

传奇故事★商战档案★学术专著★经营指南

- 以3.2亿巨资蝉联两届“标王”的秦池集团如何导入、开发CI战略；
- 以2.2亿冲击“标王”未果的齐民思集团，如何另辟新径，在市场竞争中不战而胜；
- 闻名于世的“华侨城”如何成为中国第一个区域形象策划主体，实现思想飞腾；
- 证券风云中的“三线股”川盐化，如何策动企业发展的第二次革命。

与标王共舞

——
策划人王克和他的经典战例



沈泓 著

时代文艺出版社

与标王共舞

——策划人王克和他的经典战例

沈 泓 著

时代文艺出版社

与标王共舞——策划人王克和他的经典战例

作 者:沈 泓

责任编辑:李 杰

装帧设计:席保平

出 版:时代文艺出版社

(长春市人民大街 124 号 邮编:130021)

发 行:时代文艺出版社发行部

印 刷:恒发印务有限公司

开 本:850×1168 毫米 32 开

字 数:350 千字

印 张:15.125

彩 插:8

版 次:1998 年 4 月第 1 版

印 次:1998 年 4 月第 1 次印刷

印 数:1-5000 册

书 号:ISBN 7-5387-1192-9/C·8

定 价:26.80 元



1996年在江西省首届名牌大会上演讲战例



1997年北京“中国CI实效战例王克专场演示会”



著名经济学暨新闻学家、经济日报总编辑艾丰为王克题词



主持广东省直企业形象战略训练营



在北京新华社主持齐民思集团“消费者满意工程”新闻恳谈会。



主持衡韵公司CIS发表会



与著名经济学家中国市场经济研究会会长王珏教授
交谈



1995年在南京接受江苏电视台采访



在温州美特斯·邦威“创名牌 扬邦威”会上讲话



为秦池集团总裁王卓胜颁发“CI之星”奖



在草珊瑚经销商会议上谈营销战略



在中房深圳公司策略营中与总裁沈东进作思路沟通。



广丰卷烟厂创名牌万人大签名



华侨城“飞腾工程”CI决策委员会



在川盐化“塑造新形象动员大会”上讲课



齐民思集团实施“消费者满意工程”誓师场面

内容简介

本书是一部传奇故事——

介绍一位职业策划人如何独步商海,纵横捭阖,以胸怀、人格、见识和卓尔不群的策划征服市场;

本书是一部机要档案——

披露一位职业策划人所主持的经典策划战例的详尽过程,让人们从中体味一个思维魔方转动的韵律;

本书是一部学术专著——

阐述一位职业策划人对政治、经济、文化的独到见解,经济学、传播学、广告学、营销学、公共关系学诸多学科理论探索与实践经验熔为一炉,让人领略比知识更有力量的智慧之光;

本书是一部经营指南——

报告一位职业策划人对中国经济和企业的精辟分析,企业创新经营、创新管理、创新制度、创新技术的秘诀与奥妙尽在文采动人的描绘之中。

这部故事、这部档案、这部专著、这部指南,更将首次向社会坦透:

——以 3.2 亿巨资蝉联两届“标王”的山东秦池集团,导入、开发 CI 战略的内幕;

——以 2.2 亿冲击“标王”未果的齐民思集团,如何另辟新径,在市场竞争中不战而胜;

——闻名于世的“华侨城”如何成为中国第一个区域形象策划主体,实现思想飞腾;

——陷入低潮的“衡韵”人，怎样东山再起，成为中国丝绸服装“十大名牌”；

——证券风云中的“三线股”川盐化，如何策动企业发展史上的第二次革命；

.....

本书的可贵之处，就是通篇都是在策划实践中悟透的哲理，又是在哲理指导下的策划实践总结，事寓于理，理溶于事，将思维的触角伸向制约经济与企业发展的社会环境、政治因素、企业结构、市场、品牌、员工素质等深层次的问题上。没有表层的策划理论复述，没有孤芳自赏的 CI 学说表白；没有模仿，没有空谈，更不是资料的堆砌和蹩脚的抄袭。

这本书，正是献给孜孜以求的策划业人士，献给求贤若渴的企业家，献给正在兴起的中国经济大潮的一部革命性力作！

目 录

楔 子 1997:中国 CI“王克年”…………… (1)

*“王克年”热火朝天动九州——“王旋风”搅动深圳、北京、温州……——“CI神话离我们并不遥远”

*一项策划一个思路——“旋风式思维”扫荡传统模式

*“策划之神”的时代已经来临——上兵伐谋，不战而胜

*一万里路云和月——两个 18 天——两个 5 省 1 市

第一章 人到灿烂总无华

——王克印象…………… (17)

*绝不拒绝预约——王克印象——古代隐士风貌

*王克才思敏捷论策划——政治家的素质 + 经济家的精明 + 军事家的谋略 + 艺术家的浪漫

*北京的策划大师南下——深圳的策划大师北伐

*王克成功的两大法宝——“事以密成”和“哀兵意识”——低调的人往往在寂寞中走得更远

*“二次创业,再造明天”——管理如写诗

*用军人的标准训练他的策划师——“九提倡、九反对”——用信念武装起来的兵团是坚不可摧的

*一天谋划 73 件事——一个策划家的大脑有多大?——一个策划公司老总的大脑有多大?

*“最高的奖赏在事业中”——名流视角中的王克

*一个必写的人物和团体——一个朋友和一个靠山——一个伯乐就是一次机遇

第二章 天地自在胸中

——纵横捭阖:王克策划逸事 (43)

*下海后的第一个策划——“隔山买牛”——6 个字 3 万元

*鸟——谋事在人,成事在天

*放弃“世界杯”——有所不为方能有所为

*香港华商集团董事局主席登门拜访——“这里的钱比你银行的钱还要重要”

*一字值千金与一字 5 千金——大北农:10 字 5 万元——“无形资产兼并有形资产”

*“价值三段论”吸引第三代房地产开发商——策动“顾问团”、“专家组”——中国第三次 CI 浪潮主力军上阵

*请出艾肯:但开风气不为师——点睛策略营

——源于程序，高于程序——思想在飞腾

第三章 与标王共舞

——秦池“绿色工程”实施始末 …………… (67)

* 中国白酒市场进入了“最后的疯狂”？——秦池疯了？

* 天时、地利、人和一条都不具备——王克的优势在哪里？——两个四个字：“志在必得”与“非我莫属”

* “绿色工程”——从中国“标王”到“酒王”的跃升——让世界了解秦池，让秦池走向世界

* 从匠人走向大师——从战术走向战略——动人心魄的“三大跨越”

* 浪漫抒情的烛光晚会——“加油站、里程碑”——“最轻松也是最沉重的两天”——“十大巨头”论 CI

* 一个成功的标志，就是一个成功的宣言——CI 就是启迪和调动一切人参与

* 从膨胀式跳跃到可持续发展——“永远的绿色，永远的秦池”——“谁改谁就是历史的罪人”

* 鲁酒薄而邯郸围——二夺标王的秦池路在何方？

* 登上大雅之堂——策划家企业家本是一家——在邓小平坐过的地方畅谈 21 世纪人才战略——王者之风荡秦池

* “与标王共舞”舞什么？——疯与不疯——授

人与鱼与授人以渔——意识与精神

第四章 第二次革命

——“白浪工程”：中国最见效力的工程

..... (127)

* 中国最古老的企业——一只垂垂老矣的大象？——总是西南争第一

* 中国式企业精神的缩影——从“桥盐精神”到文化节

* 新时期如何统帅 12000 名员工？——第二次革命

* “白浪工程”还是“白狼工程”？——一石激起千层浪——有人拍案叫好，有人拍着桌子骂娘

* 石破天惊说“升华”——生存第一？还是发展第一？——意料之中的“五个没想到”

* 创造价值、科学价值、实用价值——是起点，也是终点——是里程碑，也是模式

* 《战略》与三性——创新性、可行性、成效性

* 三线股的困惑——闹革命为什么这么难？

* “李剑文出山！”——高山流水也需要觅知音