //061

“一门四匠”与“五子登科” //066

《资本论》的信徒 //075

锥处囊中，脱颖而出 //080

宁为鸡头，不为牛后 //088

“大文章”一炮打响 //096

南下“新闻的海洋” //108

“放眼向洋看世界” //119

附录：《广州人经受了三次冲击波》 //126

附录：《放眼向洋看世界》 //138

附录：《中国食林外史》 //148

### 第四章 **中南海震荡——寻找坐标的新闻策划**

在混沌中确定坐标 //153

敢于纵论天下风云 //155

中南海紧急召见 //163

广东与浦东的对话 //168

捕捉热点“满天飞” //174

附录:《中国走势采访录》//184

附录:《中国走势再访录》//200

附录:《一个夏天的访问》//201

## 第五章 **“珠三角”之战——把握走势的区域策划**

南方“共同体”之谜 //205

把握海面上的“冰山” //208

三角洲“虎穴追踪” //214

“九段”侃出“原子弹” //221

附录:《百万移民下珠江》//229

附录:《华东归来话广东》//230

## 第六章 **商场如战场——各出奇谋的商战策划**

“健力宝”百万大酬宾 //244

白云山“超级秘密” //251

附录:《新闻传播与战略策划》//258

附录:《珠海:跨世纪的冲刺》//267

## 第七章 **摄像机旋风——跨越媒体的影视策划**

“野牛”闯进电视圈 //272

北方高地的诱惑 //281

老板，你好嘢 //286

漂在“最后的江流” //293

附录：王志纲谈《南方的河》摄制前后 //300

## 第八章 文化的沉淀——策划人的铸造

三位一体独立人 //303

如何“逃离射程” //306

“闯荡江湖”之后 //309

从设计师到皮尔·卡丹 //314

## 附 录

探寻中国坐标之谜 //321


新闻记者的“职业病” //331

我与《谋事在人》 //337

海阔凭鱼跃，天高任鸟飞 //343

一本书改变命运 //356

后 记 风，吹灭了蜡烛，吹旺了篝火 //359



第一章

**碧桂园神话——一个轰动南国的战例**





碧桂园，一个田园风光的别称，一个毫不起眼的地名，一个“桑基鱼塘”的代名词。

然而，就是这个“碧桂园”，在1994—1995年间，却像一座原子反应堆，裂变出一系列引人注目的新闻，形成了奇峰迭起的连锁反应，成为人们争相议论的话题，使广东为之轰动，影响波及全国。

碧桂园——“可怕的顺德人”；

碧桂园——“让父母高枕无忧，让后代再创成功”；

碧桂园——“中国最大的家居系统工程”；

碧桂园——“给你一个‘五星级的家’”；

碧桂园——“一种全新的生活方式”。

如同阿里巴巴的神奇山洞，在这一片广东农村的水土之上，竟然层出不穷地缔造出了一个一日千里的现代奇迹。

这是广东的神话，也是策划家的神话。