

金牌策划

主编 廖灿

WBSA 策划师全景揭秘 商务策划实战教程

IV



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

WBSA 商务策划系列丛书

WBSA 策划师全景

金牌策划

IV

WBSA 商务策划实战教程

WBSA SHANGWU CEHUA SHIZHAN JIAOCHENG

总顾问：米尔顿·科特勒
 史文陈 勒军
总策划：周培玉
主 编：廖 灿

揭秘



中国经济出版社

ZHONGGUO JINGJI CHUBANSHE

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌策划. 第4部: WBSA 策划师全景揭秘/廖灿主编. —北京: 中国经济出版社, 2005. 6

ISBN 7-5017-6958-3

I. 金… II. 廖… III. 商务—策划 IV. F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 029153 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: 68319114 13501108194)

责任印制: 常 毅

封面设计: 刘大海

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: 165×240 毫米 1/16 印张: 27.5 字数: 561 千字

版 次: 2005 年 6 月第 1 版 印次: 2005 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5017-6958-3/F·5573 定价: 49.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624



人事部全国人才流动中心副主任陈军（右一）、WBSA 中国总部主任周培玉（右二）在“商务策划师资质认证标准论证会”上



人事部全国人才流动中心副主任陈军、WBSA 轮值主席史宪文教授、WBSA 中国总部主任周培玉教授出席特训班开班仪式



2004 年中国总部推出答辩认证形式以后，受到申报人的欢迎



2005 年 3 月，北京中心主任周培玉在学员新春联谊会致辞



2005 年 3 月北京中心历届特训班、中级班在京学员新春联谊会合影



史宪文教授在东方大讲坛作“引爆大脑深处的财富——大学生如何做好就业策划”的演讲



WBSA中国总部主任周培玉教授在东方大讲坛作“商务策划与当代大学生的第四项修炼”的报告



WBSA中国总部主任助理、专家评审办主任刘秉君在东方大讲坛作“商务策划十大创意方法与案例策划”的讲座



《金牌策划》主编廖灿先生应邀担任2004年中国策划年会专家顾问团专家并荐评“中国十大商务策划师”



促奥运首选品牌编委会主编廖灿先生应邀与企业家作家联谊团赴埃及等国参观访问



廖灿主编与宋宝昌策划师在第二届中国国际营销节上与艾伦·凯契尔大师留影



金牌策划榜

(第四批入选名单 排名不分先后)



王君



张军



郭勇



陈锐



李锐



张锐



张锐



张锐



陈锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



张锐



全国政协副主席阿布来提·阿布都热西提为荣获“中国十大策划专家”称号的王宪君颁发奖杯及荣誉证书



“中国十大策划专家”王宪君先生办公近照



2004年8月28日，在北京人民大会堂，王宪君先生应邀参加纪念邓小平诞辰100周年“全国百名科学家、企业家、艺术家座谈会”



2004年8月，王宪君先生在北京中华世纪坛参加“首届金凤凰营销奖暨中国招商营销论坛”



“中国十大策划专家”王宪君给广告学院的大学生授课



王宪君先生在“第三届中国策划大会”上演讲



吴冬生策划师获评首届诸葛亮策划奖
“中国十大杰出策划师”称号



吴冬生策划师在2004年策划年会上发表演讲



吴冬生先生近照



难得休闲，小憩片刻



吴冬生总经理作为赞助方代表和第十六届世界模特小姐留影



吴昌龙策划师在台上领奖



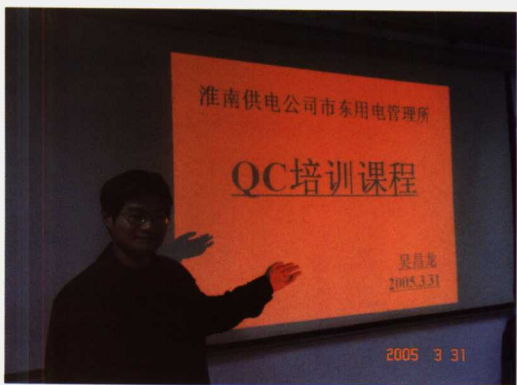
吴昌龙策划师获得企业教练课程证书时留影



吴昌龙策划师在获得注册企业教练资格时留影



吴昌龙策划师在2004年安徽省电力行业QC发布会上讲解



吴昌龙策划师在QC培训课上



吴昌龙教练讲解创意技巧展示“OK教练模式”

何艺初策划师在越南考察期间受越南文化通讯部副部长兼越南国际文化交流局局长阮孟海先生接见



何艺初先生在2003年参与首届中国乡镇企业博览会会展策划设计



何艺初先生参加广西南宁第四届国际民歌艺术节经贸洽谈会与美国得州商务代表团洽谈业务并合影



何艺初先生与时任中国书法家协会党组书记、书协副主席佟伟先生切磋企业文化





WBSA中国专家评审办主任刘秉君老师
给关晓东策划师颁发证书



高级商务策划师认证答辩现场合影



关晓东策划师获评“2004年度
中国十大企划名人”奖



WBSA新疆机构负责人袁亚辉与载誉
归来的关晓东策划师留影



“中国十大企划名人”
关晓东策划师近照



切磋交流、头脑风暴



高级商务策划师沈光董事长与澳大利亚代表团团长在中澳农业园艺合作论坛首届年会进行亲切交流



沈光先生与国务院科技领导小组办公室中国高新技术开发区协会专家孟繁森合影



沈光董事长与澳大利亚驻中国总领事馆高级商务参赞 stcptin winten 先生在公司基地进行商务交流



农业部农村经济研究中心副主任关锐捷等有关领导专家考察沈光主持海南莺歌海高技术农业开发有限公司木薯产业化基地成果



沈光董事长与日本保健株氏会社策划研究会陈先生及夫人进行产业化项目策划交流



沈光与巴西圣保罗州立大学作物研究所马妮博士进行国际间木薯产业经济策划研究技术交流



2002年大陆桥协调组织龙永图先生和
市领导参观蒋一秋主持策划的江苏海
洋渔业与加工国际博览会



蒋一秋主持策划2004年中国新亚欧
大陆桥国际旅游及用品博览会现场一
角



蒋一秋参与策划的2003年江苏农业
国际合作洽谈会展览部分现场



开幕式礼仪现场一角



表合影

WBSA 中国连云港机构首席代表（右二蒋
一秋）与参加2004年中国新亚欧大陆桥
亚太旅游论坛的市领导和八国使节团代

WBSA 商务策划系列丛书

《金牌策划》(IV) 编委会成员名单

顾问：米尔顿·科特勒 史宪文 陈 军 陈 放
 温元凯 艾 丰 宋仁丰 张维新 何才庆

总策划：周培玉

主 编：廖 灿

编 委：(排名不分先后)

刘彦生	刘秉君	徐 义	冯红成	张青永
汪润南	钱 勇	张亦欣	汪 萍	乔宪金
马艳芳	刘 鹰	卞成勇	辛志勇	李平金
黄 飞	严忠明	李弈锋	张 鸿	李杨林
袁亚辉	高文绪	蒋森华	严奉焕	熊 瑾
王 伟	宋宝昌	王可锋	王俊飞	何 畏
徐绍宽	黄耀波	龚媛媛	张晓林	刘胜花
胡军桥	蒋一秋			

编 务：

唐士红	李鹏飞	陈 红	刘 立	张桂英
尹东海	孟 嘉	张林林	张 勇	孙 晶
王 靖	罗 玉	廖 晖	英 宁	李 妍



知识经济时代呼唤创新人才(序一)

创新,是一个国家和民族的灵魂。经济要发展,民族要振兴,国力要增强,必须大力推动创新。近年来,我国政府提出要逐步建立理论创新、观念创新、体制创新和技术创新等一系列的创新机制,并把创新提到了复兴中华民族大业的政治高度。人类社会已进入知识经济时代,以知识资本为主要经营资源的商务策划活动将越来越成为承载政治、经济、科技与文化的高度集合体。而商务策划的核心是思维创新,它是决定市场竞争成败和商务活动成败的关键所在。一切竞争说到底,都是人才的竞争。所以,源源不断地培养创新人才已成为我们各项事业发展的决定性因素。

纵观国内外企业发展的成功之路,但凡最优秀的公司往往都是围绕两个功能展开的:日常运营与创新。日常运营是基于企业的各项经营条件处于相对稳定的状态,即是在“常态”下进行的,决策和执行都是在重复过去的最佳标准;而创新是基于企业的内外部环境和经营条件处于变动和不确定的状态下寻求最佳的选择。在瞬息万变的市场经济环境下,尤其是在当今知识经济社会,创新对于企业来说不仅变得越来越重要,也变得越来越紧迫。

企业要想在新世纪的竞争中争创新优势,就必须建立一个强有力的创新型人才支撑体系。所谓创新人才,就是异质性创新知识的拥有者,通常表现为个人所拥有的独特经验、技能和心智模式。根据知识分工原则,创新人才可以划分为知识创新人才、技术与产品创新人才、管理创新人才和制度创新人才等类别。无论哪种类型的创新人才,都是增强国家和企业创新能力的战略性资源。近年来,以商务策划师为代表的智慧创新人才已闪亮登场,并逐步走上专业化和职业化发展的道路,为企业提供战略性策划、生态优化、资源配置、营销创新等方案,从而带来了巨大的经济效益和社会效益。因此,世界许多公司为了在激烈的竞争中立于不败之地,采取“感情”、“事业”、“待遇”等多种激励方法,吸引人才、留住人才,足以见其战略眼光之深远。

为积极推动人才强国战略的实施,加大对创新人才挖掘和培养的力度,引导商务策划人才规范、有序发展,人事部全国人才流动中心与WBSA中国总部经过积极探索,并在全国近40家业务机构的努力下,一大批企业高级管理人员和专业策划人

员通过考试评价成为了高级商务策划师，他们的创新实践不仅为企业带来了巨大的财富，也为我国商务策划理论研究提供了丰富的素材，《金牌策划》入选的策划师就是其中的优秀代表。

《金牌策划》作为品牌系列丛书，持续出版发行，不但宣传了来自企业一线的经营创新成果，展示了新时期中国策划人的群体形象，而且也推动了商务策划的学科建设，为中国策划业的健康发展作出了积极贡献。

2005年3月12日

(陈军 人事部全国人才流动中心副主任、中国人才交流协会秘书长、国家商务策划人才平台的搭建者和奠基人)



将“第四项修炼”进行到底(序二)

阿甘

这个标题也许会令人感到几分费解,什么叫“第四项修炼”?不是都经过“第五项修炼”、“第六项修炼”了吗,为什么又倒退了?

10年前,一本名叫《第五项修炼》的名著传入我国,一时间,建立学习型组织成为中国企业界最大的时尚,那时,不知道彼得·圣吉仿佛等于今天不知道“与时俱进”一样。最近几年,另一位管理大师的名著《第六项修炼》又开始为国人所追捧,据了解,作者皮特斯·T曾与彼得·圣吉有过多年合作,自然后者的理论思想对前者会有继承和提高,果不其然,皮特斯·T在书中一语道破天机:学习只是手段,创新才是目的。短短十余年时间,我们每一个人都受到了不同程度的教育,思想观念受到了巨大的冲刷,打造学习型组织和创新型组织更是成为中国各类机构、组织最为紧迫的任务之一。

平心而论,彼得·圣吉和皮特斯·T两位管理大师,对我们的影响和教育是十分深刻而积极的,特别是彼得·圣吉,他甚至改造了我们的观念,使许多领导者为他们所领导的政府部门、企业或组织注入了全新的理念,改变了他们的思维方式,并因而使他们赢得了效率、效益或崭新的社会形象。

但是,令彼得·圣吉始料不及的是,他的理论在积极地影响社会的同时,有时也会制造负作用。由于《第五项修炼》超前的思想和强大的宣传声势,加上惟恐落后的心理作用,在我国一方面出现了热学热捧的场面,另一方面也出现了许多形式大于内容的东西,如各种会议言必高唱学习型组织论调,各种媒体铺天盖地刊载学习型组织的理论文章,全国上下,领导讲,群众讲,人人都在讲,什么打造学习型社会、学习型政府、学习型开发区、学习型街道、学习型酒店甚至学习型中国等等,不一而足,好像凡事都可以用学习型装潢,仿佛中国各方面都已经“学习型”化了。应该说,这些年来学习型和创新型组织的概念在我国早已深入人心,然而,究竟如何实现这样的目标,直到今天,既没有一个可以效仿的做法,也没有一套令人信服的主张,是彼得·圣吉和皮特斯·T没有给出具体的方法,还是至今我们并没有真正读懂?

似乎没有人愿意正面回答这个问题,但这并不意味着没有解决问题的方案。