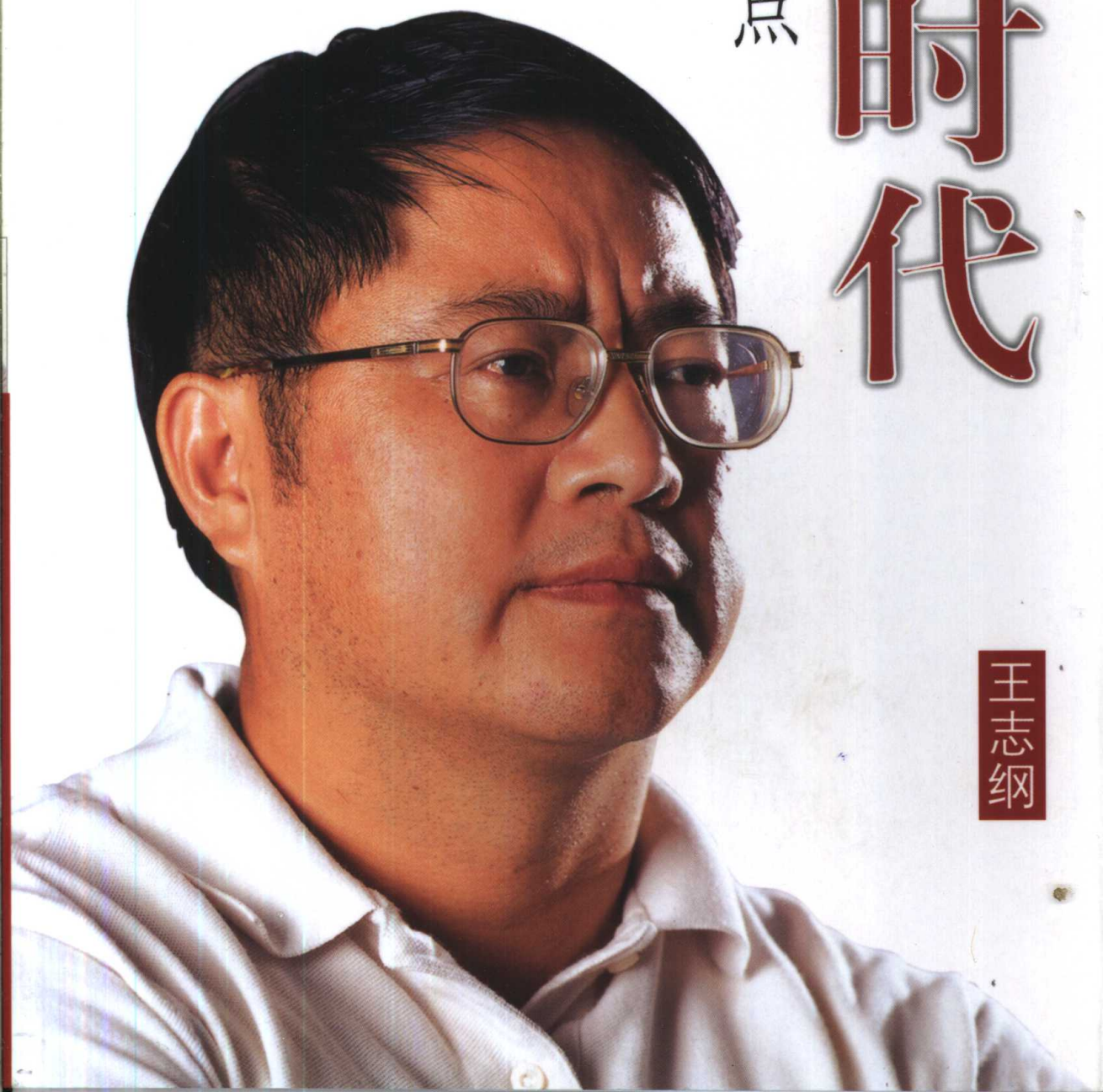


财智时代

王志纲的观点

王志纲

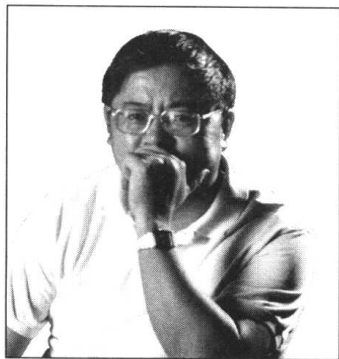


财智文库①

财智时代

王志纲的观点

王志纲



广东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

财智时代/王志纲. —广州: 广东人民出版社,
2001.11

(《财智文库》丛书)

ISBN 7-218-03832-8

I. 财... II. 王... III. 咨询服务—研究—中国
IV. C932.82

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第075736号

出版发行	广东人民出版社
经 销	广东新华发行集团股份有限公司
印 刷	广州培基印刷镭射分色有限公司
开 本	889毫米×1194毫米 1/32
印 张	13
字 数	243千
版 次	2001年11月第1版 2001年11月第1次印刷
印 数	10000册
书 号	ISBN 7-218-03832-8/C·100
定 价	25.80元

如发现印装质量问题、影响阅读, 请与承印公司联系调换。

序

我从来认为自己是一个不愿意管人，也不愿意被别人管的人；我从来不曾想过自己有朝一日既能过上体面的生活，又丝毫无损于知识的尊严；我从来相信一支笔可以抵得上千军万马，文化的力量将始终超越于物质之上……但市场改变了这一切。

一切都是从8年前下海的那一刻开始的。8年“抗战”，我从当年的“独行侠”渐渐地带出了一个团队，一个靠知识生存和寻找自我的团队；从一个信奉“穷则独善其身，达则兼济天下”的知识分子变成了一个在市场经济的惊涛骇浪里不断冲浪的人；从一个自命“铁肩担道义，妙手著文章”，喜好纵论风云的新华社记者变成了一个发现问题更敏锐、分析问题更深刻、解决问题更有效的边缘人；从一个名副其实的体制内的“圈养动物”变成了一个货真价实的“野生动物”。一句话，脱胎换骨。这本书，就是这8年来脱胎换骨的精神结晶。

知识分子下海，靠脑袋吃饭是历史的必然。中国的顾问咨询业萌芽于混沌、无序的市场经济之中，鱼龙混杂，泥沙俱下，在一条没有航标的河流上，在沧海桑田般巨变的社会转型期，每天都有很多全新的问题等待解决。我和我的团队就像一支冰山抢险队，更像一群远洋的水手，在烟波浩淼的大海上，在潮起潮落的风口浪尖上，当很多人以为我们被风

浪吞没了，消失了，可没多久这条船又从波谷冲到波峰，又回到了人们的视野，一次次的消失，一次次的出现，而每一次的出现又到达了一个新的高度。

此刻，当我重新检阅这些文字的时候，不禁一次次地感受到，正是在实践中不断打磨出来的理论，是古老的东方智慧，是科学的方法论和哲学观，使我们挺立潮头而不至于迷失方向，并且生命力越来越强。当我们用这些理论武器去帮助企业成长，去整合各种产业资源的时候，这种长期磨练出来的独特视野和思维方式，使我们在从必然王国通往自由王国的大路上，终于蹚出了一条属于自己的足迹，形成了一套自认为同西方的顾问咨询公司相比也不会感到惭愧的理论体系、方法论和哲学观。

8年一瞬，高速运转的每一个日日夜夜，空中飞人式的行旅生活，全神贯注的思考和探索，台前幕后的刀光剑影，正是这种极其紧张而刺激的生活方式，才孕育出了今天这20多万字的结晶。当我静下心来回望走过的路程的时候，不禁浮想联翩，连自己都觉得有些震撼和惊讶了。我扪心自问：究竟是什么力量使我和我的团队一路爬高山、涉险滩走到了今天？

我想，也许正是一贯坚守的“只问耕耘、不问收获”的精神，也许正是对于团队“既是公司，也不是公司”的独特定位，才使我们一不小心蹚出了一条有中国特色的顾问咨询业的新路，发现了一种更符合中国国情、更经得起实践考验的东方策划业与东方哲学相结合的奥妙与神韵。可喜的是，这种奥妙和神韵已被许多企业家所接受，在他们获得了巨大的物质财富的同时，我们也得到了社会和市场的认可。我们发现，我们所追求的“创建有中国特色的商业思想库”的梦

想不是空中楼阁，也不会遥不可及，而是正在一天天变成现实。站在中国的舞台上，我们可以充满自信地同西方著名的顾问咨询公司进行平等的对话和交流。

天道酬勤，8年的路没有白走，市场的回报和思想的日趋成熟使我们感到深深的幸福。我们感谢大地的恩情，感谢风云激荡的时代给我们提供了实践的机会，感谢不断“洗牌”的复杂纷呈的世界使我们每天都面临着新的挑战，感谢经济理论、马克思主义哲学观和古老的东方文化，感谢所有过去的经历使我能够厚积薄发，泰然地应对这一切。

通过这本书，我相信你读到的不只是一个知识分子的人生体验，更是一个知识分子团队，一个致力于探索创建有中国特色的商业思想库的团队的身影。他们渴望在没有路的地方走出路来，并且把这个过程中的所感、所思、所沉淀的精神财富奉献给每一个不懈追求的人。

如果你是个企业家，我相信当你看完这本书的时候，在自己的事业中会少走弯路，因为这里沉淀了数百个成功案例的精华；如果你是个准备在市场经济的海洋中搏击或正在冲浪的知识分子，你会从中找到新的航标和方向，从而找到自身和市场更有效的对接点；如果你是个理论研究者，你也可以看到在学和术的中间，还有一个承上启下、奥妙无穷的道；如果你希望自己的人生更加丰富，你也将会从中看到一种差异化生存的美，一种超越于仕途和经商之外的第三种生存，人生尽管有限，但你完全可以去寻找一种永恒的活法。

当然，如果你还是一个读过《谋事在人》或者《王志纲工作室策划文库》的人，那么你将会发现，这本书是在一个更高的层面和更广阔的厚度上，展现了一幅更为丰富多彩、更为耐人寻味的画卷，你将会或多或少地看到一些对中国的

社会、经济、文化、历史和我们这个时代的独特的看法，感受到一个长期浸润在市场经济最前沿而又不失其本色的知识分子的真正的灵魂。

王志纲

2001年8月31日南国玫瑰园

为什么叫财智时代？财智时代是相对于西方知识经济时代的中国式解读。

当西方已经完成工业化过程、正昂首走向知识经济时代的时候，古老的中国则像一条正在穿越时空隧道的巨龙，尽管龙头已经开始和世界对接，伸向信息时代、知识经济时代，可龙身还在完成工业化的过程中，而龙尾则尚处在落后的农业时代。巨龙翻身，三种文明同时升腾、激荡。怎么充分认识这种国情，如何从战略上把握大势，把握社会、经济的内在规律和文化底蕴，是策划业能否扎根中国、开花结果的前提。

古典经济学之父亚当·斯密曾有句名言：“土地是财富之母，劳动是财富之父。”今天，我们可以说：“财富是生产力之母，智慧是生产力之父。”西方所谓知识经济时代，而在农业文明、工业文明和后工业文明并存的中国，恐怕财智时代才是其更为形象贴切的表达方式。它既非纯粹的知识经济社会，也不同于往昔财为主、智为仆的所谓财富时代，而是一个财智平等、以财求智、以智生财、财智相融的特别时期——财智时代。

作为中国顾问咨询业的拓荒者，作者在书中沉淀了上百个企业成败的案例精华，它将告诉你怎样避开商海暗礁和险滩。这是作者继六年前风靡一时的传记体著作《谋事在人》之后，推出的概括自己创业八年感受的又一力作。

这是一部中国版的人生规划指南，它将告诉你如何认识社会的奥秘，怎样把握成功的玄机……



王志纲

王志纲，1955年出生于贵州。1982年毕业于兰州大学经济系，从事经济理论研究工作。1985年至1994年，王志纲先生作为新华社记者，主要担负国家宏观重大经济题材的调研和报道工作。其间先后出版了《中国走势采访录》等专著。

1992年，介入电视领域，主持摄制了《大潮涌珠江》，《北方的躁动》等大型纪实片，对我国电视片纪实风格的新潮流产生了重大影响。

1994年离开新华社，正式成为独立策划人。在深度介入房地产策划的同时，为中国房地产的科学开发摸索出了一套全新的理论。其实践和理论被誉为中国策划界的典范。

1995年，创办王志纲工作室，使策划事业进一步向纵深发展。1996年，《谋事在人——王志纲策划实录》推出后，在社会上引起巨大反响，畅销至今。1998年推出了《王志纲工作室策划文库》——《谋事在人》、《成事在天》、《策划旋风》和《行成于思》。这些书中既有微观案例剖析，又有宏观走势把握，还展现了智慧思维的根源，逐步向建立中国特色策划理论的目标迈进。

王志纲作为中国著名的策划家、企业学者，2000年应邀出任中国最大民营商会——广东私企商会首席顾问。

目 录

第一篇 走进财智时代

财智时代宣言3

我深信，英雄往往出于市场经济的草泽之中。一个真正的文明终于到来了。这种文明的特点，我把它概括为：财智时代。

站在时代的壶口瀑布上

我深深感到自己的确遭遇到了一个非常伟大的时代，正所谓数千年未遇之变局，就像万里黄河一样，经过历史的九曲十八弯，到了秦晋高原的时候，突然遇见了壶口奇观，于是奔腾直下三千尺，挟泥裹沙，气势磅礴。

我们还是策划人

曾经不止一次有人关心我说，别再提策划了，你从事的其实是战略和策略层面的事情，不是一般人所理解的策划，该给自己换个称谓了。……当今天很多人急不可待地跟策划划清界限时，我反而要说，我还是策划人。

我们的探索与价值

很久以来，我把工作室定位为创立具有中国特色的商业思想库，并且一直强调“我们既是公司，也不是公司”。

财智时代——知识经济的市场化解读方式17

1999年8月29日，王志纲在深圳五洲宾馆中国知识经济论坛上。第一次公开提出其关于“财智时代”的观点。

知识经济的标准和两翼

以IT行业和网络经济为代表的知识经济时代，都必须有两翼。一翼是科学技术开发，一翼是市场化。只有两翼平衡，知识经济这只大鸟才会飞得更高、更远。但我们现在所缺的就是市场化这一翼。

中国人向来不缺智慧

大家回头看看，一部三国演义，三国之争，虽是曹、孙、刘三人唱主角，但最后突出的却是智慧的化身——诸葛亮。

中西智业的关系

破译中国国情密码，主要还有赖中国智业。中学为体，西学为用，中西合璧，有效嫁接，则中国智业前途无量。

我们的策划方法

随着市场经济的不断深化和完善，对策划的要求也越来越高。早期靠一招一式可能推出一种产品，救活一个企业。现在除了要求策划更加科学和系统，由于对策划的前瞻性和创新性有了更高的要求，更大大增加了策划的难度和挑战性。

知识创造财富

在今天的社会转型期，人们开始意识到思路决定出路，科学思维方式的重要性和重大价值。

思路决定出路

思维方式的转换，使同一件事的视野扩大了，方法更新了，结果也完全不同了，经济和社会效益也大大提高了。

观念也是生产力

我劝他扔掉硬件，经营软件，扔掉有形，经营无形，果然现在形象树立起来以后，一改以前靠拉单生存的方式，客户主动找上门来了，其中包括许多国际大公司。

智慧与网络嫁接

我们的新理念叫做“引领市场潮流，享受冲浪乐趣”。就是说你看准市场潮流以后，顺潮流而上，就可以像夏威夷海岸那些快乐的年轻人一样，踩着冲浪板，被浪潮推着向前走。

迎接财智时代的挑战38

西方已经进入知识经济时代，古老的中国则像一条正在穿越时空隧道的巨龙，龙头已进入知识经济时代，龙身处于工业经济时代，龙尾还在农业经济时代。

我们正进入财智时代

古典经济学之父亚当·斯密曾有句名言：“土地是财富之母，劳动是财富之父。”今天，我们可以说：“财富是生产力之母，智慧是生产力之父。”

财智时代催生了中国策划业

策划的最大价值，不是克隆已有的东西，而是采用超常规的战略思维，避免同质化竞争，找到一条通向目标的最佳路径。在没有路的地方开辟出路来，是策划人的职责。

中国策划业的变化

策划人作为个体户，各称大王、独战江湖的时代已经过去。策划机构必须按照市场的需求优势互补，强强合作。时代需要交响乐，而不是独奏。

知识的五个层次

信息——经验——智慧——思想——理论

挑战与机遇

狼来了……老板成了策划人……“克隆”的终结……时代跳起“迪斯科”……企业需要“交响曲”……知本造就“知本家”……政府呼唤策划人……新产业更需策划……策划市场全球化

我们的三大法宝

根据我们的实践，总结出工作室在策划界立足的三大法宝——预见力、创新力、整合力。创新是策划之灵魂。预见是策划之源泉。整合是策划之血脉。

我看网络经济50

2000年5月27日，王志纲在福州海峡首届网络项目招商会上，与姜昆、王峻涛、宋俊德等网络精英进行了同台演讲，王志纲作为惟一一位被邀请的业外人士，以其独特的视角，发表

了对网络经济的看法。

知识改变命运

人生知识财富的积累是一个不断叠加的过程，每一次转型不是对前一次的废弃，而是以它为基础再上一个台阶。特别是知识经济时代，网络信息时代，最急需的是复合型人才。

网络经济初探

新经济并不是把旧经济和传统经济彻底革命了，必须建立在传统经济的基础上，它才有旺盛的生命力，才有存在价值。

我们的探索

建网十六字法：上下结合，长短相依，雅俗共赏，内外互动。

走进财智时代——我们的探索与实践61

1999年11月18日，国内外智业机构云集上海“中国第二届策划峰会”，王志纲为大会作了基调发言。

策划面临一个转折点

我希望这次峰会能够成为中国的策划业也就是有中国特色的顾问咨询行业，从稚嫩走向成熟的里程碑。

财智时代的提出

今天的中国，既不是简单的财富时代，也不是简单的知识经济时代，它应该是财智时代。

我们的实践与思考

广州奥林匹克花园的成功就在于体育健康产业和房地产进行了有效嫁接。为了这个课题，1998年王志纲工作室和金业集团一起策划、研讨、摸索、准备了半年。我们认为根据社会发展趋势这将是一个能够体现21世纪在中国领先的一种生活方式，是一种全新的房地产开发模式。

客户究竟从我们这里得到了什么

第一，我们解决的是中国的企业从哪里来，今天处于什么状态，明天将向哪里去的问题。第二，我们解决的是帮助企业判断一个项目能不能做，做什么，怎么做。

社会为什么对策划服务需求如此之大

转型期出现的真空，传统的理论武器库中找不到现成的解决大量新问题的武器，这就为策划人提供了广阔的空间。

大泽龙蛇——我看中国企业家81

我所理解的大泽龙蛇，是在既如浩瀚深海又犹如泥潭和酱缸般的大泽里挣扎奋进的一代企业强人。等待他们的命运是成龙上天，或成蛇钻草。

中国企业家画像

他们的两只眼睛是铜钱做的，他们的鼻子像警犬一样灵敏，他们的耳朵比老鼠还灵，他们的胃口像饥肠辘辘的恐龙……

企业家生存法则

我们可以把这些草莽英雄们的生存智慧博弈实践理出一条清晰的轨迹：在中国做企业家，首先要懂政治，其次要懂社会，再其次要懂经营，最后才是懂企业。

继往开来新时代

站在时代的转折点上，回顾改革开放后近20年来的种种风云际会，我们好像刚刚从突耸的高山上慢慢下来，脚下的路程轻松了许多。但蓦地回首，我们不禁有些怀念那座起伏的高山，怀念那个“英雄莫问出处”的“大泽时代”，怀念那些曾经在大泽中不懈挣扎、翻腾、抗争的“龙蛇”们。

泛地产时代的理念创新106

但凡人类活动的地方，生活、工作、学习、运动、休闲、娱乐、保健、甚至会展等场所、设施以及相配套的服务都与房地产有关，都是房地产可以整合的要素。十八般兵器都可放入泛地产的武器库。

房地产由批发进入零售时代

有什么样的消费者就有什么样的市场，有什么样的市场就有什么样的发展商，有什么样的发展商就有什么样的住宅产品和生活方式的提供。

地产先行者的北伐

靠一种经济落差、时间梯度，靠先行一步的优势，向北方输出一些成功经验，从而获得巨大利润的时代已经过去了。

不断创新，超越克隆

要想创新，突破原有的框框，就必须有更加广阔的视野，把目光投向更加广阔的领域，采取开放的思维而不是封闭式的思维。

泛地产时代——创新的天地

大地母亲是房地产之本，怎样在大地母亲之本上植入各种各样的奇花异树，产生一个个全新的花园和苗圃，是房地产创新者们要干的活。

广州地产之战

就在碧桂园风头正劲的时候，斜刺里杀出了奥林匹克花园。人们都为它捏了一把汗，但奇迹又在这里出现了。

如何做一个成功的开发商——从广州华南板块之战谈起 …118

纵观中国房地产的市场化进程，10余年来各路英雄如过江之鲫乱纷纷，你方唱罢我登台，开发商从一个板块杀到另一个板块，从城市中心杀到郊区，从地方杀向全国。

战略至上

对于一艘没有航向的船来说，任何方向的风都是逆风。

——英格兰谚语

永无止境的理念创新

一个好的创意和理念可以救活一个楼盘，更可以牵动区域策划的中枢神经，整合各种地方资源，让项目脱胎换骨，迸发出如原子核裂变的效应来。

策略制胜

回顾奥林匹克花园的发展，不能不说是房地产界的一个奇迹，但奇迹背后也可以看出必然性，正所谓播下的是龙种，收获自然也非同一般了。奥林匹克花园的成功，归根结底是策略制胜的成功，是自选动作的成功，是新理论和新实践相结合的成功。

市场是做出来的

我一向认为，市场不是调查出来的，也不是找出来的，而是做出来的。

因时、因地、因人制宜

只有吃透了不同区域板块背后的文化底蕴和社会结构，深入了解风土人情、生活习惯、审美情趣、思维方式，甚至是一些生活中的细枝末节，才可能更好地引导消费者，引导市场。

做项目，更要做企业

真正意义上成功的开发商应该是企业家。企业家与一般的开发商的不同在于，前者是吃着碗里的——做项目，同进也盯着锅里的——做企业，而后者则只局限在碗里的，他们看不到未来。

善用外脑

凡是成功或曾经成功的企业，没有哪一家不是善于借助外脑的高手。反之，那些自以为可以包打天下的企业即使可以辉煌于一时，但绝不可能灿烂于永远。

第二篇 兵法与剑法

关于我们 141

我们是谁

一个植根并成长于中国本土的策划咨询机构，始终立于社会变革的潮头……

我们的追求

建设具有中国特色的商业思想库。

我们的理念

引领市场潮流，享受冲浪乐趣。

我们的核心能力

创新力、公信力和引导力。

我们的作用

是预警飞机，是变压器，是不明飞行物UFO。

我们的策划流程

大势把握——理念创新——策略设计——要素整合——顾问
监理。

我们的工作观

快乐地创造智慧，享受智慧的快乐。

王志纲工作室策划观点与方法146

把握财智时代特征

掌握策划之“道”

强化安身立命之本

策划贵在思维方式

策划的三大法宝

战略高于管理

战略创新是企业价值增长的源泉

品牌新论

做事、做市、做势

不要满足于传统意义上的市场调研

策划方法——哑铃模式

策划流程

王志纲工作室策划法则159

转变思维法则 创新法则 理念先行法则 自选动作法则
三性法则 适度超前法则 梳理分析法则 辨证施治法则 系
统化运作法则 垫脚石法则 核心优势法则 度身定造法则
战略至上法则 系统定位法则 预留管线法则 换芯片法则