



策·划·学·丛·书

策划学

沈骏 徐云望 赵承宗 著

沈骏题



上海遠東出版社

中国策划学院指定教材

策划学丛书

策 划 学

沈骏 徐云望 赵承宗著

上海遠東出版社

图书在版编目(CIP)数据

策划学 / 沈骏, 徐云望, 赵承宗著. —上海: 上海远东出版社, 2005

ISBN 7-80706-067-0

I. 策... II. ①沈... ②徐... ③赵... III. 决策学—教材 IV. C934

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 037875 号

策划学

策划学丛书

著 者 / 沈 骏 徐云望 赵承宗

责任编辑 / 殷卫星

装帧设计 / 王月琴

版式设计 / 李如琬

责任制作 / 晏恒全

责任校对 / 周国信

出 版 / 世纪出版集团

上海远东出版社

(200336) 中国上海市仙霞路 357 号

<http://www.ydbook.com>

发 行 / 新华书店上海发行所

上海远东出版社

制 版 / 上海市崇明裕安印刷厂

印 刷 / 上海市崇明裕安印刷厂

装 订 / 上海市崇明裕安印刷厂

版 次 / 2005 年 5 月第 1 版

印 次 / 2005 年 5 月第 1 次印刷

开 本 / 850×1168 1/32

字 数 / 389 千字

印 张 / 15.5

印 数 / 1—2250

ISBN 7-80706-067-0

C·35 定价: 48.00 元

如发生质量问题, 读者可向工厂调换。

策划学丛书编委会

顾 问：谈家桢

主 编：沈 骏

副主编：徐云望 赵承宗

编 委：（以姓氏笔画为序）

王慎照	孙月海	吴志强	沈 豪
沈立恭	沈蕙帼	赵德华	赵德荣
顾思义	晏肇云	郭 武	魏福明

谈家桢院士

谈家桢教授是中国科学院院士，是国际上进化遗传学的创始人之一，是中国遗传学发展的奠基人和生命科学事业的开拓者。

谈家桢院士 1932 年在燕京大学获硕士学位；1936 年在美国被授予哲学博士学位；1961 年起任复旦大学副校长；1999 年有关国际组织正式批准中科院紫金山天文台发现的一颗编号为 3542 的小行星为“谈家桢星”。

谈家桢院士曾任中国民主同盟中央委员会副主席兼民盟上海市委员会主任委员、全国政协常务委员、上海市人大常委会副主任兼教科文卫委员会主任。

序

我中华民族，乃重智谋之民族。悠悠岁月，我们祖先以其聪明才智，创造了灿烂的古代东方文明，四海为之瞩目，其中谋士之功不可没也。纵观历代兴亡事，谋士众则国强，谋士寡则国弱，谋士汇聚则国家兴旺，谋士去散则国家衰败。以史为鉴，可见兴衰成败之道，谋士之作用不可小视也。谋士者，胸怀文韬武略，通古今之变，足智多谋者也。吕尚为武王谋而灭商兴周，孔明为刘备运筹而三国鼎立，魏征为世民献策而有贞观盛世。数千年来，我中华足智多谋之士，如繁星布天，多不胜数。其不仅活跃于历史舞台，且留下典籍无数。子牙之《六韬》、《三略》，孙武之《兵法》之类，此其一也；《论语》、《孟子》、《老子》、《资治通鉴》、《战国策》、《史记》、《三国志》之类，此其二也。

或以文阐理，或以事寓意，以传筹谋之道，足可见古人对后人之关切也。

今谓之策划者，古谓之谋士者也，古之筹谋之说，今之策划学，今古相通而又不同，时代异也，不可同日而语。沈骏君、徐云望君、赵承宗君，新近所著之《策划学》，以我观之，其既纵观历史，又面向未来；既有借鉴，又有创新；既有学术探讨，又有实例剖析；既立足国情，又放眼世界，实为难能可贵。且编辑出版丛书，热心培养人才，令人钦佩。我衷心希望，我国新一代策划谋士，大量涌现，此乃我中华民族伟大复兴之基也。值此策划学丛书出版之际，我有感而言，写了以上一些话，以表祝贺，并权作为序。

陈嘉庚

2005年5月

目 录

第一章 时代需要策划学	1
一、学习、研究策划学的必要性	1
(一) 时代发展的需要	1
(二) 中华民族振兴的需要	3
(三) 进一步完善市场经济的需要	6
(四) 提高人们行为自觉性的需要	7
二、学习、研究策划学应遵循的基本原则	7
(一) 方向性原则	8
(二) 与时俱进原则	9
(三) 系统性原则	9
(四) 学以致用原则	10
三、学习、研究策划学的方法	11
(一) 调查法	11
(二) 总结归纳法	12
(三) 批判借鉴法	12
(四) 实践探索法	13
第二章 策划与策划学	15
一、策划	15
(一) 策划的含义	15
(二) 策划的基本特征	22
(三) 策划与决策	23

(四) 策划与咨询	29
(五) 策划与点子	32
二、策划学	36
(一) 策划学的含义	36
(二) 策划学的基本特征	37
(三) 策划学的分类	41
第三章 策划活动的历史发展	46
一、人类早期的策划活动	46
(一) 概况	46
(二) 特点	48
二、中国古代的策划活动	48
(一) 概况	48
(二) 特点	51
(三) 理论探索	53
三、西方的策划活动	70
(一) 概况	70
(二) 特点	75
(三) 理论研究	76
第四章 当代世界的策划活动及其发展	87
一、科技革命的不断兴起加速了策划组织机构的形成和发展	87
(一) 科技革命经历的几个阶段	87
(二) 科技革命对策划活动的影响	88
(三) 科技革命催化了策划组织机构的形成和发展	90
二、知识经济时代的来临催化了策划理论的创新	108
(一) 知识经济的基本特征	108
(二) 知识经济时代的来临需要策划理论的创新	110

三、我国策划业的现状	118
(一) 现状概况	118
(二) 我国策划业的前景和面临的问题	124
第五章 策划活动的结构	128
一、策划活动的基本要素	128
(一) 策划主体	129
(二) 策划客体	132
(三) 策划环境	137
二、策划结构的优化	139
(一) 策划结构优化的含义	139
(二) 策划结构优化的途径	139
第六章 策划的一般程序	159
一、目标的选定	159
(一) 发现问题, 分析问题	159
(二) 明确任务, 确立目标	167
二、方案的设计	169
(一) 尊重条件, 把握条件	170
(二) 大胆设想, 精心策划	173
三、方案的抉择	182
(一) 坚持原则	182
(二) 注意方法	204
四、方案的实施	208
(一) 组织准备	208
(二) 监控检查	209
(三) 反馈调整	212
(四) 评估总结	214
第七章 策划的基本原则	219

一、客观性原则	220
(一) 客观性原则的含义	220
(二) 客观性原则的重要性	221
(三) 客观性原则的具体要求	224
二、能动性原则	232
(一) 能动性原则的含义	232
(二) 能动性原则的重要性	233
(三) 能动性原则的具体要求	236
三、系统性原则	243
(一) 系统性原则的含义	243
(二) 系统性原则的重要性	245
(三) 系统性原则的具体要求	246
四、与时俱进原则	252
(一) 与时俱进原则的含义	252
(二) 与时俱进原则的重要性	252
(三) 与时俱进原则的具体要求	254
五、绩效性原则	260
(一) 绩效性原则的含义	260
(二) 绩效性原则的重要性	260
(三) 绩效性原则的具体要求	261
第八章 策划的方法	267
一、科学预测与随机权变相结合的方法	268
(一) 科学预测	268
(二) 随机权变	273
(三) 科学预测与随机权变相结合	277
二、逻辑思维与非逻辑思维相结合的方法	281
(一) 逻辑思维方法	281
(二) 非逻辑思维方法	285

(三) 逻辑思维方法与非逻辑思维方法相结合	290
三、全面运筹与矛盾分析相结合的方法	293
(一) 全面运筹方法	293
(二) 矛盾分析方法	302
(三) 全面运筹与矛盾分析相结合	306
四、领导主谋与群策群力相结合的方法	308
(一) 领导主谋	308
(二) 群策群力	312
(三) 领导主谋与群策群力相结合	317
五、战略策划与策略策划相结合	321
(一) 战略策划	321
(二) 策略策划	324
(三) 战略策划与策略策划相结合	326
第九章 策划书的撰写	341
一、策划书的基本内容	342
(一) 国外学者的观点	343
(二) 国内学者的观点	343
二、策划书的格式与写作方法	362
(一) 策划书的一般格式	362
(二) 写作方法	364
三、应注意的几个问题	384
(一) 要做好写作前的准备工作	384
(二) 要注意方案的创新性与可行性的有机结合	385
(三) 要注意策划书的保密工作	386
第十章 策划与调查研究	388
一、策划与调查研究的关系	388
(一) 调查研究对策划活动的重要性	388

(二) 调查研究的意义及其特征	391
二、调查研究的程序与要求	394
(一) 调查研究的程序	394
(二) 调查研究的要求	401
三、调查研究的类型与方法	406
(一) 调查研究的类型	406
(二) 调查研究的方法	413
四、调查报告	418
(一) 调查报告的含义与特征	418
(二) 调查报告的类型	420
(三) 调查报告的撰写	421
第十一章 策划与信息	424
一、策划与信息的关系	424
(一) 信息是策划的前提条件	424
(二) 信息的数量制约着策划的广度	425
(三) 信息的质量制约着策划的质量	426
(四) 信息的传递速度制约着策划的效率	427
二、信息的含义、特征与种类	428
(一) 信息的含义	428
(二) 信息的特征	430
(三) 信息的种类	433
三、策划过程中信息的处理	435
(一) 信息处理的基本要求	435
(二) 信息处理的程序和方法	437
四、策划的信息系统	447
(一) 策划的信息系统的构成	447
(二) 信息系统的科学化	449

第十二章 策划与人才	453
一、策划人才的含义与要求	454
(一) 策划人才的含义	454
(二) 策划人才的要求	454
二、策划人才的管理	461
(一) 策划人才的发现与识别	461
(二) 策划人才的选拔与使用	466
三、策划人才的调控与开发	474
(一) 策划人才调控与开发的重要性	474
(二) 策划人才调控开发的原则	478
(三) 策划人才调控开发的方法	480

第一章 时代需要策划学

策划学作为一门新兴学科,是时代发展的需要,是中华民族振兴的需要,是市场经济进一步完善的需要,是提高人们行为自觉性的需要。学习、研究策划学,必须坚持方向性原则、与时俱进原则、系统性原则和学以致用原则。理论联系实际,积极探索,加速普及与提高,是时代赋予我们的重大而紧迫的历史使命。

一、学习、研究策划学的必要性

(一) 时代发展的需要

1. 迎接知识经济时代到来的需要

21 世纪,我们已进入了知识经济的时代,世界经济发展的一个明显趋势,就是科学技术发展日新月异,科技在经济发展中的作用越来越大。这一趋势的主要特点:一是以信息技术为主要标志的高新技术革命来势迅猛,高科技向现实生产力的转化越来越快,高新技术产业在整个经济中的比重不断增加;二是经济与科技的结合日益紧密,国际间科技、经济的交流合作不断扩大,产业技术升级加快,国际经济结构加速重组,科技、经济越来越趋于全球化;三是科技革命创造了新的技术经济体系,产生了新的生产管理和组织形式,推动了世界经济的增长;四是各国更加重视科技人才,

教育的基础作用日益突出。面对这样的形势,各国特别是大国都在抓紧制定面向 21 世纪的发展战略。历史的车轮已经将我们带进了知识经济的新时代,知识经济与以往传统的农业经济、工业经济的不同之处在于,它不是以自然资源为主要依托,而是以知识的更新、智力的创新、科技的革命对资源配置、组合的谋划等为主要依托。自然资源是有限的,有些是无法再生的,而智力资源则是无限的。如何将传统的生产方式、经济增长模式转化到以信息技术、高新技术为核心的知识经济增长方式上来,是放在当今世界各国面前的一个时代课题。各国有志之士,都在为着手解决这一课题而进行精心的策划,抓紧制定新的战略。中国共产党和中国政府不仅以敏锐的洞察力看到了时代向我们提出的新课题,要求全党、全国人民必须与时俱进,开拓创新;要求各行各业,都必须赶上时代前进的步伐,切实采取有效措施,深化改革,全面实现经济增长方式的转轨;而且向理论工作者提出了殷切的希望,要求广大理论工作者认真研究改革开放和现代化建设提出的重大理论和实际问题,在认识世界、传承文明、创新理论、咨政育人、服务社会方面不断作出新的建树。作为研究策划活动规律的“策划学”,之所以在当今世界蓬勃兴起,正是适应了知识经济时代到来的需要。马克思、恩格斯曾经说过:一切划时代的体系的真正的内容都是由于产生这些体系的那个时期的需要而形成起来的。新的时代呼唤新的理论,新的理论指导新的实践。毛泽东思想体系的形成是如此,邓小平理论体系的形成是如此,“三个代表”重要思想的提出也是如此。策划学理论体系的形成同样也是如此。因此,学习和研究策划学的理论是迎接知识经济时代到来的需要。

2. 迎接国际竞争的需要

随着知识经济时代的到来,国际竞争也日趋激烈,竞争的重点,也由政治、军事逐渐向经济、科技、智力转移。在国际竞争中,我们既面临着西方发达国家的经济和科技优势的压力,又面临着

霸权主义和强权政治的压力。我国加入世贸组织,对我们的发展,既带来了机遇,也遇到了挑战,我国产品进入世界市场之后,引起了某些国家、某些人的恐惧,他们策划了种种抵制策略,其中采用反倾销的手法来对付我们,就是抵制策略之一,我们有些企业,由于事前缺乏预见,策划不周,在国际竞争中败下阵来。这就从反面教训了我们,随着对外开放力度的加大,根据我们加入世贸组织所作的承诺,国内市场不久将对外全面开放,各国都想抢占市场,这对国内企业带来了巨大的压力,因此,加入世贸组织对我们来说既是机遇,又是新的竞争、新的挑战。在当前国际竞争中,存在着策划与反策划的竞争,研究对方的竞争策略、手段,提高我们的策划水平,才有可能在国际竞争中取胜。因此,学习和研究策划学是非常必要的。

(二) 中华民族振兴的需要

1. 提高干部队伍素质的需要

从现在起到本世纪中叶,是中华民族振兴的关键时期。政治路线确定之后,干部就是决定的因素。中华民族能否振兴,关键看我们能不能不断培养造就一大批高素质的领导人才。这些领导干部不仅要掌握马列主义,还要精通工作业务,提高领导艺术,而且要善于谋划。俗话说:“将不在勇而在于谋。”领导者的一个重要任务就是“出主意”、“想办法”。领导者要善于多谋善断,各级领导干部在工作中,应该努力学会既能多谋,又能善断;能审时度势,驾驭全局,善于协调各方面的力量。这就必须改变以往那种仅仅凭经验进行谋划、决策的状况,凭老经验、想当然、拍脑袋,把自己的主观愿望当作客观现实,就不可能作出正确的决策。

策划自有人类之后,就已经产生。在古代,策划多半是属于经验型的,它主要依靠领导者、管理者个人的阅历、知识和智慧进行的。策划的好坏主要取决于领导者的阅历是否丰富,知识是否渊