

A black and white portrait of a man with glasses, looking slightly to the right. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows.

**王志纲工作室
战略策划10年实录**

揭示中国式战略的解决之道
引爆东方式思维的神奇力量

王志纲工作室/著 屈波/执笔

找魂

東方出版社



找魂

Soul Capture

王志纲工作室

战略策划20年实录

王志纲工作室 / 著 屈波 / 执笔

東方出版社

图书在版编目(CIP)数据

找魂——王志纲工作室战略策划 10 年实录/王志纲工作室 著

—北京:东方出版社,2006.1

ISBN 7-5060-2374-1

I. 找… II. 王… III. 商业-策划-案例-中国 IV. F722.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 132996 号

书 名: 找魂——王志纲工作室战略策划 10 年实录

著作责任者: 王志纲工作室 著 屈波 执笔

责任编辑: 吴玉萍

标准书号: ISBN 7-5060-2374-1

出版发行: 东方出版社

地 址: 北京朝阳门内大街 166 号 100706

网 址: <http://www.peoplepress.net>

印 刷 者: 北京富生印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开 20 印张 320 千字

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

版权所有,翻版必究

序

我是谁？我从哪里来？明天将向哪里去？

这一哈姆雷特式的命题，从没见过能像今天这样，以如此大的魔力困惑着国人。放眼今日之神州，大至一个区域和城市，中至一个行业和企业，小至芸芸众生，不论你是否情愿、是否理解、是否承认，只要你想少走弯路，你都必须科学、准确地对此做出回答。按照西方的说法，即所谓的战略定位，而我称之为——找魂。

“找魂”，这一本是十分中国的概念，没想到竟然在西方的英文中找到了精准的对位词——soul capture。东西方在文化、哲学上的差异如此之大，但竟能在同一命题上点中同一个“穴位”，真是“众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”。可见大道至简，人类对根本问题的认识最终都会殊途同归。

感谢历史给了我们这样一个机会。10年来，我和我的团队几乎每天都在为企业和政府“找魂”。面对一个个前所未有、错综复杂的时代命题时，我亦深深感到，在今天这样一个信息爆炸、机会频生而又扑朔迷离的时代里，人们的认识往往会陷入迷途。正如一位西方哲人所说：今天，人们在越来越小的问题上知道得越来越多，而在越来越大的问题上却道得越来越少。如何在大和小之间搭建平台和桥梁，搭建“变压器”，就是我所理解的“找魂”。

早在8年前，我曾打过这样一个比方：今天的中国就像一条穿越时空

隧道的巨龙，龙头已经开始和全球一体化和信息时代的最前沿对接，龙身正在工业化的浪潮之中翻腾，而龙尾还深深地扎在农业文明的泥土之中。巨龙翻身，三种文明同时交织转换，由此不知将给我们带来多少这个时代所特有的哥德巴赫猜想。

时至今日，我更感觉到这句话的意义和价值，更感觉到一个新的时代正在呼唤东方智慧和中国式战略的复兴。

为什么叫中国式战略？西方人看中国常常会犯盲人摸象的错误，当他们来到沿海中国时，会惊异于中国为什么还是发展中国家？而当他们来到西部中国时，又为这里的贫瘠和荒凉而感到震惊。而那些言必称希腊的学者们，当他们用西方的理论处理一些已经成型的领域时，的确能发挥作用，但如果是面对一个混沌不堪的局面和难题时，那把来自西方的外科手术刀就难免弄巧成拙了。但这些难题总要有人去解决。既然西方没有现成的答案，现有的理论家们也解答不清楚，而社会又在急剧变化，成千上万的人们急需寻找坐标、确定方位，于是乎就成全了我们这支既无来头，也无标签，更无背景，但却无时无刻不战斗在时代风口浪尖上的民间战略小分队。

有意思的是，十多年来，人们对本土咨询业的认识也经历了一个否定之否定的过程。忆往昔，当中国本土的咨询行业应运而生的时候，当社会和经济突然面临各种各样的困惑和迷茫，却又在传统的学科领域和行业分工里找不到解决之道的时候，人们自然会把目光投向民间，就像如果正规医院里总是治不好各种新的病症，所谓的气功大师和江湖术士就会大行其道。但另一方面，又不排除民间确实存在着善于解决疑难杂症的老中医。由此就出现了一个有趣的现象，在相当长的一段时间里，中国本土的咨询业良莠不分、泥沙俱下、金石不辨，以至于人们常常把炼丹士和化学家混为一谈、视为同类。幸好，长达10年的时间终于说明了这一切。

市场经济就像一把筛子，米往哪里走，糠往哪里去，最终都会各归其位。10年来，无论世人用什么样的眼光来评判工作室，也无论工作室曾经遇到什么样的风浪和挑战，有一点不变的是，我们始终如一地深深扎根于脚下的这片土地，始终与中国的社会经济的前进步伐同频合拍。如同我

们所秉承的“引领市场潮流，享受冲浪乐趣”一样，在一个个纷繁庞杂的命题面前，我们有幸一次次扮演了领航员和破冰船的角色。此外，我们在改造客观世界的同时，也改造了自己的主观世界。

我相信，在今天中国企业平均寿命不过几年的时代里，一个机构能在乱云飞渡的市场经济中走过10年，并且越走天地越宽，肯定有他的必然性，有他的生存哲学，必然是符合了某种具有普遍意义的规律。

十年磨一剑。借助这本书的出版，我们终于有机会把自身10年来的感悟和探索奉献给更多的读者。当这本书出现的时候，我希望它不只是一部中国本土战略策划机构的成长史，也不是某一个人和团队的宣传和标榜。更重要的是想告诉国人，当我们在海纳百川的时候，千万不能丢了我们的本，不能把中国博大精深的哲学、智慧和文化丢在脑后，只有根植在中国的大地上，只有对整个东方文化的神韵、哲学有相当的理解和体验，并辅之以西方的经验和理论，我们才能有取之不尽、用之不竭的力量，才能更有效地解决社会经济发展中的诸多疑难杂症。

在今天这样一个千古未遇的大变迁时代，中国的和平崛起必然伴随着文化和哲学的复兴。

也许时代又在呼唤一次新的“改造我们的学习”了。还是在六十多年前，毛泽东在延安整风时期发表了《改造我们的学习》的演讲。在这篇著名的演讲中，毛泽东号召全党从实际出发，反复强调马克思主义的普遍真理和中国的革命实际相结合。到了今天，我们似乎有必要重温这篇讲话的精髓。当国人经历了对西方理论和经验的敬畏、崇拜之后，我们还是要强调，我们不排除西方的东西，但也不能囫囵吞枣，更不能盲从，将中国本土的智慧和哲学贬得一钱不值，还是要古为今用、洋为中用、推陈出新。

如果说，西医虽然擅长解决专业的问题，但不一定能治疗中国特殊环境中的疑难杂症；而中医的方法虽然有效，但缺乏系统的数据和专业理论支撑。我相信从某种意义上讲，并非中医本身不科学，而是我们的认知还达不到那个层面，还没有深入进去做系统的研究和提炼，是“行”走到了“知”的前面。这其中一定潜藏着巨大的能量等待着我们去挖掘。

当然，本书还不是一部理论著作，但它贯穿了一个团队的理论思考、

哲学思考和在实践中所展现出来的东方智慧。

如果你是一个学者，它将是解读中国、研究中国的鲜活读本，将为你的研究提供理论与实践相结合的第一手素材；如果你是一个企业家，它将告诉你如何在风云变幻的市场波涛中当好船长、把握好方向；如果你是一个城市和地区的领导人，它将使你体会到思路决定出路，如何在面对全局性的战略问题时做到庖丁解牛、游刃有余；如果你是一个追求成功的人，它也将使你从中发现该如何掌握自己命运的风帆。

中国有句老话，知易行难。回首20年前，适逢中国改革开放一个激情燃烧的岁月，当我作为一名新华社记者纵论风云之际，颇有几分“铁肩担道义，妙手著文章”的快意。而由此培养的宏观意识一直使我获益匪浅。但在经历了市场经济的历练之后，方感到过去浮在面上的肤浅和局限。令人欣慰的是，经过10年知行合一的历练，我们不仅为一个个城市、企业和项目找到了“魂”，也为自己找到了“魂”，走出了一条纵横官、产、学，打通学、术、道的中国式战略之路。

今天，当我和我的团队把长达10年的探索和感受奉献给社会的时候，我亦深深感到我们的路走对了。

王志纲

目 录

CONTENTS

- 1 序 / 王志纲
- 1 引子：一个不明飞行物的差异化生存
- 15 第一编 激情年代(1994~1998年)
- 19 碧桂园：战略就是生存
- 28 策划手记：一切从那个夏天开始
- 29 工作室方法：大势把握，理念创新，策略设计，
要素整合，操作监理
- 31 99'昆明世博会：战略就是预见
- 41 策划手记：思路决定出路
- 43 工作室方法：预见力、创新力、整合力
- 45 国酒茅台和武夷山：战略就是定位
- 51 策划手记：文化酒的突破与遗憾
- 52 工作室方法：文化底蕴法则
- 54 成长档案：把握自己命运的风帆
- 63 第二编 大浪淘沙(1999~2001年)
- 66 奥园旋风：战略就是差异
- 75 策划手记：四个案例与一个旋律
- 76 工作室方法：自选动作法则
- 78 成长档案：非同寻常的一年
- 91 华南板块：战略就是颠覆
- 121 策划手记：人生能有几回搏
- 122 工作室方法：市场是做出来的
- 123 成长档案：八论工作室

目 录

CONTENTS

131 第三编 与时俱进(2002~2003 年)

134 金蛋计划:战略就是理念

146 策划手记:谋子不如谋势

147 工作室方法:建立自己的理论框架

149 天津造城记:战略就是航海图

160 策划手记:一个理论的诞生

162 工作室方法:哑铃理论

164 西安“市”变:战略就是聚焦

173 策划手记:定位、定格局、定策略

173 工作室方法:新“木桶理论”

175 西部雄心:战略就是找魂

191 策划手记:关于“找魂”

192 工作室方法:“顺瓜摸藤”法则

194 走进丽江:战略就是竞合

206 策划手记:策划就是生活

207 工作室方法:“三老”模式

208 成长档案:论工作室十大关系

221 第四编 百川归海(2004~2005 年)

224 见证厦门:战略就是超越

236 策划手记:高度、广度、深度

237 工作室方法:知识的五个层次

239 法门寺:战略就是破局

247 策划手记:确立“游戏规则”

248 工作室方法:因时、因地、因人

目 录

CONTENTS

- 249 广佛地铁:战略就是突破
- 256 策划手记:一次国际性交流的启示
- 257 工作室方法:跳出项目做项目
- 259 浙商之变:战略就是转折
- 269 策划手记:中国特色的企业战略咨询
- 271 工作室方法:企业发展阶段论
- 273 呼伦贝尔:走向国家战略
- 281 策划手记:不谋全局者不足以谋一域
- 283 工作室方法:定位、定性、定量
- 285 成长档案:战略为王
- 298 附录:工作室大事记

引子

一个不明飞行物的差异化生存

“我们不是乙方，是丙方。”在奉客户为衣食父母的顾问咨询行业，敢说这话的恐怕除了王志纲找不到第二个人。

很多人知道王志纲是从1996年的那本风靡一时的《谋事在人》开始的，正是这本不过几百页的书让“策划”这两个神奇的字眼不胫而走，点燃了无数知识青年的创业激情，也让国人意识到了头脑产业和智慧的巨大价值。书中的主人公王志纲因此一夜之间成了中国策划业的代表性人物，但随之而来的策划业的大起大落，亦使“王志纲”这三个字不断地被人们附着上各种含义：有奉之为大师者，也有质疑和批判者，有不置可否者，自然也不乏暗枪和冷箭。

那么，在一段曾经风云的岁月过后，10年后的今天，我们又该用怎样的笔墨来讲述王志纲和他的团队呢？也许一切主观上的评价都为时过早，在这个充满喧嚣和浮躁的年代里，我们常常会看到这样一幅热闹的景象：有人一不小心奇迹般地崛起，又转瞬间泡沫般地消失；有人昨天还是媒体大肆追捧的精英和偶像，转眼又作为时代的悲剧性人物成为大众指责和奚落的对象；有人在偶然中成功，却又在必然中归于沉寂……这样的故事几乎每天都在我们的身边上演，而王志纲和他的团队却似乎是一个例外。

10年来，王志纲和他的团队就像汪洋里的一条船，当很多人以为王志纲的精彩已经成为过去，却又在不经意间发现这条船又一次浮出水面；当曾

经的江湖盛传“王志纲已经销声匿迹”的时候，人们却又在风暴眼背后再一次看到他们的身影，一次次地探底，一次次地冲上峰顶。也许更值得人们思索的是，为什么王志纲和他的团队的每一次冲浪，都拥有了一个更高层次的舞台？

王志纲早在下海之初就曾说过，我的生存压力并不大，金钱只是顺带的结果。究竟是什么力量赋予了这个人和他的团队与众不同的生存能力？是因为幸运女神的一次次垂青才造就了所谓的王志纲现象，抑或是像某些人所说的那样，王志纲既善于策划别人，同时也善于策划自己？

或许有人更想知道，在民营企业的平均寿命不过两到三年的中国，为什么一个既没有任何官方背景，也没有任何特殊资源，甚至可以说是赤手空拳的知识分子和他的团队能够走到今天？

他们凭什么能够 10 年如一日地保持着卖方市场的江湖地位，乃至于是处于相对无竞争对手的状态？

这个人和他的团队到底是怎样的“丙方”呢？

| 激流后的拐弯 |

在一个人的一生中，真正决定其命运的不过是为数不多的几个瞬间而已，但真正能抓住这个瞬间的只有极少数人。企业的发展也是如此，当战略转折点来临时，只有少数先知先觉者能成为赢家。

2001 年，王志纲工作室完成了惊险的一跳。此前，在大多数人的记忆中，王志纲工作室还是一家以地产策划见长的机构。

今年春天，一场轰动全国地产界的大盘之战在广州番禺的华南板块率先打响，在一块不过两万多亩的土地上，聚集了南中国最有实力的八大发展商，其竞争之激烈、竞争规模之大、竞争水平之高至今无出其右者。在各路地产豪杰中，王志纲工作室竟然同时担当两家发展商的总策划，当时的情况是，几乎所有的地产行家和专业人士都对华南板块的前景表示悲观和怀疑，更有人断言：“华南板块将是王志纲的滑铁卢！”

然而，事实却证明了王志纲的预言，这场从某种意义上决定了工作室发展命运的商战过后，王志纲和他的团队再一次成为了引领中国地产发展潮流

的风云机构。但正是在工作室发展形势一片大好的情景下，王志纲却做出了一个在很多人看来似乎是不可思议的选择，开始从传统的地产策划领域淡出了。

一系列前所未有的课题蓦然摆在王志纲工作室的面前。作为一个团队的领头人，王志纲几乎在第一时间感到了一个新时代的到来。在工作室的一次内部会议上，王志纲决定抓大放小，他充满豪情地说道：“战略时代终于到来了，我们为这一天已经整整等了10年。我们用了10年的时间告诉国人，规划之前是策划；我们还要用10年的时间告诉国人，做任何事情都需要战略。”

正当工作室准备在大盘时代的战场上乘胜追击、扩大战果之时，王志纲悄悄派自己的一支队伍进军北京，工作室的业务领域开始迅速向城市经营转移。在接下来的一两年里，从大北京到大上海，从华东到西南，随着此起彼伏的城市化浪潮，越来越多的地方政府开始找到这家来自于市场的地产策划机构。直到2003年夏天，时任成都市市长的李春城在与王志纲初次见面、沟通之后，立即决定委托工作室为大成都未来5年的发展提供战略咨询，此举也标志着工作室作为一个战略咨询机构终于浮出水面。此时，距王志纲当年告别新华社下海已整整过去了10个年头。

近两年来，王志纲工作室几乎每天都会遇到各种极具挑战性的课题。让我们来看一组镜头：

——国内第一条城际地铁（广州至佛山线）告急。这项工程的实施不仅直接关系到广佛一体化的进程，也牵动着广东省委实施“泛珠三角”战略的实质性推进。但是，由于巨大的投资和错综复杂的地方利益关系，该项目进展举步维艰、几成僵局。值此关键之机，广佛地铁集团终于想到了一个此前与地铁行业毫不相干的机构——王志纲工作室，有意思的是，当这家长期征战于中国市场经济第一线的策划机构进场时，在中国的另一个热点区域，久负盛名的麦肯锡也在紧锣密鼓地为上海地铁出谋划策；

——陕西作为中国的文化大省，一直以来都在酝酿重新打造位于宝鸡市的宗教圣地——法门寺风景区，希望以此超级引擎带动陕西省旅游业的快速发展。而当台湾的一家著名设计机构拿出规划方案后，当地政府却感到规划虽好但无法运作，一位省级领导情急之中决定在规划之前请王志纲工作室好

好策划。为此，工作室的一支队伍穿梭于名山大川，遍访国内高僧大德，破解着一个令一般机构更感到匪夷所思、无从下手的课题——宗教如何旅游？

——在大上海，一向习惯于聘请国外知名咨询机构的当地政府把目光投向了这家来自于本土的策划机构。面对上海市中心城区最后一块大宗处女地，尽管有关方面此前已经找到数家国际大牌机构担纲规划设计，但由于缺乏统领全局的理念和定位，开发方总觉得少了点什么，一位当地领导在与工作室签约时发出了这样的感慨：“这是我们上海今年的 001 号工程，以前的政策研究室是迎合我，学院派是论证我，洋顾问是不懂我，找来找去还是要找你们，只有你们懂我。”

——哈尔滨如何借助振兴东北的东风再振雄风，后来居上？以往，工作室的业务一般集中在“长三角”、“珠三角”以及西部经济比较活跃的城市和地区，但自中央明确提出“振兴东北”的战略以来，虽有时却不占地利、人和的哈尔滨为了打一场翻身仗，提出要举全省之力跨过松花江发展新城，倾力打造面积达三百多平方公里的松北新区。但是，究竟如何才能抓住机遇，开发好一个面积与百年哈尔滨相当的新区事关重大，于是哈尔滨市政府也想到了王志纲工作室；

——中部崛起下的南昌城市化建设遇到了尴尬的难题，同样是跨江发展打造的南昌的新 CBD，但令政府始料未及的是，新 CBD 成了一座卧城，除了房地产项目外没有任何带动新城发展的产业导入，于是抢救 CBD 的课题又辗转摆到了工作室的案头；另一方面，在中部崛起的大势下，南昌政府决定大张旗鼓地营销城市，但到底如何营销城市亟待破题，南昌市政府领导环顾全中国，似乎没有第二个机构可以担当此任；

——继 2003 年成都市政府委托工作室在 30 天内拿出城市发展战略，并将工作室的策划成果写入未来 5 年政府工作报告之后，周边的几个县、区几乎在同一时间找到了工作室，从老工业区的转型到探索县域经济城乡一体化的新课题无所不有。2005 年春，成都市政府再一次委托工作室进行文化产业发展战略的研究与策划，一场西部文化产业的大戏即将拉开序幕；

——2005 年春天，工作室历史上策划面积最大的区域——幅员 25 万平方公里的呼伦贝尔市找上门来，这里不仅有举世罕见的大草原，有多民族的文化 and 风情，也有举世瞩目的能源储备，更与俄罗斯资源最富庶的西伯利亚

地区有长达一千五百多公里的边境线。新任市长在第一时间就想到了王志纲和他的团队，于是，一个志在担当北疆开放龙头、打造和谐社会典范的战略构想很快浮出水面，随着中俄关系黄金期的到来，工作室正在全力以“中、俄、蒙高层论坛”为杠杆，向世人一举揭开呼伦贝尔的面纱……

除了应接不暇的区域和城市发展战略，各种新兴行业和产业的升级换代也成了工作室战略策划的天地。

有一点契合的是，无论是数千亩的地产大盘还是数十平方公里的一个片区，无论是一座城市还是一个面积几十平方公里的区域，无论是企业还是产业，当他们找到王志纲工作室的时候，竟无一例外地都是来寻找战略、寻找提纲挈领的解决之道，用王志纲的话讲，他们都是来找“魂”的。

为什么一家土生土长的市场策划机构会受到政府和企业的青睐呢？记得几年前在北京的一次演讲中，有人曾问了王志纲这样一个问题：“北京历来是盛产战略家的地方，请问你们与北京的战略家们有什么不同呢？”王志纲幽默地打了这样一个比方：“北京的战略家们是从天上掉下来的，而我们的战略是先从天上掉下来，然后再从地里长出来的。”

| 在质疑中高歌猛进 |

“十年辛苦不寻常，笑问天下英雄，策划神乎，鬼乎；一片江山收眼底，试看王门弟子，道行通否，专否？”这副对联是王志纲工作室一次内部年会上的开场白。同样，工作室的风雨10年，也是中国社会经济发生天翻地覆变化的10年，是中国的市场经济从浅海走向深海的10年，是中国本土的顾问咨询业从无到有，从幼稚、草莽逐渐走向规范和成熟的10年。

也许，我们应该把王志纲工作室的10年发展史看做是一部极具中国特色的战略成长史。实际上，“战略”一词虽早已有之，但真正热起来还是在上个世纪90年代后期。那时的人们开始如饥似渴地在充斥于图书市场的西方管理典籍中找寻战略的真谛，大洋彼岸的战略大师也纷至沓来，他们的理论和观点乃至各种模型都成了众人争相追捧的圭臬。而此时的王志纲工作室还沉浸在地产策划的探索中，打造中国特色的商业思想库还只是这家机构的一个梦想。

2001年春节，一年一度的达沃斯峰会在瑞士召开。出席会议之余，王志

纲悄悄来到了著名的洛桑国际管理学院，这家规模不大的机构在历年的世界商学院排名中都名列前茅，并以每年定期发布《国家竞争力报告》而广为人知。一位笑容可掬的教授出于礼貌接待了这位来自于东方的陌生客人，但是，当王志纲介绍了工作室习以为常的方法论的时候，这位教授竟感觉如遇知音。

有什么样的需求就会有什么样的咨询业。改革开放二十多年来，人们对于智力行业的认识也经历了一次次洗礼。

上个世纪80年代末、90年代初，当市场经济的闸门刚刚打开的时候，一个点子、一个创意就能产生一时的轰动，一个点子卖40万的故事在神州大地上一遍遍地传唱。

这个时候的王志纲还是一名有着“李普曼”梦的新华社记者。10年的记者生涯使他以捕捉大题材见长，他的一篇篇纵论时势风云的新闻报道每一抛出，都在当时的中国尤其是在“珠三角”产生一阵旋风，以至于位新闻大腕后来评价说：如果有人要写一部中国八九十年代的新闻史的话，王志纲是一个不能忽略的名字。在王志纲早期的新闻作品中，随处可以看到对时势的分析，也可以看到对地域文化、风土人情的生动描述，更能感受到一个知识分子对市场经济的鼓与呼。

早在新华社时，王志纲就经常客串“珠三角”企业的商战策划，那些企业家们发现，他们除了需要王志纲的大手笔之外，似乎更需要他发现问题、分析问题乃至表述问题、归纳问题的独到能力。后来，王志纲为自己所常常扮演的这种角色找到了一个自认为最贴切的概念：策划。

但与上个世纪90年代中期那些突然走红的大多数策划人不同的是，王志纲的策划历来以“大”见长，所谓“大”不仅是因为其所策划的项目对当地经济发展的影响之大，也因为其整合政治、经济、企业乃至社会、文化资源的范围之广，已远非一招一式的策划所能满足，也不是某个专业所能驾驭的，同时更因为其策划视野之广阔、气势之宏伟、思路之系统和爆发力之强所至。

在工作室早期的策划案例中就不难发现，无论是业内皆知的碧桂园策划还是99'昆明世博会，无论是奥林匹克花园的横空出世还是后来华南板块引领地产大盘时代，可以说工作室的策划从一开始就是一个环环相扣的系统工程，从大势把握到理念创新，从策略设计到要素整合，甚至到操作监理，工作室很快地建立起了自己所独有的一套方法论和项目运作模式。而其中尤其

令人难忘的，莫过于工作室一次次对趋势和潮流的把握。

但与此同时，工作室并没有忽略市场实战的历练。在10年的市场洗礼中，王志纲一次次对他的员工们说：“我们今天拼刺刀，是为了明天不拼刺刀，为了导弹上刺刀。但是要让市场认同我们，我们必须学会拼刺刀，而且比别人拼得要好。”

就在王志纲和他的团队在策划这个极具中国特色的新兴行业上急行军的时候，1998年却有人开始预言策划大师的终结。

有人曾在一篇文章中这样写道：“王志纲给房地产带来什么？短短一两年前还令人耳目一新的房地产策划理论这么快就被行业内人士否定，这是善于预测的王志纲未曾料到的，尽管他对策划这门理论科学的前途曾经充满信心。事实上，王老师又何曾有错呢？生活方式、文化板块、理念虽然不是原创概念，但毕竟是王老师用生动、形象的方法教会大家的，学生们为什么不领情呢？”

“再有效的感冒药也不能拿去治心脏病，把脉高手拿起手术刀也许会出人命。从国外情况看，根本就没有王志纲这一类的策划人与策划业，有的只是专业性非常强的咨询顾问公司，他们的工作建立在大量的市场调查与数据分析上面，强调的是定量分析而不是定性分析。王志纲之类的策划人之所以在中国能有市场，主要是由于我们的管理者目前缺乏不断更新知识的能力。从这个层面说，策划业只是过渡阶段的产物。

“那么，房地产策划究竟应走向何方呢？如果将何阳视为点子派，王力为公关派，王志纲为战略、方法论派，我们认为新一代的主流将是中国房地产最前沿的实战家，他们既经历过战火的洗礼，又以务实的精神对中国房地产进行了理性而系统的钻研，并逐步走上专业化道路。”

在这篇文章的最后，作者发出了这样的吼声：“老师下课吧！”

在一段时间里，随着曾经名噪一时的策划人或者锒铛入狱、或者销声匿迹、或者改弦易辙，舆论仿佛跟王志纲开了个玩笑。对于标志着策划界硕果仅存的“江湖大佬”，个性鲜明、一向独来独往的王志纲转眼间成了一些人不遗余力攻击的对象：有说工作室只会玩虚的；有说王志纲时代已经一去不复返了；更有人拿国际知名的洋咨询与不知从何而来的土策划相比，预言王志纲的终结。甚至连工作室内部也时常产生“红旗还能打多久”的疑问。