



高等院校联编教材

WBSA 商务策划师系列个人认证接续教材

ICKOO 国际企划工程师系列企业认证辅助教材

新加坡中华总商会企业管理学院企划研究生课程指定教材

现代 商务策划原理与企划技术应用

总顾问 Milton Kotler (美国)

主编著 史宪文

副主编 Heng Hiang Jin (新加坡)

世界商务策划师联合会

国际企划工程师协会

多所高校专家

联合编写



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

高等院校联编教材

WBSA 商务策划师系列认证接续教材

ICKOO 国际企划工程师系列认证辅助教材

现代商务策划原理 与企划技术应用

世界商务策划师联合会

国际企划工程师协会

多所高校专家

联合编写

总顾问 Milton Kotler (美国)

主编著 史宪文

副主编 Heng Hiang Jin (新加坡)



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

现代商务策划原理与企划技术应用/史宪文编著. —北京: 中国经济出版社,
2005. 4

ISBN 7 - 5017 - 6848 - X

I. 现… II. 史… III. 企业管理—策划—经济师—资格考核—自学参考资料
IV. F272. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 141476 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: 010 - 68319114 13501108194 shaoyan_shy@sina.com)

责任印制: 常 毅

封面设计: 彭丽宾

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: 787 × 980 毫米 1/16 印张: 37 字数: 660 千

版 次: 2005 年 4 月第 1 版 印次: 2005 年 4 月第 1 次印刷

印 数: 0001 ~ 5000 册

书 号: ISBN 7 - 5017 - 6848 - X/F · 5473 定 价: 59.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

编著委员会

总顾问: Milton Kotler (美国)

主编著: 史宪文

副主编: Heng Hiang Jin (新加坡)

编委会成员 (凡采用本教材教学并提出建设性修改意见的高校教师均可在再版时加入, 排名不分先后):

清华大学 宁红

大连海事大学 许瑞雪 贾宝柱 史晓非

上海贝林格双语教育研究院 黄笑虹

南京大学 (兼) 陆裕昌

湖南工业大学 刘善球 罗瑞雪

沈阳大学 史宪锋

复旦大学 王龙宝

辽宁工学院 史宪睿

大连医科大学 陈钢

河南科技学院 王彦斌

港大一复旦继续教育学院 李元红

大连商务学院 张慧 刘宝泉 刘洪祥

上海市教委 朱埔

天津商学院 (兼) 钱勇 吴亚锋

大连东软信息技术学院 陆元婕

张建峰

华东师范大学 姜恒雄

华东师范大学科技园培训中心 汪萍

大连外国语学院 孟祥奎

大连大学旅游学院 魏震铭 郑兵

河北科技大学 张秀萍 付占文

上海交通大学 成名江

广西右江民族学院 莫碧珍

江西涉外商业专修学院 (兼) 熊谨

上海同济大学 王权 朱远

黑龙江省农业科学研究院 周玉兰

大连水产学院 勾为民

西安交通大学 闫向彤

白城广播电视大学 丁国文

河南南阳师范学院 王甲祥

吉林大学 刘亚滨

浙江机电学院 刘博胜

华北水利水电学院 宋刚福

哈尔滨工业大学 张弛

郑州职业技术学院 刘利民

河南政法管理干部学院 李德琦

华东理工大学 杨明刚

上海浦东经理人进修学院 胡金元

周京丰 (兼)

南开大学 朱红

徐州师范大学商学院 繁传国	周口师范学院 张鹭
鞍工大职业技术学院 薄赋徭	中洲大学 郭顺垣
上海建桥学院 朱瑞庭	上海海事大学 王勇
河北经贸大学 张海燕 窦秀梅	青岛黄海职业学院 刘文国
石家庄法商学院 马卫山	山东英才职业技术学院 李建峰
福建工程学院 曾金盾	西安外事学院 任宏刚
河北经贸大学商学院 刘振滨	北京科技职业学院 孙启平
郑州航空工业管理学院 李胜伟	北京中新企业学院 吴俊
大连理工大学 王野治 赵秋娜	中国管理软件学院 章翼
石家庄职业技术学院 曹印革 王丽君	西安海棠职业学院 王海棠 杨会堂
东北大学 丁义浩 刘庆国 李兆友	西安翻译学院 王琳
郑州防空兵指挥学院 邓朝晖	北京吉利大学 罗小明
东北财经大学 李建生	青岛东方外国语学院 姚文冰
大连市科技干部管理进修学院 栾新民	北京美国英语语言学院 钟华 刘德生
中国刑警学院 王慧	山东现代职业学院 杨依廷 李元彬
西安邮电学院 张鸿	西安石油大学 闫大维 张浩
西安科技大学 翟海刚	北京科技职业学院 孙启平
西安财经学院 杨太康	北京中新企业学院 吴俊
西南政法大学 曾得国	哈尔滨工程大学 张永锐
黑龙江大学 赵伟	青岛飞洋职业技术学院 韩子健
西京大学 董保利 刘艳蓉	燕京华侨职业学院 张荣刚
浙江师范大学 许慧霞	哈尔滨理工大学 杨东宇
武汉交通职业学院 游金梅	青岛求实职业技术学院 林夕宝
浙江机电学院 刘博胜	华西大学 王文亮
宁夏大学 马建宏	山东英才职业技术学院 夏季亭
华北水利水电学院 宋刚福	黑龙江工程学院昆仑旅游学院 杜亚东
郑州轻工业学院 贾菁菁	长春金融研修学院 王鸿雁 张红梅
东北师范大学 田巍 王国巍	北京心育心行为科学中心 徐浩渊
石家庄铁路工程学院 张金强	哈尔滨蓝领学院 马凯
浙江工业大学 夏建胜	青岛恒星职业技术学院 董建华
湖南南华大学 刘春	法良山
许昌职业技术学院 邢建怀	河北大学生求职招聘网 王清海
辽宁行政学院 马义	大连卧龙国际知识经济研究院 汪润南



序 一



怎么做是想出来的，怎么想是看出来的。要做好必须想好，要想好必须看好。人都能做，问题是怎样才能做得更好；人都能想，问题是怎样才能想得对头；人都能看，问题是怎样才能看得清楚。会看，会想，会做，这点本事小则影响个人的发展，大则影响事业的兴衰。从某种意义上讲，竞争在相当程度上是这种策划能力的竞争。

从古至今，从中到外，许多人都在研究这门学问，都在探索着它的规律。许许多多的思考集中了专家学者们的智慧，许许多多的案例反映了实践中的成功与失败，从中逐渐提炼出带有规律性的成果。而这些规律在市场经济发展的进程中，在企业投身竞争的征途上，不仅得到了拓展，深化，而且形成了富有特色的思维方式和应用技术。策划学的发展，使人们获得了会看，会想，会做的武器，既让人变得更加聪明，又帮助事业走向成功。

非常高兴看到史宪文先生主编的《现代商务策划原理与企划技术应用》一书的出版，这本书无疑是一部优秀的教材。它汲取了东方与西方，传统与现代的思维方式的精华，它汇聚并且熔铸了当代企业策划理论与实践的成果，它既着眼于提升学生的基础素质又立足于提高学生的职业能力，它的科学的结



构，清晰的脉络，精辟的论点，生动的案例，实用的练习，简洁明快的语言，使我们见到了一部难得的好学，好用，好教的好书。

我衷心祝贺这本教材的问世，并相信它会成为广大同学的良师益友，并对我国策划科学的教学与科研做出重要的贡献。

2004 年 3 月 5 日

（陶西平 亚太地区联合国教科文组织协会联合会主席、
中国教育总督学顾问、北京市社会科学界联合会主席）



序 二

April 12th, 2004

As a marketer, I always ask myself: what does it really take to succeed in business today? There is no better answer than something called “Strategy”. In Mr. Shi’s book, he tries to explain this often – mysterious strategic planning process by setting out the principles that helped those companies become leaders in their respective industries. With illuminating case studies of winning – and failed – efforts, this book offers practical, battle – tested advice for keeping any business at the top of its game. This book has also a lot of added value. It not only puts absolutely everything we know about strategic planning into a totally fresh, groundbreaking perspective that works in the new economy, but it is full of useful information, revelatory research, detailed processes for business development and fascinating case studies. It is not just another book talking about strategic planning; it shows the reader how to think strategically and how to “win” customers on an emotional level that will inspire long term loyalty – a rarity in today’s market!

There is no shortage of books on this subject and I’ve probably read three – quarters of them. This one comes closer to cracking the code. More important, this book incorporated Chinese traditional wisdom into western management framework.

After 20 years, China’s GDP will equal to US’s GDP. It’s no doubt that China will need more business talent who really understand and practice strategic marketing.

I believe this book will be valuable to Chinese students and Chinese entrepreneurs who are serious about strategic planning.

Milton Kotler

President, Kotler Marketing Group



身为市场营销人员，我常常自问：在当今这个时代，究竟是什么将商务活动引向成功的呢？恐怕非“策划”莫属。在史先生的著作之中，他明确地阐述了那些曾经指导无数企业成为其所在领域中佼佼者的原则和方针，进而清楚地解释了常常让人感觉神秘莫测的策划过程。书中所阐述的成败案例研究为企业在竞争中保持领先地位提供了具有可操作性的、经过实战检验的建议。这本书不仅以新经济条件下的全新的、突破性的视角来诠释了大家所熟知的策划知识，而且还包含着大量的有用资料、启发性的研究成果、详细的商务发展过程以及引人入胜的案例研究。这不仅仅是一本关于策划的书，它更多的是向读者们揭示出了进行战略性思维的方法和如何在情感层面上“赢得”消费者的奥秘。了解了这些，才可以激发出顾客的长期忠诚度——这可是当今市场中难能可贵的稀缺资源！

这一学科的书籍并不在少数，我大约读过其中的3/4。相比之下，本书更注重道破天机。更为重要的是，本书将中国的传统智慧融入了西方的管理学体系。

20年后，中国的GDP将与美国持平。毋庸置疑，届时中国将急需更多的真正懂得营销策划理论并能付诸实践的商业人才。我相信，对于那些如饥似渴地学习策划知识的中国学子和中国企业家们来说，本书的意义将非比寻常。

2004年4月12日

（米尔顿·科特勒 科特勒营销集团董事长）



序 三

陈军

在市场竞争日趋激烈、商务活动无所不及的市场经济环境中，尤其在当今以倡导创新为时代特征的知识经济社会，商务策划凸显重要，“智慧”人才、创新性人才以及策划人才已成为推动企业持续发展的一种重要的战略资源。在现代西方发达国家，商务策划作为一种有效的工具不仅为企业和创业者带来了巨大的财富，也为千百万人的职业生涯和个人发展创造了无限机会。因而，策划人才也视为职场中的“金领”阶层，其收入和地位之高也不言而喻。

中国是一个历史悠久的谋略古国，曾为人类的智慧宝库做出过杰出的贡献，创造出诸如《孙子兵法》、《三十六计》等传世经典，涌现了许多古代谋略大师。这些经典作品和谋略大师精湛的策划思想不仅为国人所推崇，也为西方发达国家所借鉴。然而，在经历了数千年之后的今天，现代策划技术却未能在中国演义成功，相反竟成为了西方发达国家的专有技术，我们不无感到遗憾！

改革开放二十多年来，随着我国社会主义市场经济的发展和现代化建设的推进，特别是融入全球经济一体化进程的加快，市场竞争日趋活跃，商务活动不断增多，决定市场成败和商务活动成功的策划工作尤显重要。基于这样的时代背景，近些年来，我国商界和策划界的一些有识之士孜孜以求地致力于民族策划事业的振兴与发展，在理论和实践方面进行了大量富有成效的探索，他们站在时代的潮头，善于汲取中国传统谋略



思想之精髓，借鉴西方国家现代管理学技术之精华，将两者进行了有机结合，创造性地提出了适合中国国情的策划学理论构架和方法技术，特别是在现代策划学科知识体系建设和方法论创新方面所取得的进展令世界瞩目。

由于他们的辛勤耕耘和卓越贡献，大大缩短了中国与西方发达国家在策划学领域的差距，其中有些研究成果已走在了世界最前沿。史宪文先生的这部专著就是近年来我国策划界最具代表性的优秀成果之一，其贡献不仅在于策划学的方法论创新本身，更在于将现代策划的思维原理、策划过程与策划技术作为一个有机整体，以简明扼要和通俗易懂的方式展现给读者，使读者通过学习即可掌握策划的基本原理、基本程序、基本方法和实用技术，为更好地开展商务活动和策划工作提供了很好的智慧营养。这部专著对我国现代策划学科建设和商务策划专业人才的培养无疑是做出了积极贡献。

衷心希望这部著作能为求知者带来好运！

2005年3月4日

（陈军 人事部全国人才交流中心副主任）



前言

史宽文

同学们：

在崇尚文理交叉的时代，文科的大学生大多希望获得某种工程技术知识，理工科的大学生大多希望获得某种管理技能知识，无论文科还是理工科大学生都希望以知识为本钱来选谋职业，以特色知识为基础来规划自己的职业生涯。

“文理交叉新科技，知本生涯新职业”，本教材作为文理交叉的知识体系，是专为知本生涯规划而开发的新课程，坚信紧跟时代的大学生们都将从本教程中产生共同语言，获得共同的需要。

在时代的孕育下，在科技的催生中，今天我们终于可以在教师的带领下进入一个神奇的领域——策划。与其他课程相比，策划这门课程有一个最显著的特点，既可以作为获得新的工作技能的“他用”知识来学，也可以作为提高自身决策能力的“自用”知识来学。现代企业需要专门的人士使用专门的方法来为企业的发展服务；现代职业者也需要使用先进的思维方法来考虑如何最佳实现自身价值问题。用同一套思维方法，既能研究企业的事情，又能研究自己的事情，学习起来实在是“经济”。

无论你学的是什么专业，想在毕业后成就一番事业，都离不开优良的思维方式方法。在市场经济环境中，绝大多数人是跨领域取得巨大成功的，他们大多把功劳归于在原专业中修炼出来的思维方法。本课程将极大地促进你对思维方法的提炼。

无论你离毕业还有多长的时间，想在毕业前就取得进入社会的竞争优势，都离不开良好的思维方式方法。在信息社会的环境中，地球变成了村庄，校园的围墙只是物理形式的分割，只要思想没有围墙，仅在大学生活里就可以融入无限的社会实践生活，甚至可以在学校里度过工作试用期。本课程将极大地增加你走向社会的动力。



无论你的性格是属于内向型还是外向型的,想在沟通中取得人生资本,则更离不开良好的思维方式方法。在知识经济的氛围中,谁既能读懂自己,又能读懂别人,既能把别人的思维嫁接在自己的思想上,又能把自己的思想扎根在别人的思维里,谁就能在思维的沟通中获得优势知识,就能在竞争中获得优势地位。本课程将极大地提高你的思想沟通力和影响力。

本课程大体上可以分为三个部分:现代策划思维原理、现代企业策划原理和现代企划技术应用。第一部分侧重讲思维,第二部分侧重讲企业决策思维,第三部分侧重讲技术操作。三个部分一脉相承。

本课程是在 WBSA 理论基础上和 ICKOO 技术环境下开发的,是对两个知识体系的简化式浓缩。为了便于大学生学习,本课程在知识选取、编写风格等方面体现了如下三个原则:

1. 脉络性——去掉知识的枝节,突出知识的主线;
2. 理解性——尽量采用大学生能够接触到的生活环境来解释理论要点,叙述性语言力求简捷;
3. 应用性——尽量为每条原理和要点指出实际应用的方向和注意事项,为应用打下基础。

策划是一个古老的命题,经验知识沉淀十分丰厚,古今中外,上下数千年,几乎每一个人类精彩之举都深藏着精妙的策划思维。因为它古老,所以,我们学无止境;也正因为它古老,我们才能常学常新。

策划又是一门年轻的学科,其科学结构和技术规范刚刚形成系统,尚有待于进一步适应日益发展变化着的知识经济、信息社会、市场竞争环境的需要。因为它年轻,必有不成熟之处,所以,我们需要用发展的眼光对待它;也正因为它年轻,才拥有勃勃的生机,谁先掌握了它,谁就将获得先机。

让我们共同努力,把策划课程打造成一门思维能力课、生活态度课、工作素质课,使浓缩了的知识在各位的生涯中不断膨胀,作为本书的主编者,我遥祝大家早日成为栋梁之才!

2004 年 6 月 6 日

(史宪文 世界商务策划师联合会轮值主席、国际企划工程师协会首席专家、新加坡中华总商会企业管理学院教授、大连卧龙国际知识经济研究院院长)

教材使用建议

研究生教学

可作为 MBA、EMBA、企业管理学、哲学、组织行为学、心理学、微观经济学等专业的课程教材，教学周期为 140 学时左右。配套参考书为《OK 策划论》、《策划——改变你生涯命运的 OK 故事》、《策划——引爆你大脑深处财富的 OK 故事》、《策划——e 时代的 OK 故事》、《金牌策划》等。

课程功能：使研究生利用网络紧密联系企业实际，提高科研能力，提高竞争性思维能力，提高决策参与能力，提高就业适应面。

文科（含理科选修）本科教学

上篇全部、中篇全部、下篇第一单元，其他部分自学。教学周期为 45 学时左右。配套参考书为《策划——改变你生涯命运的 OK 故事》、《策划——引爆你大脑深处财富的 OK 故事》、《策划——e 时代的 OK 故事》。教学重点为思维模型和商务策划师职业知识。

课程功能：使文科学生具有工科学生的专业技能，增强动手操作能力，提高实际分析能力和综合能力，提高职业竞争力。

理工科（含文科选修）本科教学

上篇全部、中篇前两个单元、下篇全部，其他部分自学。教学周期为 45 学时左右。配套参考书为《策划——改变你生涯命运的 OK 故事》、《策划——引爆你大脑深处财富的 OK 故事》、《策划——e 时代的 OK 故事》。教学重点为思维模型和企划工程师职业知识。

课程功能：使理工科学生开阔眼界，获得一定的参与决策能力，放大理工科专业知识的适用面。

就业指导教学

上篇全部、中篇前三个单元、下篇前两个单元，其他部分自学。教学周期为 30 学时左右。配套参考书为《OK 职业生涯规划》。

课程功能：通过创新素质的系统培养，提高大学生的就业自信力和就业竞争力。

配套服务

教师参考书与教材紧急补订、软件服务等可直接与大连卧龙国际知识经济研究院取得联系。



导论 策划科学与企划技术

人们习惯地把直接用于竞争的智慧称为“谋略”，把个人使用谋略思维进行决策的过程称为“策划”。劳动创造了人类，竞争造就了智慧，智慧结晶成谋略、策划。人类每经历一轮竞争高潮，都要把谋略与策划水平推到新的高度。

策划思想溯源

中国春秋战国时期，政治军事竞争达到了高潮，策划思想也发展到了前所未有的高度，尤其孙武所著的《孙子兵法》问世，为谋略思想树立了一个世界性的高峰，至今还对全球竞争思维产生着重要影响。《孙子兵法》、《三十六计》、《资治通鉴》、《三国演义》等名著奠定了中国在世界上的谋略鼻祖地位。诸葛亮、张良、鬼谷子、管仲、乐毅等一大批“谋派”人物可谓家喻户晓，深受追崇，中国有着可供发展谋略思想和策划科学的丰厚的历史积淀和人文土壤。

西方在 19 世纪末~20 世纪 70 年代，迎来了商业的“春秋战国”时期，竞争的需求引爆了一系列充满谋略的思想方法。1897 年，帕累托 (V. Pareto) 提出了帕累托分析法；1909 年，厄兰 (A. K. Erlang) 提出了排队论方法；1919 年，美国柯蒂斯出版公司创立了市场调查法；1939 年，奥斯本 (A. F. Osborn) 发明了著名的头脑风暴法；1949 年，戈登 (T. Gordon) 和赫尔默 (O. Helmer) 提出了德尔菲法；1957 年，美国麦卡锡 (E. J. McCarthy) 提出了市场经营组合法，即著名的“4Ps”理论；1969 年，志村文彦提出了著名的 TT-HS 法，即思考树法；还有美国陆军提出了 5W1H 法、贝利 (R. L. Bailey) 提出了六步检核法；爱德华·德·波诺 (Edward de Bono) 于 20 世纪 80 年代发明了“横向思维法”等等，这些方法的相继问世，使谋略、策划从认识时代发展到了方法论时代。

现代策划科技产生背景

一波未平，一波又起。自 20 世纪 90 年代中期开始，经济的信息化、全球化、知识化浪潮骤起，市场环境突变，竞争加剧，给策划领域提出了新的要求。安索



夫 (H. I. Ansoff)、迈克·波特 (M. E. Porter)、纽曼 (William H. Newman)、大前研一、彼德·圣吉 (P. M. Senge) 等从不同方面为这场全球性竞争提供了理论准备, 人类第一次为应对竞争在理论上有备而来, 这些学说也为现代策划科技的诞生奠定了理论基础。伴随知识经济和经济全球化时代的到来, 分散在中国古典谋略思想中、西方管理科学中大量的策划科学知识开始进行独立整合, 1998 年世界商务策划师联合会 (WBSA) 的成立, 1999 年发布了第一版《核心课教程》, 标志着整合全球策划科学、建构现代策划科学体系的进程开始启动。2000 年, OK 理论发表, 不仅使现代策划科学有了核心思维模型, 也使人们的策划思维可以在电脑和网络的辅助下高效率地进行, 使企业建构学习型组织、打造创新型组织有了主导工具, 这一进步, 标志着企划进入了技术时代。为了使企划技术综合发展, 国际企划工程师协会 (ICKOO) 于 2004 年成立, 同年, 发布了第一版 OK 企划软件。

现代策划科学结构

按照 WBSA 理论的构造, 现代商务策划科学由三个部分构成: “人本线”、“资本线”和“知本线”。所谓“人本线”, 即从人的思维模式出发, 探讨策划思维的规律, 这是策划科学的基础部分。策划科学按其研究领域的不同可以划分为政治策划、军事策划、商务策划等等, 但无论什么领域的策划都要建立在人的思维基础上。把人的策划思维模式贯穿到企业经营决策过程, 就是所谓的“资本线”, 即从企业决策出发探讨策划思维的规律。伴随企业决策过程的展开, 知识在不断地进步, 如何把不断进步着的知识正确地管理起来, 这就是所谓的“知本线”, 即从知识进步出发探讨策划思维的发展规律。三条线一脉相承: 人的思维通过企业实践变成新知识, 新知识再提高人的思维水平, 再提高企业的实践水平, 进而再提升知识……, 不断巡回往复, 螺旋上升。总之, 掌握了策划科学理论, 可以使面对任何决策问题都能用一种先进的思维模式去应对。

现代企划技术简介

按照 ICKOO 理论构造, 现代企划技术由三个部分构成: “个人技术”、“群体技术”和“企业技术”。所谓“个人技术”是满足个人策划使用的技术; 所谓“群体技术”是满足多人共同策划使用的技术; “企业技术”是满足企业 (法人) 策划使用的技术。这里所说的“技术”包括: 企划方法、企划工具、企划方法与企划工具的应用。现代企划技术三个组成部分一脉相承, 个人决策技能的提高,



带动群体决策技能的提高,群体决策技能的提高带动企业决策技能的提高;反过来,企业决策技能的提高会促进群体决策技能的提高,群体决策技能的提高会促进个人决策技能的提高。总之,用现代企划技术武装了自己,就可以使我们比别人思维得更全面、更准确、更快捷、更富有创造性,用自己的思想去影响别人就会更主动、更容易、更有力。

正是因为策划科学与技术知识体系的整体性非常强,所以,要求我们立足整体学习局部知识。在局部知识不能透彻理解的时候,可以等到掌握了整体知识构架后,再回过头来去深入理解局部知识。

策划科学与技术是一门应用性比较强的学科,所以,要求我们在学习中一定要理论联系实际,从实际生活和工作出发,多向自己提出问题。解决问题越多,对知识的理解就越深刻,理论的应用价值就越高。

策划是一门交叉性、综合性比较强的科学,涉及到哲学、心理学、创造学、逻辑学、经济学、管理学等,所以,要求我们要博览群书,广泛联系,汲取不同学科的营养,把策划学科变成涉猎知识海洋的推进器,努力把自己打造成高复合的人才。

迎接知识经济时代

环境造就人才,时代造就英雄。人类已经进入知识经济时代,今天毕业的大学生将直接享有知识经济社会带来的特有的机遇,同时也将直接面临知识经济社会带来的特有的挑战。

在知识经济时代有三个最基本的特征:知识化、信息化、全球化。

所谓“知识化”是指知识不仅作为一种生产要素,而且还作为生产的支柱和主要产品;经济不再建立在物质资源的消耗基础上,取而代之的是知识和智能;脑力劳动者成为经济社会的主体,1956年美国的白领阶层人数首次超过蓝领工人人数,到了1990年白领与蓝领的人数比例达到了84:16!在知识化的大趋势下,企业发展观念也随之发生着巨大的变化,人力资源成为企业的第一资源,企业从重视人才发展到了追求人才;内部培训已经作为企业资本投资的重要组成部分;研发业务已经成为企业的生命线;作为充分发挥人才作用的手段,软件已经成为管理的必备工具;企业的无形资产作用在迅速提高,一些世界500强企业的无形资产是有形资产的3倍以上。如何最大限度地把知识生产出来呢?如何使人们的大脑联合起来形成知识生产线呢?“信息化”就显得十分重要。

所谓“信息化”是指在信息手段和工具的帮助下,人的思维可以从繁杂的计