

目摇摇录

上篇 项目构思与程序

第一章摇摇论	(缘)
摇摇本章导论	(缘)
摇摇第一节摇摇方法论	(远)
摇摇一、方法	(远)
摇摇二、策划方法	(苑)
摇摇三、策划方法研究	(愿)
摇摇第二节摇摇策划缘起	(怨)
摇摇一、信息引发	(怨)
摇摇二、机遇利用	(园)
摇摇三、外力借助	(员)
摇摇第三节摇摇概念先行	(员)
摇摇一、概念提炼	(员)
摇摇二、概念开发	(员)
摇摇三、产品创新	(圆)
摇摇第四节摇摇咨询策划	(圆)
摇摇一、咨询策划性质	(圆)
摇摇二、咨询策划程序	(猿)
摇摇三、咨询策划技法	(猿)
摇摇附：完整案例	(源)
摇摇相近概念摇《家春秋》电视栏目创意	(源)
摇摇全盘谋划摇全国铁路电视台列车电视广告营运方案	(源)
第二章摇摇程摇摇序	(源)
摇摇本章导论	(源)
摇摇第一节摇摇准备阶段	(源)
摇摇一、问题提出	(源)

摇摇二、调查研究	(缘)
摇摇第二节摇摇思维阶段	(缘)
摇摇一、构思推导	(缘)
摇摇二、创意形式	(缘)
摇摇第三节摇摇拟稿阶段	(缘)
摇摇一、纲要拟写	(缘)
摇摇二、方案写作	(缘)
摇摇第四节摇摇追踪阶段	(缘)
摇摇一、动态修正	(缘)
摇摇二、结果评估	(缘)
摇摇附：完整案例	(缘)
摇摇案前分析摇摇猴王、熊猫“申请吉祥物”秀	(缘)
摇摇发散归转摇摇北京建宏印刷公司社会化项目	(缘)

中篇 策划方法与兵法

第三章摇摇法摇摇则	(缘)
摇摇本章导论	(缘)
摇摇第一节摇摇基础方法	(缘)
摇摇一、系统分析法	(缘)
摇摇二、综合分析法	(缘)
摇摇三、逻辑分析法	(缘)
摇摇第二节摇摇思维方式	(缘)
摇摇一、逆向轱向思维	(缘)
摇摇二、立体轱感思维	(缘)
摇摇三、类比轱组思维	(缘)
摇摇附：完整案例	(缘)
摇摇学说思维摇摇影视营销策划思路	(缘)
摇摇睿智创新摇摇平面立交新思维	(缘)

第四章摇摇兵摇摇法	(缘)
摇摇本章导论	(缘)
摇摇第一节摇摇“三十六计”的用计	(缘)
摇摇第二节摇摇“孙子兵法”用兵	(缘)
摇摇第三节摇摇创新时代用心	(缘)
摇摇一、可拓策划	(缘)

摇摇二、列表策划（项目）	（猿猿）
摇摇三、排除策划	（猿猿）
摇摇附：完整案例	（猿猿）
摇摇寸土必争摇摇方寸斗艳的报花阵地	（猿猿）
摇摇应急预警摇摇广州火车站春节应急预案	（猿猿）

下篇 项目策划与营运

第五章 摇摇方略	（猿猿）
摇摇本章导论	（猿猿）
摇摇第一节 摇摇策划决策方略	（猿猿）
摇摇一、从方略到类型	（猿猿）
摇摇二、从咨询到策划	（猿猿）
摇摇第二节 摇摇决策运用方略	（猿猿）
摇摇一、从现象到特性	（猿猿）
摇摇二、从选择到运用	（猿猿）
摇摇第三节 摇摇运用方略剖析	（猿猿）
摇摇一、从公司到市场	（猿猿）
摇摇二、从品名到品位	（猿猿）
摇摇附：完整案例	（猿猿）
摇摇物竞天择摇摇《吃遍广州》专版置换策划原创	（猿猿）
摇摇整合优化摇摇同心圆城市轨迹	（猿猿）

第六章 摇摇运摇摇作	（猿猿）
摇摇本章导论	（猿猿）
摇摇第一节 摇摇策划运用领域	（猿猿）
摇摇一、企业策划	（猿猿）
摇摇二、文化策划	（猿猿）
摇摇三、社会策划	（猿猿）
摇摇第二节 摇摇策划支持系统	（猿猿）
摇摇一、资讯	（猿猿）
摇摇二、案例	（猿猿）
摇摇三、财务	（猿猿）
摇摇第三节 摇摇策划观点评述	（猿猿）
摇摇一、论述	（猿猿）
摇摇二、评说	（猿猿）

摇摇三、策略	(圆苑)
摇摇附：完整案例	(圆苑)
摇摇主体掌控摇摇炎帝陵朝花夕拾	(圆苑)
摇摇细节制胜摇摇骑士定律 形象建设步步为营	(圆苑)
后记	(圆缘)
参考书目	(圆苑)

策划方法教程

策划教程丛书编委会

总顾问：

张大旗摇中国盛事行销策划流派的代表人物，服务过国内像 栽蕴 康富来等许多知名品牌，擅长策划创意的定位表现，主张广告追求人人知道而无须人人看到。代表作是《出卖天机》。

总策划：

大摇林摇国家级策划家，担任过中华世纪坛、世界华商大会、国际友城大会等 圆园 多项国际国内项目大型策划，善于社会项目商业化与商业项目社会化，能将节庆、广告、营销、出版多种运营融于一炉，精于俱乐部营销手法服务于项目或企业。代表作有《策划方法教程》等。

主摇编：

张大文摇中华策划网研究所所长，全国电大广告专业创始人与教材主编人，从事策划教学、科研 圆园年，主持中华策划远程教学与出版编审。代表作有《广州户外广告》等。

副主编：

员摇殷海雄摇经济学硕士，北京新视点城市经济发展研究院执行院长，城市营销与旅游规划专家。曾在国家机关和知名媒体工作。历任知名大中型企业发展战略顾问和营销顾问，出任众多省市城市顾问，主持城市营销、旅游开发与规划，推行旅游智力全程服务，创建各省驻京旅游营销中心。新作《户外中国》已经杀青。

圆摇杨奕勇摇中国商业联合会常务理事，中国商业地产研究院院长，香港国际商业地产投资集团董事长，国内著名商业地产开发实战型专家。驰名中外年成交额达 愿亿元广州黄沙、南海环球两大国家级品牌市场创建者。首创商业地产整体开发、全程策划运营理念。常年出席国际国内及各大城市商业地产投资高峰论坛，主持商业地产总裁培训。新作《商业地产》即将问世。

猿摇谢摇英摇文学学士、主任编辑、广东电视台新闻中心副主任，从事电视新闻工作 圆园余年，先后参加了随同江泽民、李鹏、朱镕基、胡锦涛等国家领导人视察贵州的报道工作，并多次赴京参加“两会”报道；对电视节目文案，文化项目与电视栏目策划创建颇多。至今获国家和省级各种新闻奖项 愿园余项，主创新闻专题和纪录片 猿园余部。新作《华丽电视》即将出版。

源瑶肖摇峰摇广州知名营销专家，成功学培训教练，美容行业资深咨询顾问，曾经参与策划保健品、化妆品、房地产、酒品文化传播及市场开发和推广，效益显著，实战经验丰富并且多有文章发表。

缘瑶谢摇渭摇主要从事影视作品、电视栏目、大型活动策划，栏目策划如《笑够三十分》、《家有其屋》等，影视作品策划有《无公道》、《有美有乐》、《西游后记》等。所创作的影视作品有：《犟酷虎白眼狼》、《外来媳妇本地郎》热播剧。合作创作有：《古镇大劫案》等。

远瑶孙子明摇中山大学 耘云粤，中国竞争力训练机构首席培训讲师。具有多年获邀演讲、自由撰稿的经验，辅导受众超过三万人次。近年致力发展心灵提升培训，研究并推广中国儒、释、道等东方哲学，推动中国哲学实用化，“觉悟人生，奉献人生”。

苑瑶张运华摇实战营销专家，激情训练导师，中国营销委员会顾问，中国美容营销策划风云人物，中国竞争力训练机构教练，中国美容业教育专家委员会委员。市场实战经验丰富，被业界公认为“营销权威”，曾服务过 猿园多家知名企业，参训企业及个人业绩迅猛上升。

愿瑶韩摇华摇（女）摇从事新闻工作多年，一直以为策划是一个神秘而具有创造力的行业，策划中国医院、科研、制药企业与国际医药联盟网络的建立，策划《中国健康产业博览》、“首届中国健康膳食大会”及后续膳食特色分类、分解，组建保健俱乐部、保健营销网络等。

[新书预告]

策划教程丛书之二 《策划创建教程》

摇摇策划创建是一个全新的提法，策划本来是一种马前卒，起着探路、择向的作用，像是英语时态将来进行时，而创建是已经完成的伟业，因此策划创建就是有预测地完成一件前所未有的事业，若是我们的工作都这么主动，我们的计划都这么完善，我们的事业都这样按着既定的方针办，那我们的一切将无限美好。正如广东卫视打出财富频道的口号，就连财经新闻人物也叫作“~~国家~~国家年财富榜预测上榜人物”，这不失为一种创建，对入选人物是一种鞭策，对财经社会是一种标杆。

在营稍广告、文化传播领域中策划创建像一阵春风，所到之处春风化雨、青山着意，象殷海雄先生打造的“山东旅游北京营销中心”，谢英先生策划的《酒色生香》电视栏目、尹亦辉先生研究的“商业银行市场营销互借系统”都是典型的策划创建，不加解说也能感受到这些策划的超凡脱俗过人之处。细细品味，书中案例处处是用心良苦，商业元素遍布，竞争优势凸显，思想引领晓畅，文章本身的谋篇布局也令人叫绝。

策划创建还广泛搜集了诸多领域的创建者作品，在户外中国篇杨彤文女士的城市旅游策划既有景点也围城市又有城市项目突破；杨奕勇先生的商业地产高屋建瓴，语出惊人，特别是他囊中取物，如入无人之境，每年掏走 ~~几个~~几个亿；节庆策划是大林先生的专长，他的接待赞助、商务音乐会、志愿者体验日无不得心应手，在调动人力、借用物力、获得财力方面有过人之处。

欢乐中国篇谢谓先生以剧作者身份在戏外有戏，有部电视剧历时四五年连续播放竟达 ~~五百~~多集；吕志明老师以特色专业，以专业作优势增强学校竞争力，他所在的株洲师专已升为湖南工业大学；美容保健业风生水起，像孙子明、张运华这些被称为美导的企业教练们天天采花蜜，闻香识女人。

盛世中国篇篇篇精彩，创建光彩照人。关晓华的美女经济策略涉猎广泛、效应圈定；李艺林之《品牌真言》，寻找激活要素营造财富天地；李晓萍女士身体力行、酷爱收藏，并且举办特色会展、引领收藏投资，将兴趣、工作、致富融为一体。

目录

一、户外中国篇

· 名胜旅游首都营销 殷海雄

· 城市旅游围城突破 杨彤文

· 商业地产锦绣中华 杨奕勇

· 节庆策划商业元素 大摇林

二、欢乐中国篇

· 电视文案谋篇布局 谢摇英

· 电视栏目构架谋划 谢摇渭

· 高校竞争优势策动 吕志明

· 美容保健企业教练 孙子明

三、盛世中国篇

· 美女经济的效应圈 关晓华

· 品牌激活要素营造 李艺林

· 商业银行互借营销 尹亦辉

· 艺术收藏投资引领 李晓萍

总摇摇序

南国春来早，为广东经济出版社新年出版的“策划教程丛书”写序，只觉得喜洋洋、步步高，广东经济开放，策划总是走在前列。

从字里行间不难看出丛书所指的项目是商务项目，是当前社会进步、经济发展下的商务型文化项目或是文化型商业项目，两者主次不一，在策划的涵盖下却又相对一致，这便是要讲策略活用、方法实用与资本运用。

而所指的教程是大学府教程，由高校教师所著，为有大学学历的读者所写。

策略活用，众所周知这是项目策划首先要考虑到的，我看作者在书中已经考虑周详，算得上穷尽搜索了。

方法实用，是这套丛书的凸显之处，主笔大林先生就是个方法论者，做人做事讲方法，业内公认。

资本运用，在这套丛书中有引用，但相对薄弱，这也是国内策划书报刊的普遍不足，有待加强的地方，学习资本运用是策划人的必修课。

第一本名叫《策划方法教程》，自然是方法琳琅满目，俯拾即是，书中将哲学思维、计谋兵法与睿智创新融为一体，作者主张方法复合、执行从简，把新时代我们的城市形象项目、国民的主流商业意识表现得淋漓尽致。

第二本是《策划创建教程》，它以创作为主，但把项目执行程序、个个微妙细节贯穿始终，案例的精彩、执行的严谨和文案的技巧无处不在，热情洋溢。

第三本为《项目策划教程》，但平实自然，摆事实、讲道理，很有教师风范，个中不少方法与理论生动自然地结合在一块，读来毫不枯燥却蛮有生气。

从报章上看到 1997 年中国前十项热门职业竟有 猿项是各种不同称谓的策划人，足见策划人才的重要地位。国家劳动与社会保障部开考的业务策划师更把策划教育、策划从业推向了高峰。广东经济出版社在这方面已经做了不少工作，正在为策划业出好书、多出书，这种以读者需求为中心的出版热情与态度可敬可佩，祝愿他们取得更好的成绩。

温元凯摇摇

1997 年 圆月 愿日

除夕夜于北京

编者注：

温元凯摇经济学家、中国改革风云人物，曾赴美国华尔街从事资本运作。现为全国十几个城市市长顾问。

自摇摇序

说起项目策划，仿佛我们都经历过，其实不然。在许多商务书系中常常会有一本有关项目的书，在许多策划的丛书中也会有提到项目策划，我们甚至还会看到直接就叫《项目策划》的书，然而它们的诸多见解都不同于本书，它们多是从工程讲项目，从广告讲策划，从管理形态讲项目策划。

本策划教程丛书讲项目正本清源，首先，我们从社会学经济体系讲项目，这便是区别于工农业生产项目、建筑项目、科研项目的社会拓展性项目。之所以叫项目，这便是它不局限在某一行业或领域，其社会属性非常大，举凡城市形象、主题公园、年度选美、欢乐节庆都属于这一类型；其二，我们从策划本体出发讲策划，而不是从营销、广告、公关方面来讲策划，这样在思路开掘、思想采购方面会要广阔深远得多，在方略制定、方法选择方面也会要机动灵活不少，从而形成有个性的项目策划。基于以上考虑，我们把这套丛书第一辑分为三册，分别定名为《策划方法教程》、《项目策划教程》、《策划创建教程》。项目像一座座金库发掘它，就像开启财富的宝库；方法是一个个魔方，掌握了它就能克敌制胜；而创建是一次次体验，每成功一次就进步一点点。

担任本套丛书写作的专家学者都来自教学、科研、实践第一线，他们中有担任中国十几个城市市长顾问的城市运营专家；有担任过中华世纪坛、世界华商大会等国家项目策划专家；有长年为大中型企业老板们做年度服务的心理咨询专家；有既担任教学有担任校际横向联盟的社会营销专家。他们的项目稳健发展、态势良好，他们的策划足智多谋、无往不胜。

本丛书讲究一书多用，有理论更有实践，有方法还有案例，案例丰富多彩，从中还可以学习文案写作、方法评估、项目精算、资本运作等诸学科知识结构与技术要领，闲来翻阅兴许能早日使自己成为一个复合型项目策划人！

摇摇大摇林摇 摇
圆年 圆月 圆日
于广州麓湖居摇

前摇言

其实方法也简单

摇摇在策划领域中专家、学者、策划人众多，除了各自有自己的行业或领域之外，其实还有很多方法可言。如果说策划是生产力的话，那么方法就是生产关系。许多人做策划就十分讲程序，这方面上海人很讲究，这样做符合国际惯例，收费也高；广州策划人则不然，交一份提案就开干，边做边修改，灵活机动，赚钱最重要；北京人高屋建瓴，会从国际形势讲起，尔后告诉你如何走向全国市场，面面俱到，收费不会少。

《策划方法教程》是近年策划书刊中少有的好书，好就好在它不是资料汇编，也不是心得体会，而是一本有理论建树、更有策划方法的好书。作者在概论之后，以法则领先、方略殿后、程序清晰明了、创作惊人气概，在运用篇中更是娓娓道来，唯恐遗漏，很有高校教师的风骨。

掩卷长思，世人真如是，未见得抓得到业务，因此在实际当中不可以这么教条和古板，实用的才是最好的，其实方法很简单。例如我做策划，更准确的说是做营销、做广告就从来不写策划方案，上来就是一篇饱含激情、充满机智的营销广告见报文案，甚至是一句广告语什么的，像白沙专机送学子、香港康富来方都如此，每每广告主满意，消费者喝彩，促销效果独到，执行方便简略。

摇摇张大旗摇摇
原年 月 愿日

编者注：

张大旗摇中国最早的十大策划人之一，长年从事企业家个人顾问。曾服务过远大空调、栽菹 香港康富来、广州白云堡豪苑等。

本书策划方法案例索引

篇	章	节	方法案例
上篇	第一章	第一节	无
		第二节	广州五星级酒店步入城市共荣 肯德基进中国的社会调查 盗取德国啤酒酿造技术 以色列获取伊拉克核分布 牛肉、丁烷、油轮的链接效用
		第三节	马车制造厂与时俱进 地产经营的巅峰之作—— <u>雍</u> 李韵
		第四节	无
		附：完整案例	<u>雍</u> 附近概念案例 摇《家春秋》电视栏目创意 <u>雍</u> 险盘谋划案例 摇全国铁路电视台列车电视广告营运方案
	第二章	第一节	电视剧资金流程策划 中国男式西服市场调查
		第二节	华侨城的旅游与地产、商用与品牌 主题商场的春天
		第三节	《长沙节日地图》的创新与创富 《北大学生手册》提案
		第四节	广告三字经之比赛秩序表 《阿依达》与《大河之舞》市场推广
		附：完整案例	<u>雍</u> 案前分析案例

摇猴王、熊猫“申请吉祥物”秀

圆发散归转案例

摇北京建宏印刷公司社会化项目

中篇	第三章	第一节	无
		第二节	索尼显映反画面电视的产生 侧向思维在酒店中的应用 魏特亚的梦中启迪 北京文化馆搬迁扩建
		附：完整案例	圆学说思维案例 摇影视营销策划思路 圆睿智创新案例 摇平面立交新思维
	第四章	第一节	《三十六计》原文
		第二节	《孙子兵法》原文
		第三节	无
		附：完整案例	圆寸土必争案例 摇方寸斗艳的报花阵地 圆应预警案例 摇广州火车站春节应急预案
下篇	第五章	第一节	顺德电器工程师俱乐部提案 智业咨询该怎么“买单” 广州大学策划研究所策划咨询起价 广州大学策划研究所《评估制度》
		第二节	欧美文化对日本的影响 类聚方法成就一代英豪
		第三节	豪华家具公司扩张

天才服装公司转向
 国美电器店名胜过品名
 星巴克从品味到品位

附：完整案例

案例：竞天择案例
 摇《吃遍广州》专版置换策划原创

案例：整合优化案例
 摇同心圆城市轨迹

第六章 第一节

电影合作营销
 广东顺德“万家乐，乐万家”
 广告三字经链接
 岭南之姣校园赛
 美林，用口号传播
 公关会议类型
 “希望工程”的策划
 建立友好县市（区、乡）方案

第二节

富豪榜是这样炼成的
 长沙大涌红木家具展卖馆（策划提要）
 百家姓游戏设计
 《台山印象——伍炳亮明清家具珍藏》出版指导
 《景德镇千年庆典总体策划》评估报告
 《华夏俱乐部网络有限公司创办概算》
 《文成公主》策划理财

第三节

无

第四节

无

附：完整案例

案例：主体掌控案例
 摇炎帝陵朝花夕拾
 案例：细节制胜案例
 摇骑士定律摇形象建设步步为营