

★
中国
策划
家

思想文库
(第二辑)

大林策划
李旭主编

刘金彪 大哉文脉

刘金彪 著

上海大学出版社 ■



刘金彪

刘金彪 著

中国
策划家
思想文库（第二辑）

大林策划
李旭主编

图书在版编目(CIP)数据

刘金彪 大哉文脉/刘金彪著. —上海: 上海大学出版社, 2011. 4
(中国策划家思想文库 大林 策划 李旭 主编)
ISBN 978-7-81118-753-3
I. ①刘… II. ①刘… III. ①策划—研究—中国
IV. ①C934
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 050906 号

责任编辑 李 旭 庄际虹 封面设计 张天志

中国策划家思想文库
大林 策划 李旭 主编

刘金彪 大哉文脉

刘金彪 著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线 66135110)

出版人: 郭纯生

*

南京展望文化发展有限公司排版

上海第二教育学院印刷厂印刷

开本 787×960 1/16 印张 18.25 字数 492 千字

2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81118-753-3/C·099 定价: 40.00 元

总序：世界有一种职业叫策划家

□李 旭

一流的策划家首先要是一个思想家。策划源于一系列思想的无限展开，这些思想可以表现为创意、策划、策略、战略等多种形式，但其根本仍是策划家们对于社会、经济、文化、企业、产品、事物、形象等若干表象与本质的深刻认知和高度概括，是策划家们对其加以抽象、凝练、浓缩、升华、展开，得出不同凡响却又让人拍案叫绝的创新思维成果。

回顾 20 世纪 90 年代以来，中国创意策划咨询界诸多驰骋智业浪尖的风云人物和经典战案，我们可随机举出一大串响亮的耳熟能详的名字：王志纲、王力、陈放、孔繁任、叶茂中、陈国庆、舒明武、余明阳、何学林、张大旗、张大林、晏滔等等。一大批从业多年的资深创意家、策划家、咨询家，他们在不同领域和行业谱写着—曲曲大智大策之歌，铸就着一片片财利文成之业，成为这个时代或点或线或面的“智者”、“智囊”，甚或说是“脑库”、“脑核”。

作为 1992 年就曾跻身北京参加中国首届“点子”拍卖大会的一名智业爱好者、旁观者甚至是书业智业参与者，我亲睹近年中国文化创意产业蓬勃展开，策划咨询智业飞速发展，老一代创意策划人高歌猛进，新生代创意策划人锐意迭出，众多高校竞相设立创意策划专业。我这个上世纪 90 年代初就已打出“豫人策划”旗号专门从事图书策划的智业爱好者，一直怀有一种强烈的职业愿望，就是把近 20 年来在中国创意策划咨询业的大舞台上卓有成就的老资格策划家们组织起来，把他们的策划思想、理念、经验、案例加以系统总结，从智业角度保存中国改革开放事业留下的闪耀着智慧光芒的一串串思想足迹，光大智者，启迪来者，智促中国的城市、行业、企业、文化、精神之崛起，用智慧创制中国人的物质—精神财富。这是我们所有中国策划家们的共同使命！

怀此宿愿，在 2009 年底于上海召开的中国策划年会上，经学林介绍结识大林，丛书设想得到两位认同，遂邀在圈内人脉广泛的大林一道策划这套丛书，并取名“中国策划家思想文库”。

本文库之出版，其初衷是分若干辑次约几十种乃至上百种规模（每辑 10 种），把国内优秀策划家们主要的思想观点、典型的成功案例、权威媒体的社会评价和生动的从业经历，每人以二十五六万字的篇幅加以自选或他选，以期反映传主基本的策划套路和从业面貌，为中国创意策划咨询业创建一套完整、权威、翔实、系统、规范、公正、客观的策划思想库。

我们取名“策划家”，又斗胆称“思想”，借鉴的榜样是著名学者、原南京大学校长匡亚明先生倡导编写的那套“中国思想家文库”，数年来这套书已出版了 200 余种，国内外反响巨大。我们这套专题策划思想文库的目标设想，是经过三五年甚至十年八年的努力，也能力达上百种规模。发现一人，约请一人。不争论，不分门派，不论资排辈，不分地域行业。只要是有较为系统的策划思考、有较多成功的策划案例，并有较好的从业口碑，我们都诚邀收入该文库。我们看重的是书稿的内容和质量。当我们把这套书做深做全之日，这套书的意义和价值将超出丛书本身，她记录的将是一个国家崛起软实力的增进史，一个杰出行业兴旺发达的成长史，一个智慧民族锐意开拓的创新史。

该文库第一辑所选 10 人，是在策划咨询界从业时间较长、业界知名度较高的老资格策划家们。他们在各自的领域思有所得，业绩斐然，势头猛进。虽然，由于种种原因，像业界著名策划家王志纲、王力、叶茂中等，经济学家中著名策划家钟朋荣等，企业家中著名策划家孟晓苏等，学界著名策划家余明阳等，暂时尚未约请进来，但我们坚信，只要这套丛书扎扎实实、公公正正做下去，做出深度，做出品位，做出效应，这套文库的作者将会越来越多，也有望成为现代中国图书史上的一个品牌工程。我愿以我从业出版 20 年的经验和资源，力促这套现代版“智库”出好，出大，出全，出新。

该文库第一辑收录的策划家及各书卷的书名是（按姓氏笔画排列）：大林著《大林俱乐部主张》、孔繁任著《孔繁任“卖”品牌》、何学林著《何学林大策划》、张大旗著《张大旗语言点化》、陈纪平著《陈纪平藏什么》、陈国庆著《陈国庆营与销》、陈放著《陈放创意天下》、晏滔著《王志纲工作室哲学》、晏滔著《晏滔玩文化》、舒明武著《舒明武心新相印》。上述诸卷，部分书名在出版时由出版社根据市场需要做了调整，比如孔繁任书名原为《孔繁任与他的品牌营销》、陈国庆书名原为《陈国庆整合营销观》、舒明武书名原为《舒明武创新模式》、晏滔书名原为《晏滔策划前传》。对因书名调整而引起作者行文上的诸多不便，祈请作者多多谅解。我们的想法也无非是，让书名更通俗一些，让更多非策划界的读者看了书名也会喜欢我们的书。

该文库将推出的第二辑、第三辑等，计划是分期分批推出学界专家中的策划家、企业家中的策划家、文化圈中的策划家，乃至按照 60 后、70 后、80 后代的年龄顺序陆续推出青年策划家。我们的态度是开放延揽，不拘一格；成熟一本，推出一本。目前，我和该丛书另一策划人大林先生手上已约请的第二辑书稿，有刘金彪《大哉文脉》、廖灿《创意世界》、李贵夫《另辟蹊径》、陈荣彪《虎略龙韬》、易风《棋如人生》、北冰《平衡木上》、何才庆《守望论坛》、谢宏《台前幕后》、周云《策中之彩》、谈剑平《江南论剑》等，这些都是我们 2011 年将努力推出的。

愿这套丛书能为中国的创意策划咨询业的发展积累行业档案，推动行业发展。



2011 年 2 月 25 日于上海大学

他序：策划家的品格

□北京大学中国地方政府研究院院长 彭真怀

刘金彪出生于河北省黄骅市，曾经是一名普通的小学教师，经过努力担任了镇中心学校的教导主任、校长。他的这一段经历称得上顺风顺水，但就在此时，他却只身来到北京，与著名书法家庞中华先生筹备中国硬笔书法协会。当协会成立之际，他又到胡乔木同志处协助整理出版《胡乔木文集》。说来话长，这些都是二十多年前的事情了。

我所认识的刘金彪，是一位优秀的教育家。他教书育人，成绩突出。1982年和1983年，他连续被授予河北省优秀园丁奖一等奖，受到河北省人民政府的表彰和奖励。他28岁时就被评为小学高级教师职称，这在上个世纪80年代堪称佼佼者。他的业绩被写进《黄骅县县志》，是当时《中国教育家辞典》里黄骅市唯一的入编者。

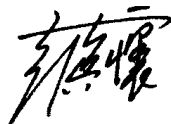
我所认识的刘金彪，是一位有成就的书法家。1989年，云南教育出版社、河北少儿出版社先后出版了由他主编的《南北青少年硬笔书法荟萃》、《中国青少年硬笔书法选粹》。其中，《选粹》被中国美术馆列为馆藏。他还是河北省中小学写字教材副主编，全国写字教材编委之一，参与创办了河北硬笔书法家协会和世界华人书画家联合会。他的名字被列入《中国硬笔书法家辞典》、《中外书画家简明辞典》和《世界书画艺术大典》等多部典籍。

我所认识的刘金彪，更是一位影响深远的策划家。1993年“北京国际保健品商城”，1995年“北京珠宝交易中心”，1998年“全国知名企业收藏艺术品大展”，2000年“泰山千年庆典”和“五台山开光大法会”，2001年“全球华人公祭炎帝大典”，2003年“全球华人公祭后土圣母大典”，2004年“世界华商国际投资论坛”等等，这些大型文化项目均出自他的大手笔。

走近刘金彪，你会发现他敦敏、幽默和干练；你会发现他做事低调，激情豪放；你会发现他作风严谨，多才多艺。现在，《刘金彪 大哉文脉》被列入“中国策划家思想

文库”出版在即，他请我作序。虽自知不是策划圈里的人，但我与他缘分至深、友情至厚，自当义不容辞，勉力为之。我想最应该说的一句话是，从刘金彪的身上，我看到了策划家的品格。

泛而述此，爰以为序。



2010年7月7日于北京达园19号

前言：大处落墨

□大 林

初识刘金彪是跨世纪之际，在那泰山山顶上，到今天已是十年有余，读到刘金彪的《大哉文脉》很是亲切，尤其是书中的首篇第一章便是记述那次新千年登泰山。作为世界迎接新千年中国部分的龙头大戏，在当时可是世界广播组织24小时不中断向世界各国报道全球庆贺新世纪到来的嘉年华情景。中国一小时两处景，正是刘金彪手下的泰山与我手上的中华世纪坛。庆祝活动从北京夜以继日，持续到泰山日出，其群情亢奋、新年钟声、新世纪第一缕阳光到今天历历在目、声声在耳。《大哉文脉》作为“中国策划家思想文库”第二辑的首部大作，我格外看重，它不仅需要承上启下，更需要异军突起。第一辑的各位大家大都是知名度较高的专家学者，凭名字就可以招引读者。第二辑的刘金彪、李贵夫、马彦文等他们凭的是什么呢？是孜孜不倦的治学精神，还是别出心裁的思想捷径？带着这个问题读完了刘金彪这部大处落墨的书稿，我自以为是找到了答案。第二辑的作者在策划的大排行中暂不在最前，但他们的学与思敏锐、知与行通畅、术与德并行，就像海岸深水的大陆架，大潮退去竟显出英雄本色，在大循环经济中，他们随时会崭露头角成为中华之最，举其大要成为策划标杆。刘金彪其人其事其文就这样。

在第一辑中有张大旗的玩语言、晏滔的玩文化，那么刘金彪在说什么？语言、文化他都在玩，他尤其在玩这个“大”字，他知道做项目选择名山大川，做策划他瞄准“大可为”、“大作为”，灵峰圣境中他有仰天大佛；在公祭炎帝中他讲述大爱无疆；寻根祭祖时他制造了大典新闻；华商论坛日他突出天下大同。刘金彪以他那深厚的文化底蕴彻悟出大道至简，使得山东泰安市、山西五台山、湖南炎陵县、山西万荣县、广西桂林市在旅游规划、区域经济部署时有了更清晰的思路，颇有点大旱甘霖之境。其实当策划人与地方父母官在一起指点江山时才最有使命感，深感大梁与立柱要互相咬合，大观要靠目极满足。读过刘金彪犹如大学新生第一次上大课，老师厉害！

刘金彪的大作结构坚实又颇有新意，三大篇十五章周而复始，场面上像做一次神

州行，功表千秋、心香一瓣。

文蕴千载，机缘难得。因为与金彪以文会友我们竟做了两项合作：

- 一是，湖南常德保卫战 68 周年公祭；
- 二是，魏晋大片《王羲之》电视书法大赛。

欣喜之至，为君写下这些聊作前言。

大 林

岁次庚申生肖吉虎年于中国社科院大板房

目 录

总 序 世界有一种职业叫策划家 / 李 旭 1

他 序 策划家的品格 / 彭真怀 1

前 言 大处落墨 / 大 林 1

上篇 穷原竟委探文脉

第一章 泰安泰山 神山圣山 / 3

第一节 大观李祥 邀来泰安 / 3

第二节 崛起海表 目极中天 / 4

一、徜徉岱庙 / 4

二、登临泰山 / 5

第三节 伟哉岱岳 大哉文脉 / 8

一、政治泰山：宗祀天地 荐礼百神 / 8

二、文化泰山：石刻铭世 诗绝百代 / 9

三、宗教泰山：自然崇拜 五岳独尊 / 10

四、神祇泰山：碧霞元君 仁爱天下 / 11

五、圣地泰山：齐鲁儒风 千秋雅化 / 12

六、泰山永恒：山体宏博 精神崇高 / 13

第二章 五台灵峰 仰天大佛 / 14

第一节 佛教五台 / 14

第二节 普化禅寺 / 14

第三节 仰天大佛 / 16

第三章 鹿原陂上 炎帝神农 / 18

第一节 炎陵崇圣 / 18

第二节 赫赫始祖 / 19

第三节 泱泱炎陵 / 21

第四节 红色经典 / 22

第五节 世外桃源 / 23

第四章 万荣后土 黄河之母 / 25

第一节 缘话 / 25

第二节 史料 / 26

第三节 心得 / 31

第五章 桂林山水 龙怀山岳 / 35

第一节 一方水土一方人 / 35

第二节 养在深闺人未识 / 38

中篇 绝知此事要躬行

第六章 中华泰山 千年庆典 / 43

第一节 圣母赐缘 / 43

第二节 曙光在前 / 47

一、呈报方案 竞争承办 / 47

二、策划团队 名家加盟 / 58

三、新闻发布 广而告之 / 58

四、独特招商 智慧方圆 / 62

五、纪念庆典 雕刻时光 / 63

六、万人登山 千年雾凇 / 66

第七章 灵峰圣境 世纪画卷 / 77

第一节 话题缘起 / 77

第二节 画卷诞生 / 78

第三节 开光盛典 / 80

第四节 传媒关注 / 82

第五节 真实故事 / 83

第八章 公祭炎帝 星耀炎陵 / 86

第一节 政企合作 经贸之旅 / 86

- 第二节 华人公祭 新闻发布会 / 92
- 第三节 中医名宿 慨允受赏 / 95
- 第四节 神农本草 医药论坛 / 102
- 第五节 公祭炎帝 星耀炎陵 / 107

第九章 寻根祭祖 皇天后土 / 118

- 第一节 开启千年尘封 / 118
- 第二节 后土圣母故里 / 119
- 第三节 大典活动方案 / 125
- 第四节 大典新闻发布会 / 136
- 第五节 秉持文以载道 / 141
- 第六节 癸未公祭后土 / 151

第十章 荔浦龙怀 华商论坛 / 161

- 第一节 西部博鳌落荔浦 华商论剑引媒传 / 161
- 第二节 区市领导当大事 荔浦上下齐动员 / 168
- 第三节 统一思想鼓干劲 龙怀建设谱新篇 / 177
- 第四节 政商通力谋合作 精心组织巧安排 / 181
- 第五节 一乡更名双龙跃 八桂喜迎四海宾 / 201
- 第六节 赤子共议兴商策 龙怀论坛美名扬 / 204
 - 一、两“组委会” / 204
 - 二、会议指南 / 208
 - 三、撰宣传词 / 211
 - 四、仪程选粹 / 215
 - 五、落下帷幕 / 222
 - 六、华商情怀 / 224

下篇 心香一瓣予君享

- 第一章 学与思 / 231
- 第二章 知与行 / 237
- 第三章 术与德 / 242
- 第四章 利与义 / 248
- 第五章 缘与道 / 251

尾 篇

传媒1 企业形象的独特展示 艺术精品的盛世重光 / 《经济消息报》 / 257

传媒2 刘金彪和他的三个委员会 / 《信息大观报》 / 260

传媒3 刘金彪的不惑之梦 / 《人物周报》 / 262

传媒4 巧绘神州壮丽图 / 《中外精英》 / 265

自传 文蕴千载 百思得解 / 270

后记 《刘金彪 大哉文脉》后记 / 273

参考文献 / 276

上篇 穷原竟委探文脉

——策划人的视角 >>>>>

第一章 泰安泰山 神山圣山

第一节 大观李祥 邀来泰安

泰安大观旅游文化开发有限公司在山东泰安几乎家喻户晓,董事长李祥先生更是一位了不起的人物,我与他相识于1998年10月。那时我担任由文化部批准的国家级大型展事“'98全国知名企业收藏艺术品大展”组委会秘书长。当时,全国许多收藏类报纸、杂志等宣传媒体均有收藏大展的消息发布。信息灵通的李祥先生很快对这一重大文化盛事予以关注,况且他早已是圈内知名度很高的收藏家。

他来到京城,出现在我的面前。看上去棱角分明的面庞,一头黑发向后梳理,浓眉下面是睿智、和善而神秘的目光,嘴角天生地挂着微笑。开口讲话是东北口音混合着山东口音的普通话,抑扬顿挫且文词儒雅。他给我的印象是一位谈吐不凡、学识渊博、谦恭礼达、执著坚毅的文化人。

他的专业是文博,他的事业也是文博,可谓学以致用。基于对泰山文化的热爱,由山东潍坊来到泰安创业,泰安大观旅游开发有限公司是他亲手打造的,公司经营的就是带有泰山文化元素的各种旅游纪念品、礼品。他以他的专业才华和待人的诚恳以及对事业的孜孜以求赢得了我对他的好感、尊敬与信任。“'98全国知名企业收藏艺术品大展”的大会纪念牌交给李祥先生设计、制作,于是泰安大观出品的会牌在一片赞誉声中成为永久的纪念,我与李祥先生也因之结下了深厚的友谊。

1999年4月下旬,我接到他从泰安打来的电话,热情邀我“五一”期间到泰安考察,说有一个项目要与我合作。是年5月6日,我来到泰安。下榻在御座宾馆,据说这是泰安的“钓鱼台”,不是宾馆有多么奢华,而是其坐落在岱庙之东北隅,沾的是皇家之瑞气。



作者(右)与亲密战友泰安大观公司董事长李祥先生在原中国历史博物馆碧霞元君金像捐赠仪式上(1999年8月25日)

第二节 崛起海表 目极中天

东岳泰山，巍巍峨峨，犹如一个顶天立地的巨人，以它拔地通天的气势、擎天捧日的雄姿，踞于山东省中部，傲视五洲群峰。岩岩五岳首，造化钟神秀，多少年的风雨沧桑，多少岁月的轮回蹉跎，大自然的鬼斧神工，凿就了它今天岿然绝世的雄姿。它那奇峰插天、峻拔峥嵘的风貌，它那傲然向上、威武不屈的精神，为世人所倾慕、仰止。

一、徜徉岱庙

岱庙旧称东岳庙，因泰山别名为岱，故今称岱庙，为道教庙宇，祀东岳泰山神，是古代帝王驻蹕和祭祀泰山神的地方，也是泰山现存的规模最大、最完整的古代建筑群。岱庙虽然是一座道教庙宇，却体现着封建时代浓厚的政治色彩。应该说，它首先是封建帝王在这里祭祀天地，借以统治人民的政治活动场所，然后才是一座宗教建筑。

1999年5月7日，在李祥先生的陪同下，我拜谒了神府岱庙。

进入这座宫廷式的建筑院落，看到的中轴建筑依次为正阳门、配天门、仁安门、天貺殿、后寝宫、厚载门等；两侧辅以汉柏院、东御座、东道院、唐槐院、雨花道院、东西廊房等；主要建筑之间有高筑的通道相连，成为“工”字形建筑群。在平面布局上，岱庙采用了宫廷“前朝后寝”的古制布局，把整个建筑分为前后两部分。“前朝”以配天门、仁安门、天貺殿为中心，占据了岱庙的大部分空间，而“后寝”部分则是古人附会出的。人们为泰山神想象了一位贤淑仁德的夫人淑明后，为其修筑了后寝宫。在其他形式上，岱庙也是严格地遵守了宫廷的等级模式，这从岱庙主要建筑的屋顶、台基、面阔间数、斗拱以及纹饰和柱色等方面可以看出。主体建筑天貺殿就采用了最高级别的重檐庑殿式，台基也是相似于汉白玉的白色花岗岩石，周围施以围栏，面阔间数为九，也是九五“帝王之尊”之象征。

李祥先生是位称职的向导，他向我讲述了许多岱庙建筑文化的奥秘。他说：庙的四周围筑宫墙角楼，其角楼按八卦方位各随其名。按照古代阴阳五行学说的美学思想，八卦由八个图像模型构成，分别代表“天、地、雷、火、风、泽、山、水”八种基本的客观存在，它们的整体就是宇宙，八卦在空间排列上的八个方位，正好形成一个圆周，说明八卦的运动在整体上是圆满的，这是一种动态平衡的表现。古人认为，如能保持阴阳平衡，自然与社会就会呈现正常稳定的秩序，天下也就安乐太平。从这一点来看，岱庙的建筑就更市俗化，更具有政治色彩。

他让我特别要注意岱庙建筑的颜色。他介绍说：在其色彩的运用上，岱庙也是使用了皇室专用的明黄色，所有建筑的屋顶，均为黄色琉璃瓦所盖，而且围墙均施以朱红。黄色是尊贵与繁荣的象征，且在五行中被认为是中央方位；红色亦表现吉庆、庄严和热烈。同时，色彩学还告诉我们，红和绿、橙和蓝、黄和紫互为补色，可以相互增强对方的鲜明度。因此，在岱庙中，绿树与红墙相对应，黄瓦与蓝天相比照，更增加了整体氛围上的肃穆、庄严与崇高，从人们的心理上加强了岱庙的政治功利性。

噢，原来如此。我心里想：岱庙不是单纯的、孤立的、超然尘外的宗教建筑，它深居泰城中心，是被封建帝王所御用的、与现实生活密切联系在一起的宫殿宗庙建筑。其美学意义就在于，在其平面纵深空间的不断进程中，使人感受到现实生活的安逸、平稳以及对世界的主宰，即形式上虽然是祭拜神灵之所，而实际上是供封建帝王居住、活动、用以统治人民的场所。尽管如此，岱庙所体现出的我国古代劳动人民的智慧和高超的建筑艺术，以及丰富的历史文化内涵是不能否定的，这也正是岱庙作为一