

● 高等教育行政管理核心课程教材
“社会管理创新”能力提升教材
素质培养教材 公务员考试参考资料

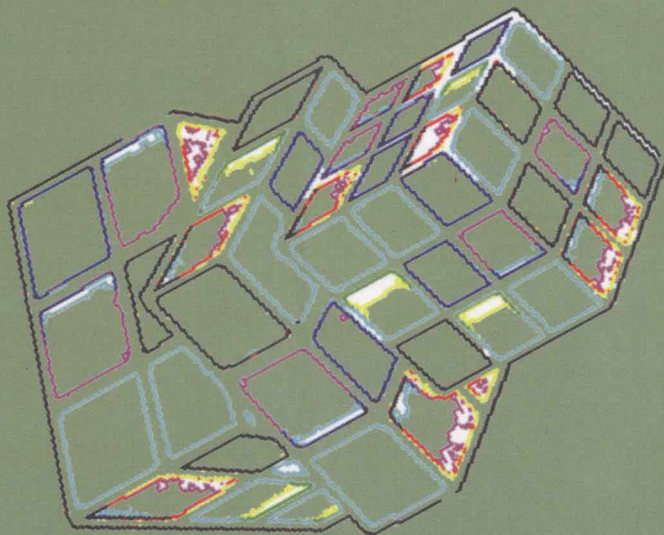
政府策划—理论与案例

The Public Sector Masterminding Theory and Cases

吴 灿 (Wu Can) 著

网络信息时代给政府管理带来的变革与应对

策划学系列理论已经由美国权威出版社圣智学习出版集团 (Cengage Learning) 翻译成英语出版!



国家行政学院出版社

- 高等教育行政管理核心课程教材
- 领导干部“社会管理创新”能力提升教材
- 公务员素质培养教材 公务员考试参考资料

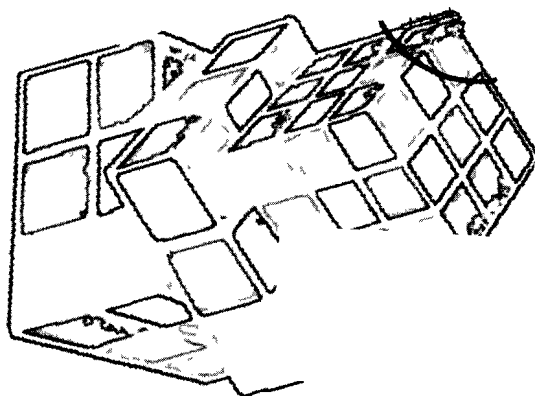
政府策划——理论与案例

The Public Sector Masterminding Theory and Cases

吴 粲 (Wu Can) 著

网络信息时代给政府管理带来的变革与应对

策划学系列理论已经由美国权威出版社圣智学习出版集团 (Cengage Learning) 翻译成英语出版



国家行政学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

政府策划理论与案例 / 吴粲著. —北京: 国家行政学院出版社, 2011.7
ISBN 978-7-5150-0143-2

I. ①政... II. ①吴... III. ①公共管理: 行政管理—研究 IV. ①D035

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 138559 号

书 名 政府策划——理论与案例
作 者 吴粲
责任编辑 姚敏华
出版发行 国家行政学院出版社
(北京市海淀区长春桥路 6 号 100089)
电 话 (010) 68920640 68929037
编 辑 部 (010) 68928761
网 址 <http://cbs.nsa.gov.cn>
经 销 新华书店
印 刷 成都科星印务有限公司
版 次 2011 年 7 月第 1 版
印 次 2011 年 7 月第 1 次印刷
开 本 170mmx240mm 1/16 开
印 张 22
印 数 1 ~ 60500
字 数 430 千字
书 号 ISBN 978-7-5150-0143-2/D · 058
定 价 45.00 元

序

2011年2月19日，胡锦涛总书记在“省部级主要领导干部社会管理及其创新专题研讨班”开班式上发表重要讲话，强调“扎扎实实提高社会管理科学化水平，建设中国特色社会主义社会管理体系”。

开班式在中共中央党校举行，由中共中央政治局常委、中共中央党校校长习近平主持，参加这次研讨班的有各省区市、中央和国家机关以及军队各大单位主要负责人。

领导干部行政策划能力的培养和提升是适应“社会管理创新”的要求做出的一项有益的探索。

正是在这种背景下由国家行政学院出版社和笔者共同努力完成了与“社会管理创新”主题相关的本书的出版。

策划学是诞生并成熟于中国的一门新学科，这门学科经历了产生、发展、成熟、完善的过程，而且现在已经走出了中国，推向了世界，笔者的《策划经济学理论与应用（第五版）》已经被国外权威出版社圣智（Cengage Learning，全球最大的为终身学习提供信息的出版集团之一）翻译出版。

策划学更多地是探讨市场策划，市场策划学简称为策划学，市场策划学究竟研究什么？概括地说是研究市场信息和市场决策的一门新学科。

政府策划是从市场策划学理论发展而来。为什么从市场策划理论能发展出政府策划理论呢？因为在政府管理中很多时候要运用到市场行为的策划学理论，政府在公共管理事务中要运用策划学理论来为行政管理服务，政府策划主要研究的是行政管理方面的策划问题。从学科角度划分，政府策划属于行政管理范畴。

政府策划理论将重点研究网络信息时代给行政管理带来的变革与应对，网络技术的发展对政府执政带来了前所未有的冲击，这种改变也是划时代的，对行政管理提出了更高的要求，表现在三个方面，第一，政府执政的透明性，借助互联网平台，公众更有热情和更有机会参与到行政管理的监督中来，对于行政管理中的腐败或阴暗面，要进行掩盖也会更加困难，公众会利用互联网曝光在光天化日之下。互联网带来的信息革命，也只有更加透明地执政，这样才能赢得公众对政府的支持，减少公众的质疑，这样才能更好发展经济；第二，要求有高素质的公务员来进行行政管理；第三，政府要有能够处理互联网产生的负面信息的能力，要应对突发事件在网

络上疯狂传播的信息。不懂网络的领导已经不是一个合格的领导。

互联网时代，政府应对负面信息绝对不能再采取简单的方法：封锁！

因为互联网时代要进行某种信息封锁已经非常困难，如果动不动就对互联网的信息封锁，长期下去，就只会积累、加深、激发民众矛盾。

要么唯一的做法是：不发展、不利用互联网这项新技术。然而现代经济的发展与互联网信息技术紧密相关，如果不发展、不利用互联网技术，就会严重阻碍经济的发展，久而久之，就与社会隔绝，落后于现代社会，被现代社会所淘汰。在现代互联网技术下，有的政府部门因为腐败却想法掩盖社会的监督，甚至进行网络信息封堵，结果带来的当然是公众的强烈质疑，同时给政府产生更多负面影响。

在中国这些理论除了适用于政府机构外，也适用于一些事业单位，比如医院、学校、媒体等，这些机构有时也具有公共行政机构服务的特点。所以政府策划也称为行政策划。

虽然中国的政治体制与西方有所不同，但在政府策划上很多却是共同的，这就如发展经济的理论对不同政治体制的国家都能适用一样，而政府策划理论本来也是经济学理论的延伸。

通过本书的研究和学习会发觉，政府策划在公共行政过程中非常重要。

澳大利亚昆士兰的有关政府部门策划的“全球招聘大堡礁看护员，半年薪 15 万澳元(约 65 万元人民币)，世界上最好的工作”是轰动全球的经典政府策划案例！为我国很多政府人员所称道，在我国也出现了几例模仿这个案例的政府策划。

其实，本书探讨的政府策划理论已经被许多政府部门广泛运用并产生了很大的效果，比如举世瞩目的世界博览会（World Exhibition or Exposition）从 2010 年 5 月 1 日至 10 月 31 日在上海举行，很显然这当中必须用到很多策划手段，如何吸引游客？要用哪些宣传手段？游客多了如何控制？这里面要运用相关的行政策划知识。一些地方政府实施的行政策划已经经受了时间的检验，越来越为当地的经济的发展发挥作用，比如我居住的城市——成都，地方政府部门策划的三圣花乡，府南河的整治与旅游策划，对当地的经济的发展百姓有目共睹。本书将对一些成功的案例进行总结。

政府策划中存在一些原理、技巧及常识，同时也有很多误区，政府最重要的一条原则是严肃性和稳重性，而不能象娱乐界那样盲目追求轰动效果，为了达到某种效果甚至采取一些哗众取宠的手段，政府若实施这种策划不但不能取得好的正面效果，结果带来的更多的是负面影响，比如宜春市为了扩大知名度策划采用的宣传语“宜春一座叫春的城市”，这种策划给政府带来的更多的是负面效果。

从 20 世纪 80 年代改革开放以来，中国经济经过几十年的发展，取得了非常可喜的成绩，到目前正进入了一个非常关键的转型时期。经济发展带来的财富积累与

政府对国民财富的管理正在考验着中国各级政府的行政水平，所以加强一些新理论的学习也是中国政府人员满足时代的要求。

比如对新闻媒体信息的运用与管理上，虽然中国的新闻有很多特殊性，但随着新技术、新媒体的发展，特别是互联网的发展对新闻管制带来的挑战，对这些信息的管理就需要新的思路 and 手段。所以如今我们政府如何运用和管理新闻媒体的信息也是政府策划中非常关键的问题，而不是采取过去的简单方式：只是对新闻信息简单的封堵。比如汶川地震期间四川卫生厅一官员打人事件，云南监狱发生的躲猫猫事件，贵州瓮安事件，这些事件都在考验政府对互联网时代的新闻信息的管理和处理水平。

一些公共事件、突发事件的处理其实都需要政府人员首先要掌握更多的理论知识，然后在实践才能运用自如。

导言：加强和创新社会管理与提升 领导干部行政策划能力

在 2010 年 3 月两会召开期间，胡锦涛总书记等中央领导同志在省部级主要领导干部社会管理及其创新专题研讨班上发表了重要讲话，体现了党和国家对社会管理创新的高度重视。“社会管理创新”也首次被写进了两会的政府报告中，由此可见，“社会管理创新”被提到了一个相当的高度。以往的政府工作报告多讲经济发展，但社会管理方面的分量还显不够。2010 年的政府工作报告，把社会管理放在更加突出的地位，这是十分必要的。

当前，我国既处于经济社会发展的重要战略机遇期，又处于社会矛盾的凸显期，发展中不平衡、不协调、不可持续等突出问题直接反映在社会管理领域，对社会管理提出了严峻挑战。加强“社会管理创新”正确解决社会矛盾，既是作为各级党委政府参与社会管理的基本任务之一，也考验着各级党委政府的执政能力。“社会管理创新”就是要正视这些矛盾，想办法、解难题、促和谐。

党的十七大报告强调，要加快推进以改善民生为重点的社会建设，完善社会管理，努力形成社会和谐人人有责、和谐社会人人共享的生动局面。

社会管理是作为政府的重要职能，是国家通过制定一系列社会政策和法律法规，对社会组织和社会事务进行规范和引导，培育和健全社会结构，调整各类社会利益关系，回应社会诉求，化解社会矛盾，维护社会公正、社会秩序和社会稳定，维护和健全社会内外部环境，促进政治、经济、社会、文化和自然协调发展的一系列活动的过程。¹

社会管理是一个复杂的、综合的系统，要确保其始终发挥应有的重要作用，就必须建构相应的系统机制予以支撑。

“社会管理创新”是指对社会管理进行创新的过程，也是社会管理和重大变革和发展。在目前阶段，“社会管理创新”也指完善社会管理手段，运用新的方式与方法，实现由单一的行政手段向综合运用法律、政策、经济、行政、教育等手段转变，其目的在于使整个社会能够形成更为良好的秩序，产生更为理想的政治、经济和社会

¹ 杨建顺，“社会管理创新的内容、路径与价值分析”，《检察日报》，2010.2.2。

效益。

“社会管理创新”这是一个概念，从理论和学科角度来说，它更多属于行政管理和经济管理的范畴。

2011年3月的两会期间出台的“十二五”规划纲要目标考验着各级政府执行力和公信力，“社会管理创新”为实现这一目标提供了保障，政府公务员综合素质能力（包括行政策划能力）的提升又是“社会管理创新”的前提。

从行政管理策划（包括政府策划）角度谈“社会管理创新”有以下一些方面：

1.加强和创新社会管理，提高社会效率。

旧的管理方式渐渐不能适应新的社会发展，但新的管理模式还不健全，用创新的社会管理方法，来提高社会管理和效益。只要是管理，追求的目标就是：效益。

全能型政府的一个必然结果，是政府运转成本居高不下，社会自治能力低下，相应效益不高，但社会自治能力需要一个很长时间的发育和培养，这就需要加强和创新社会管理来提高效益。

2.加强和创新社会管理，更好地发展经济。

通过30多年的改革，我国建立了市场经济的基本框架，但相配套的社会管理机制还没有完全建立起来。我国经济结构已进入工业化中期阶段，而社会结构还处于工业化初期阶段。

现在我们必须加强和创新社会管理，以加快转变速度，更好地为经济发展服务。

3.加强和创新社会管理，更好地处理社会危机。

中国处于一个转型时期，社会矛盾日益复杂，面临的困境也越来越多，与其他西方发达国家走过的路一样，这也是当前我国社会发展的阶段性特征。要保住改革开放以来取得的来之不易的成果，加强和创新社会管理，更好地处理社会危机，也是当前紧迫的任务。

我们要准确把握我国现阶段经济社会发展的客观规律，正确认识新时期加强社会建设和社会管理创新的基本特点，紧紧围绕当前社会管理中的突出问题，总结经验，不断探索，开拓进取，创新发展，努力走出一条社会管理工作的新路子，为新时期加强社会建设、创新社会管理，实现经济社会又好又快发展作出积极的贡献。

特别是要探索推进群众调解、行政调解、司法调解的相互对接和有机融合，实现“多调联动”。立足于教育、监督、管理，加强法制宣传、警示教育、风险预警和诫勉谈话等工作，尽可能预防和减少各类犯罪。依法保护人民群众的合法权益，以司法战线更加良好的工作成效，切实促进社会公平正义。

当前随着我国经济向纵深发展，各种问题和矛盾也显现出来，但我们要不怕有

矛盾，重要的是建立百姓和政府之间的良性互动。近些年来，全国启动了县委书记、公安局长等大接访活动，变群众上访为干部下访，受到群众称赞。

当前的各种社会矛盾和问题，绝大多数都可以溯源到利益关系。无论拆迁、征地、国企改革、民企劳资纠纷，各种原因引发的问题都是如此。

化解和处理各种社会危机重要的是，要建立起一套让领导干部能够真正扑下身子到群众中去解决矛盾的长效机制。

社会管理的过程，就是不断解决矛盾、化解危机的过程，加强和创新社会管理决定着矛盾化解的质量。在一些社会管理领域，目前正经历着从“被动式管理”向“主动式服务”、从“单向约束”向“互动管理”的转变。尽管离人民群众的期待还有距离，但转变和改进的趋势不可逆转、日益明确。

调解社会矛盾、化解社会危机不仅要在技术层面完善和创新，更需要价值层面的丰富和彰显，在以人为本的原则下化解矛盾。

加强和创新社会管理，更好地处理社会危机，还要健全社会风险评估机制和应急管理体系建设，提高应对各种风险的能力，并形成维护社会长期稳定和有效处理社会公共危机事件的社会稳定机制。在群体性事件等危机处理中，要善于做到“情绪疏导”和“情绪管理”，以贴近的感情疏导民情，化解危机，尽量避免机械、简单地运用“物质满足”或者“物质诱导”的方式。扩大群众参与度，多种社会力量与领导干部形成社会管理合力，群众力量和政府力量形成合力。

加强和创新社会管理，更好地处理社会危机，还要完善社会管理格局，优化基层服务体系，把人力、财力、物力更多投到基层，确保社会和谐稳定，是建设有中国特色社会主义社会管理体系的重要任务。

理性看待利益矛盾，这是一个社会发展中正常存在的现象。“大众”与“小众”的利益协调，是社会发展的常态。

一个好的制度往往并不是表现为其中没有或很少有矛盾或冲突，而是表现为它能够容纳矛盾与冲突，在矛盾和冲突面前不至于显得束手无策或过于脆弱，同时，能够表现出很强的解决冲突与纠纷的能力。

4.加强和创新社会管理，借鉴国际先进管理经验。

应结合我国的实际情况，吸收世界先进的管理社会的经验，探索符合我国国情的社会管理中的竞争模式。

当然各个国家的社会管理方式都会有自己的特点，有的国家可能政府作用强一些，有的政府作用弱一些。从国际经验来看，社会管理关键是要充分发挥公民自治的能力，构建合理的机制，使这些机制发挥作用。政府不轻易去作运动员，更多建立机制起作用，更多作为一个裁判员，包括让法律法规发挥作用，机制建立起来，

社会更加和谐。

为适应国家竞争力，应该完善政府社会管理的职能体系，为社会管理领域的良性竞争创造良好的环境。过去由于我们过分重视经济发展，政府在社会管理领域的职能严重缺失，一些公共产品与服务的生产、供给中存在竞争混乱、两级分化、质量低下的局面。因此，政府需要加大公共服务的投入力度，完善社会管理职能，规范公共服务的竞争秩序。

要“权为民所用”，提高官员的素质，树立“执政为民”的理念，这是最基本的出发点，全世界各个国家的政府官员都应以此为出发点。

“社会管理创新”从行政管理角度概括地说，社会管理创新考验领导干部的综合管理能力和综合素质，复杂的社会背景下，一方面靠机制的创新，包括方式方法的创新，另外一方面领导干部应该从多方面提高素质应对可能出现的问题。

光有良好的愿望，没有相应的能力也不行，作为一个现代政府官员一些基本的素质是必备的，在基本的行政管理能力和水平这方面要不断提高，要掌握行政管理方面的一些基本的方式方法，基本的一些技能方面要进一步提高，这样才能在日常管理当中充分发挥应有的水平。

提升领导干部、普通公务员的行政策划能力是行政管理能力的一个方面，是适应以上形势提升综合素质能力的其中一种。

目 录

序

导言：加强和创新社会管理与提升领导干部行政策划能力

第一章 政府策划的基础与来源 1

第二章 政府策划的意义、定义 11

第三章 政府策划的基本原则 18

18 第一节 原则 1：真实性是政府策划中必须遵守的底线

18 案例：假华南虎策划使政府部门信誉扫地

24 案例：日本许多政府部门参与的考古造假策划

26 争鸣与探索：建神话人物孙悟空故里风景区，三地争观音故里

33 第二节 原则 2：政府策划必须恪守严肃性及稳重性

33 案例：宜春政府网竟然用低俗广告语来换取知名度

35 案例：成都平乐古镇不愿意策划为“私奔圣地”

37 案例：济南市政府一条商业街拟建某女明星塑像

38 案例：行政策划的公益广告有欠严肃性

39 案例：政府设置的广告牌语有欠稳重性

40 第三节 原则 3：政府策划不能盲目追求知名度

40 案例：云南罗平县旅游局策划用有争议网络人物“芙蓉姐姐”提高旅游节知名度

44 案例：荒唐策划：报社用模特扮地震灾民，被指违背公德遭停刊

45 案例：惨痛历史片，竟被策划成“奸杀”片刺激卖点

49 争鸣与探索：政府用“公款追星”搞活动副作用多

第四章 政府策划的基本原理 56

56 第一节 平衡原理

56 现象与分析：报纸中的平衡原理

57 现象与分析：网站的主页的广告问题

58 专题研究：央视 2010 年春节晚会没有处理好平衡关系：植入广告太多遭质疑

62 第二节 习以为常原理

62 现象与分析：城市繁华路段广告牌效果调查

63 现象与分析：高速公路上路牌广告的效果调查

64 第三节 信息干扰分散原理

64 现象与分析：“四川全兴郎酒队”冠名中的信息干扰问题

65 现象与分析：电视、广播的广告信息干扰分散现象

66 现象与分析：足球冠名信息干扰分散

67 案例：姚晨骑驴吆喝，意外捧红赶驴网

71 第四节 心理学在策划中的应用原理

71 案例：恒源祥重复 12 生肖广告，观众称无法忍受

72 资料：网友票选最受不了广告，重复广告易当选

76 第五节 效益原理

77 案例：啤酒广告戏屈原被停播

78 现象与分析：常见到的请名人做广告现象

79 第六节 系统性、整合性原理

80 现象与分析：制约旅游项目的是交通不便

87 第七节 价格尺码信息原理

88 案例：柯达胶卷采取高价策略进入日本市场

第五章 政府策划的信息效应 90

90 第一节 聚众效应与分散效应

91 专题研究：聚众效应的经典应用：四川“六朵金花”酒

93 专题研究：四川省政府利用聚众信息效应：建立金融博览城

95 案例：成都茶将统一叫“天圆”

97 专题研究：聚众效应发挥威力，“中国丹霞”联合申遗成功

103 案例：成都三圣乡用“五朵金花”申报“4A”景区

105 第二节 点式效应与示范效应

105 案例：美国重返月球图个啥？

107 专题研究：沃尔玛致胜绝招：用“天天特价”来起点式效应、示范效应

113 第三节 信息界限及信息倍数效应

114 案例：北大校园裸体雕塑引争议

117 案例：法国印象派雕塑起争议

123 专题研究：万宝路广告回顾

125 第四节 联动效应

125 案例：凤凰卫视：从“飞越黄河”起飞中国内地

127 专题研究：联动效应：——《华西都市报》策划的读者节

134 第五节 信息媒介的互动效应

- 135 现象与分析: 各种媒介传播信息的长短处
- 136 案例: 信息媒介组合产生的信息互动效应
- 138 第六节 美女信息效应**
 - 138 案例: 以色列政府策划用美女来树立国家形象
 - 140 专题研究: “美女信息效应”的历史根源
 - 143 案例: 反恐装备展用性感模特儿登场遭质疑
- 146 第七节 名人信息效应**
 - 152 资料: 西方国家严管名人广告
- 154 第八节 品牌信息效应**
 - 155 文章摘录: 品牌缺失, 茶叶发源地中国, 七万茶厂不敌一个英国立顿
 - 163 案例: 苹果平板电脑进入中国市场的名牌效应
 - 167 资料: 世界品牌排行, 中国有四大品牌入列
 - 167 资料: 全球最具价值 500 品牌排行榜: 中国 19 家公司上榜
- 第六章 政府策划重点问题专题研究 169**
 - 169 第一节 政府策划与互联网时代的社会危机应对及新闻管理**
 - 172 理论应用: 应用策划信息原则处理网上的负面信息
 - 173 专题研究: 用策划信息原则解析“重庆彭水诗案”
 - 178 案例: 网络信息力量揭露云南“躲猫猫”事件真相
 - 184 案例: 四川男子发帖讽喻官员寻欢猝死被拘
 - 186 案例: 安徽白宫书记事件
 - 197 第二节 政府策划的形象代言人研究**
 - 197 资料: 政府策划中用到的形象代言人
 - 206 专题研究: 我国政府策划中的一些代言人
 - 212 第三节 政府策划的价格信息与技巧处理**
 - 213 专题研究: “价廉物美”不再是优势, 可能是一种悲哀, 中国应加紧塑造名牌大国
 - 223 案例: 外资加油站每升降价 5 角, 带来轰动的广告效应
 - 225 案例: 香港迪士尼乐园金融危机中涨价引质疑
 - 228 案例: 2010 年春节期间三亚住宿狂涨, 吓走游客, 节后狂跌
 - 239 第四节 政府策划的信息传播决策: 如何选择媒体**
 - 240 现象与分析: 大城市的中心的媒体分析
 - 241 资料: 中国商务人士群体理财需求旺盛, 最爱读报纸
 - 243 现象与分析: 小区里开超市应该如何做广告
 - 249 第五节 政府策划对广告信息的应用与处理**

259 理论应用：有效信息在刑事学中的应用

265 案例：南开大学愤怒：录取通知被夹带商业广告

268 资料：北京、上海等十城市居民过半数不相信广告

269 案例：《英雄》加播广告被杭州一律师告上法庭

273 第六节 政府策划的实施程序及策划书的基本格式

第七章 政府策划经典与成功案例赏析 279

279 第一节 澳大利亚政府策划世界上最好的工作，带动当地旅游

288 第二节 中国“西部硅谷”——成都高新区的行政策划之道

312 第三节 政府策划案例典范：武隆县旅游策划解析

后记 336

第一章 政府策划的基础与来源

◆.....◆
◆.....◆
◆.....◆

政府策划是从市场策划理论发展而来的,那么我们要学习政府策划之前先要了解市场策划理论的情况。

市场策划学(简称策划学)在中国从 2004 年出版第一版以来,至今已经是第五版第 21 次印刷,并被广泛应用于中国的经济实践。

中国自 20 世纪 80 年代初实施改革和对外开放以来,经过几十年的发展,经济取得的成就全世界有目共睹。

中国作为一个 20 世纪末崛起的新兴经济体,在经济发展过程中肯定会遇到许许多多的新问题,在这种背景下来研究一些经济问题,借鉴、吸收世界的先进经济理论,并针对中国的现实经济问题进行提炼,这样肯定会有新的理论产生。

市场经济学虽然是诞生于中国并发展于中国的理论,它诞生最初的原因是解决中国经济发展中遇到的问题,然而市场问题本来也是国际性的理论问题,探讨市场问题的理论不只对中国适用,这些理论也应该推广到世界去,它对其他国家的经济问题同样有理论指导价值,经济理论研究对经济市场应该具有通用性和国际性,所以反过来它在世界范围内都应该会引起关注,这样市场策划学也应该成为国际性的理论。

值得欣慰的是:市场策划学理论就是以中国经济发展为背景,以世界经济为舞台的原创性理论。书中研究的主题对世界经济的发展也应该有共同性,会在科研或者教学领域被广泛地提及。

2010 年《策划学》被美国圣智出版集团(Cengage Learning,全球最大的为终身学习提供信息的出版集团之一)翻译成英语出版,这样使这种新理论开始走向了世界。

能够得到美国权威出版社的出版主要有以下两种原因:

第一,从改革开放以来经过几十年的发展,中国的经济取得的成就全世界有目共睹,中国作为世界经济新兴体被称为“金砖四国(BRIC)”,很显然无论是经济实践或经济理论引起世界的关注也是理所当然的!

第二,市场策划理论是起源于中国的原创性理论。它是以中国经济发展为背景,以世界经济为舞台的原创性理论!市场策划理论是一门地地道道起源于中国,并发展于中国的学科。它起源于中国改革开放之初的 20 世纪 80 年代,它是中国改革开

放后实行自由竞争带来的必然产物。

市场策划作为新理论已经在中国经过几十年的发展,从诞生、发展到逐渐成熟、完善,并被广泛应用于实践中,它也越来越受到社会的欢迎和重视。

目前,市场策划在中国表现得非常活跃并朝着非常良性、积极的方向发展,无论是理论研究或社会应用,它都走到了世界的前面。

市场策划理论得到世界权威出版社的认可也只是向世界迈出了一小步,但一个奇怪的现象也值得我们深思:中国经济实践取得了世界瞩目的成就,而经济理论为什么不能取得相应的发展?长期生活于中国本土的学者,对中国的国情和文化更应该了解,然而为什么没有一些以中国经济发展为背景的有世界影响力的、重大的理论的诞生?

(一) 市场策划学在中国的诞生的大环境

探讨市场问题的市场策划学是一门地地道道起源于中国,并发展于中国的学科。笔者在探讨市场策划学的基础上,经过升华提炼,上升到探讨整个经济学领域,策划经济学理论是在策划学理论上发展而来。

策划学起源于中国改革开放之初的 20 世纪 80 年代,它是中国改革开放后实行自由竞争带来的必然产物。

随着改革开放的深入,原来许多由国家政府部门统一的、计划的行为转变成了自由竞争。特别是经济方面,由原来政府统一的计划经济转变成了市场经济,这样就必然形成商业的自由竞争,也就加剧了各种商业的竞争程度。

对于普通人来说,就时时面临着各种自由竞争,比如择业竞争、国家公务员公开选拔等。为了在自由竞争中取得成功,每个人就必然要时时对生活中发生的事或产生的项目进行周密计划、打算,并在遵纪守法的基础上采取良计妙策,然后才能获得成功。

面对自由竞争,每种行业、每个人随时都要考虑在自由竞争中如何才能取得成功,所以随时随地都得有计划、有打算,找到取胜的计谋、策略;每个人随时都要关注市场的各种变化,并了解、熟悉、发现、掌握在市场竞争中领先的方式、方法。在这种大环境中,策划自然而然地就成了社会的热门话题,各种行业、各种人都在讲策划,都必须用策划。

特别是到了 20 世纪 90 年代中期,中国改革开放已进行了二十几年,经济可以说取得了很大的发展,具有以下三大特点:①进入了知识经济的初期;②商业进入了微利时代;③产品已出现了过剩。

尤其是中国的经济开始出现一种新情况,这种新情况是以前从未遇到过的:产

品大量过剩，所以市场竞争非常激烈。

由于以上三大原因，一些商家迫切希望能有不断满足市场发展的、能解决新问题的新理论。

这是策划学产生的大环境。

策划学是一门地地道道起源于中国并发展于中国的一门新学科。

（二）策划学在中国的起源、发展、现状

1. 起源

对于商业界来说，中国的市场策划业最初来源于风靡一时的点子。在 20 世纪 80 年代，点子风靡中国，其代表人物是何阳。当时，很多媒体都对何阳的点子进行了报道。当时社会上也有很多人自称是“点子大师”。

在那段时间，中国的改革开放开始向纵深迈步，企业界热切盼望发展，渴求各种新知识，消费者的心态也不成熟，这时，中国人突然发现，点子原来那么有效，于是，何阳成为全国性的风云人物，在全国各地做报告达到 400 多场。接着，各地的“点子大师”风起云涌，中国的职业“点子大师”开始全面发展。那时也开始出现把“点子大师”称为“策划人”，一时“点子大师”或称“策划人”成为最炙手可热的群体。何阳的“点子”的确造就了不少市场热点，到高峰时期，何阳曾兼任过“中国质量万里行”主持人，是北京大学、中国人民大学、中国矿业大学等 12 所院校的兼职教授。

一个绝妙的点子让何阳赚了 40 万，并登上 1992 年《中国青年报》的头版头条。其后，何阳周游各省，到处应邀帮企业出点子、想办法，所到之处受到热烈欢迎，厂长经理要在门口排队等候“就诊”。何阳的第一本著作《何阳的点子》迅速成为畅销书，1988 年创办“北京市和洋民用品技术研究所”并担任所长，后又成立“北京和洋咨询公司”并担任总经理，实际就是一个“点子公司”。

但不久何阳就出事了。2000 年 1 月 11 日，何阳因涉嫌诈骗被银川市公安局刑事拘留。2001 年 3 月 15 日，“点子大王”何阳诈骗一案经宁夏回族自治区银川市城区人民法院公开审理，作出终审判决：何阳犯诈骗罪，判处有期徒刑 12 年，并处罚金 5 万元。

当“点子大王”何阳因涉嫌诈骗百万巨款，在宁夏折戟时，中国的点子界人士纷纷与之划清界线。从此“点子大师”开始受到社会质疑，很多“点子大师”也不愿再用这个称谓，而是用“策划人”代替了“点子大师”的称谓，“策划”便成了时髦词语。

其实今天回顾和评价何阳，尽管他触犯了刑法，但他对中国策划业的发展还是有功劳的，正是何阳的点子推动了中国策划业后来的发展。作为最早提出点子可以卖钱的人，何阳的点子适应了当时社会的某种需求。还有在当时提出点子的经济价