

第一章 时代需要策划学

策划学作为一门新兴学科 是时代发展的需要 是中华民族振兴的需要 是市场经济进一步完善的需要 是提高人们行为自觉性的需要。学习、研究策划学 必须坚持方向性原则、与时俱进原则、系统性原则和学以致用原则。理论联系实际 积极探索 加速普及与提高 是时代赋予我们的重大而紧迫的历史使命。

一、学习、研究策划学的必要性

(一) 时代发展的需要

1. 迎接知识经济时代到来的需要

21 世纪, 我们已进入了知识经济的时代, 世界经济发展的一个明显趋势 就是科学技术发展日新月异 科技在经济发展中的作用越来越大。这一趋势的主要特点: 一是以信息技术为主要标志的高新技术革命来势迅猛, 高科技向现实生产力的转化越来越快, 高新技术产业在整个经济中的比重不断增加; 二是经济与科技的结合日益紧密 国际间科技、经济的交流合作不断扩大 产业技术升级加快 国际经济结构加速重组 科技、经济越来越趋于全球化; 三是科技革命创造了新的技术经济体系, 产生了新的生产管理和组织形式, 推动了世界经济的增长; 四是各国更加重视科技人才,

教育的基础作用日益突出。面对这样的形势，各国特别是大国都在抓紧制定面向 21 世纪的发展战略。历史的车轮已经将我们带进了知识经济的新时代。知识经济与以往传统的农业经济、工业经济的不同之处在于：它不是以自然资源为主要依托，而是以知识的更新、智力的创新、科技的革命对资源配置、组合的谋划等为主要依托。自然资源是有限的，有些是无法再生的，而智力资源则是无限的。如何将传统的生产方式、经济增长模式转化到以信息技术、高新科技为核心的知识经济增长方式上来，是放在当今世界各国面前的一个时代课题。各国有识之士，都在为着手解决这一课题而进行精心的策划，抓紧制定新的战略。中国共产党和中国政府不仅以敏锐的洞察力看到了时代向我们提出的新课题，要求全党、全国人民必须与时俱进，开拓创新，要求各行各业都必须赶上时代前进的步伐，切实采取有效措施，深化改革，全面实现经济增长方式的转轨，而且向理论工作者提出了殷切的希望，要求广大理论工作者认真研究改革开放和现代化建设提出的重大理论和实际问题，在认识世界、传承文明、创新理论、咨政育人、服务社会方面不断作出新的建树。作为研究策划活动规律的“策划学”之所以在当今世界蓬勃兴起，正是适应了知识经济时代到来的需要。马克思、恩格斯曾经说过：一切划时代的体系的真正的内容都是由于产生这些体系的那个时期的需要而形成起来的。新的时代呼唤新的理论，新的理论指导新的实践。毛泽东思想体系的形成是如此，邓小平理论体系的形成是如此，“三个代表”重要思想的提出也是如此。策划学理论体系的形成同样也是如此。因此，学习和研究策划学的理论是迎接知识经济时代到来的需要。

2. 迎接国际竞争的需要

随着知识经济时代的到来，国际竞争也日趋激烈，竞争的重点，也由政治、军事逐渐向经济、科技、智力转移。在国际竞争中，我们既面临着西方发达国家的经济和科技优势的压力，又面临着

霸权主义和强权政治的压力。我国加入世贸组织，对我们的发展，既带来了机遇，也遇到了挑战。我国产品进入世界市场之后，引起了某些国家、某些人的恐惧。他们策划了种种抵制策略，其中采用反倾销的手法来对付我们，就是抵制策略之一。我们有些企业由于事前缺乏预见，策划不周，在国际竞争中败下阵来。这就从反面教训了我们。随着对外开放力度的加大，根据我们加入世贸组织所作的承诺，国内市场不久将对外全面开放，各国都想抢占市场，这对国内企业带来了巨大的压力。因此，加入世贸组织对我们来说既是机遇，又是新的竞争、新的挑战。在当前国际竞争中，存在着策划与反策划的竞争，研究对方的竞争策略、手段，提高我们的策划水平，才有可能在国际竞争中取胜。因此，学习和研究策划学是非常必要的。

（二）中华民族振兴的需要

1. 提高干部队伍素质的需要

从现在起到本世纪中叶，是中华民族振兴的关键时期。政治路线确定之后，干部就是决定的因素。中华民族能否振兴，关键看我们能不能不断培养造就一大批高素质的领导人才。这些领导干部不仅要掌握马列主义，还要精通工作业务，提高领导艺术，而且要善于谋划。俗话说：“将不在勇而在于谋。”领导者的一个重要任务就是“出主意”、“想办法”。领导者要善于多谋善断，各级领导干部在工作中，应该努力学会既能多谋，又能善断，能审时度势，驾驭全局，善于协调各方面的力量。这就必须改变以往那种仅仅凭经验进行谋划、决策的状况，凭老经验、想当然、拍脑袋，把自己的主观愿望当作客观现实，就不可能作出正确的决策。

策划自有人类之后，就已经产生。在古代，策划多半是属于经验型的，它主要依靠领导者、管理者个人的阅历、知识和智慧进行的。策划的好坏主要取决于领导者的阅历是否丰富，知识是否渊

博 智慧是否超群。如李冰父子 以他们的丰富经验、渊博的自然科学和水利工程的知识 杰出的组织管理才能 周密地策划了都江堰水利工程体系 对于如何分洪、排沙、引水等一系列兴利除害的问题 都作出了合理的设计 在世界水利工程史上 是领导、管理工作搞得比较出色的一个典范。这项水利工程的领导、管理之所以取得成功 虽然有多方面的因素 但李冰父子的精心策划在其中起了主要的作用，则是不可否认的。这一类策划，在依靠主要领导人、管理人的出谋划策之外 有时也利用智囊人物辅助。如朱元璋率众推翻元朝统治 建立明朝 除了他自己善于运用谋略之外 也听取了身边一些谋士的建议 例如采纳了谋士朱升的“广积粮、高筑墙、缓称王”的战略方针。但是所有这些 也主要是依靠策划者个人的经验、知识和聪明才智。从本质上讲 由于缺乏系统的理论指导 仍然是属于经验型的。这种经验型的策划 是与小生产的生产方式相适应的。

随着社会化大生产的发展 社会的领导、管理工作发生了巨大的变化，迫切要求由经验型转向科学型。以经济与科技领域为例 自 20 世纪 30 年代以来 出现了“大科学”、“大工程”、“大企业”的发展趋势。大科学是指必须通过各类学科相互协调、相互配合才能进行的科研项目。如空间科学的研究 就需要火箭技术、电子技术、电脑科技、超微缩技术、无线电技术、力学、热物理学、等离子体物理学、光学等学科的密切配合。热核聚变的研究需要微波技术、强磁技术、超导技术、中性粒子注入技术、真空技术、激光技术、计算机技术、光学和等离子物理学等多学科的相互配合。像这样大型的科学研究项目 仅仅依靠少数科研机构已无济于事 更不用说仅仅依靠个别领导人的经验智慧了，而必须依靠有关研究部门和组织众多的科学技术人员进行共同策划。如美国的“曼哈顿工程”就动员了 15000 名科技人员 分别进行研究 综合规划、设计 历时三年 才造出了第一批原子弹。“阿波罗登月计划”组织了

120 所大学、200 家公司共同参与了研制，前后参与这项工作的人员达数百万 最多的一年就有 42 万人。这样巨大的科学研究、策划工作 光凭个人经验是不行的。

大工程是指大规模的工程项目。例如，我国的长江三峡水利工程 它不仅涉及到与水利工程配套的机电、建筑等部门 还涉及农林、文物保护、移民等各个方面 需要从多方面进行规划、设计。

大企业是指规模庞大的联合企业，一般由主体工厂、分厂、研究和销售部、销售部、技术服务部等五大部分组成。职工以十万、十余万、几十万计 机构遍于各地。这种大企业实际上是一个自成体系的企业王国，它在当代有向更大规模发展的趋势。在大企业的基础上 合股经营 形成一种企业集合体 美国称之为“利益集团” 日本将其称之为“企业集团” 如日本的三菱、三井、芙蓉、第一劝业、三和等企业集团就是如此。

大科学、大工程和大企业都具有规模庞大、结构复杂、功能综合、因素众多等特点。其参变量之多 活动之频繁 输入、输出信息量之巨大 是以往小生产、自然经济所无法比拟的。因此 对于其工作的全面展开，就需要从宏观战略到微观战术，从整体到局部，从经济价值取向到社会效果，进行全方位的周密策划。任何一个环节、一个部门在策划时考虑不周，都会牵一发而动全局，影响整体效能。因此 它要求各个部门的策划 都必须遵循统一的策划原则 分工合作 共同来完成 而决不是任何个人的经验、智慧所能单独完成的。因此，必须用策划学的原理来武装各级领导人员和管理人员 全面提高领导人员和管理人员的素质 使之能在复杂的国际竞争中、繁重的建设任务中 能真正承担起振兴中华民族的伟大历史使命。

2. 不断开创现代化建设的新局面的需要

要实现中华民族的伟大复兴 根据历史的经验教训 关键在于坚持与时俱进 不断通过理论创新推动制度创新、科技创新、文化

创新以及其他各方面的创新 深化改革 不断开创现代化建设的新局面。为此，就要集中全国人民的智慧和力量，聚精会神搞建设，一心一意谋发展。作为各行各业的领导者、管理者，有一个如何调动本单位、本部门一切积极因素 深化改革 不断开创新局面的问题。全国各行各业以至每一个人也都有一个如何集思广益、群策群力和献计献策，为不断开创我国现代化建设新局面作贡献的问题，这些都涉及到如何策划以及如何提高策划的质量的问题。因此 学习和研究策划学是非常必要的。

（三）进一步完善市场经济的需要

随着社会主义市场经济的发展，市场的竞争机制也随之渗入到各个部门 渗入到人们生活的各个方面 使社会和个人充满了奋发向上的活力。同时，也向各个工作部门、各个生产单位和个人提出了更高的要求。在当今市场竞争激烈的环境下，企业的产品再也不是“皇帝的女儿不愁嫁”而必须为自己的产品如何打开销路、占领市场而策划。以往大学生的就业全由国家统一安排的局面，也被如今的人才交流市场所取代。于是，他们就必须考虑如何使自己成为社会所需要的人才，就必须为如何实现自己的理想而进行“自我设计”、“自我策划”。以往的机关工作人员坐的是铁交椅，端的是铁饭碗 如今则要竞争上岗 随时都有被淘汰、下岗的可能，因而就必须为自己的今后早作打算，早作谋划。市场经济的发展，客观上向人们提出了一个非常现实的问题，谁重视策划、善于策划 谁就有可能在市场竞争中争取主动 取得优势 反之 则可能在竞争中被淘汰，成为失败者。因而，随着市场经济的进一步完善，不管人们是否意识到，它客观上向人们提出了重视和加强对策划原理和方法的学习、研究的迫切要求。时代在前进，社会在发展，国际、国内的矛盾也在发生新的变化 每一个行业、单位、部门、个人都会不断遇到新问题 都需要我们想方设法去逐一解决 需要提

高我们发现问题、解决问题的能力 加速社会主义现代化建设 不断完善社会主义市场经济，以此作为体制保障来推进全面建设小康社会的进程。因此，学习和研究策划学是极为必要的。

（四 提高人们行为自觉性的需要

学习和研究策划学不仅是时代发展的需要；是全面建设小康社会乃至实现中华民族伟大复兴的需要，是实现领导和管理由经验走向科学的需要，是进一步发展和完善社会主义市场经济的需要，而且是提高人们行为自觉性的需要。在现实生活中，有的人做事往往心中无数，考虑欠周，粗枝大叶，做到哪里算那里，这样的人没有不碰钉子的。在行动之前，没有周密的策划、计划，没有对可能产生的不良后果预先设想对策，往往造成被动的局面，这些都是盲目性的表现。

例如，有的民工在拆旧房时，对于房屋的结构没有进行全面的了解，对于先拆什么、后拆什么、怎样拆等等，不做细致的谋划，就盲目地动手。由于先拆掉了支撑柱，房顶倒塌，造成了严重的伤亡事故，类似的教训是非常多的。为了要使自己的行为产生良好的结果，进行周密的考虑是非常必要的。而要使这些考虑能够不停留于直觉经验的水平，就必须学习和运用策划学的知识。

二、学习、研究策划学应遵循的基本原则

学习、研究策划学 从根本上来说 必须坚持以辩证唯物主义和历史唯物主义为指导 坚持理论联系实际的原则。具体说来 要坚持正确的方向 要坚持与时俱进 要坚持系统地学习、研究 要坚持学以致用。就是说 必须遵循方向性原则、与时俱进原则、系统性原则和学以致用原则。

(一) 方向性原则

学习、研究策划学，一定要坚持正确的方向。方向正确 利民 方向偏了 就可能走到邪路上去。所以我党历来非常重视理论学习、研究的方向问题。毛泽东为抗大题的校训 第一句就是坚定正确的政治方向。邓小平在新的历史时期，反复告诫理论界要注意坚持社会主义方向。江泽民也反复强调一定要“ 坚定社会主义方向 ”。在“ 三个代表 ”中明确提出要求我党必须代表中国先进文化的前进方向。胡锦涛要求理论工作者必须认真研究改革开放和现代化建设中提出的重大理论和实际问题。因此，方向性原则是学习和研究策划学的一个指导性原则。事实上 每一个学习、研究某种理论的人都自觉、不自觉地按着自己既定的方向在进行 问题在于是仅仅为个人谋取名誉地位、金钱、享乐而去学习、研究 还是为了最广大人民的根本利益，为了开创中国特色社会主义事业新局面，全面建设小康社会，实现中华民族的伟大复兴而去学习、研究。对策划学的学习、研究也是如此。这是在学习、研究策划学之前首先应该解决的问题。有些人认为，政治策划现在已不需要，现在还搞政治策划就落后形势了，现在需要的是研究如何为本单位、本企业和个人谋取利益最大化。当然 我们并不一般地反对为本单位、本企业和个人谋取利益 但更应该始终把社会效益放在首位。如果偏离了正确的方向 即使经过策划 的确获得了巨大的利益 但很可能恰恰损害了最广大人民的利益 也可能获得了眼前利益而失去了长远利益。忘记远大理想而只顾眼前就会失去方向。这就告诉我们学习、研究的方向性问题，其中重要的一点就是学习、研究的动机、目的和目标问题。这是每一个学习、研究策划学的人应该首先要认真思考和解决的。理论创新必须以坚持马克思主义基本原则为前提 否则就会迷失方向 就会走上歧途。必须以实现最广大人民的根本利益为理论创新的目的。我们在学习和研

究策划学时，应当始终要牢记和把握方向性原则，千万不要掉以轻心。

（二）与时俱进原则

所谓与时俱进 就是全部理论和工作要体现时代性 把握规律性，富于创造性。学习和研究策划学是时代的需要。时代在前进，策划学也应不断地创新 这就需要不断地从社会实践中总结、归纳策划活动中具有规律性的东西 进行加工整理 使策划理论不断充实完善。这个过程 也是一个不断进行理论创新的过程。因此 学习、研究策划学 就不能静止地学习研究 不能停留于只向古人、外国人学习和研究上面 而应结合本国的和当代的现实 不断研究新问题 做到既不割断历史 又不迷失方向 既不落后于时代 又不超越阶段。做到既必须坚持解放思想、实事求是、与时俱进 从理论和实践的结合上不断研究新情况、解决新问题 又要自觉地把思想认识从那些不合时宜的观念、做法和体制的束缚中解放出来 从对马克思主义的错误的和教条式的理解中解放出来，从主观主义和形而上学的桎梏中解放出来 不断有所发现、有所创造、有所前进。既要向外国学习，又不照抄照搬。在发展中不断总结策划活动中的新经验 借鉴古代和当代的研究成果 扩展新视野 作出新概括，使策划学不断更新 不断前进。只有这样 才能适应社会不断变革的需要。

（三）系统性原则

现实的策划活动是丰富多彩的，要从纷繁复杂的策划活动中总结出具有规律性的基本原理，这是辩证唯物主义关于世界的普遍联系原理在策划学研究中的具体运用。世界上一切事物无不处于普遍联系之中，策划活动也是如此。联系的有序化就是系统。策划活动有其内部结构 其内部各个要素、组成部分之间的有机联

系构成策划系统。策划系统不可能独立地存在，它与周围相关的其他系统构成既相互制约又相互影响的关系，成为策划系统的外部联系。在内部与外部多种因素的相互作用下，推动着策划活动的矛盾运动，形成策划运行的动态有序系统。因此，对于策划活动的研究，既要从策划系统本身，即从本身内部各个子系统、各个要素进行深入的剖析、研究，又要从策划系统与其外部各种系统之间的相互关系进行分析、研究，既要进行宏观考察，又要进行微观考察，既要考察策划的主体，又要考察策划的客体，既要探讨策划活动群体的共性，又要探讨策划活动个体的个性。如此等等，必须全方位地进行系统的研究。因此，切忌孤立、片面、就事论事，切忌就策划论策划，必须将策划活动置于更广阔视野下，置于事物的普遍联系的大系统之中进行研究，这样才能看清策划活动在人类整个活动中的地位、作用，才能揭示其活动规律。在这个基础上，才能形成策划学的系统的理论体系，使策划学成为具有严谨结构的科学，才能使策划学在指导人们的策划活动中，发挥其应有的作用。在学习策划学时，切忌将策划学的概念、要素、原则、程序、方法等割裂开来，孤立地、零碎地进行学习。而应从概念与概念之间、各要素、各原则、方法等之间的相互联系中把握其精神实质。毛泽东曾经提出高级干部对马列主义必须系统地学习，认为如果我们有一批系统地而不是零碎地掌握了马列主义的高级干部，我们的事业就有了希望。在世纪之交，江泽民针对现在四十岁上下的年轻干部，一般都接受了马克思主义和党的优良传统教育，但还不够系统、扎实的状况，提出一定要注意系统地学习。毛泽东和江泽民的这些指示精神，不仅对于学习马列主义有指导意义，而且对于学习策划学也同样具有指导意义。

（四）学以致用原则

学习、研究策划学是社会实践的需要，是为了指导社会实践，

因此必须坚持学以致用原则。要坚持学以致用原则，就要着眼于对实际问题的理论思考，着眼于新的实践和新的发展。策划实践活动是随着时代的发展而不断变化发展的，新问题层出不穷，因此策划学也必然会不断遇到新的课题，其理论内容、形式、体系也不应固定不变，我们应当随着社会实践的发展而不断创新，只有这样，才能真正发挥策划理论指导实践的作用。

三、学习、研究策划学的方法

理论联系实际是学习和研究策划学的根本方法。原则在实际中的运用，就转化为方法。因此，学习和研究策划学的一些原则，运用于策划的具体活动之中，也就转化为策划学的方法。在这个前提下，对于策划学的学习和研究，可以采用调查法、总结归纳法、批判借鉴法、实践探索法等等。

（一）调查法

策划学作为一门新兴学科，严格说来，它目前还处于酝酿的过程之中，专门的论著尚不多见。但是，涉及策划活动的一些理论、原理、方法，却大量地存在于相关的学科之中，存在于相关的一些论著之中，因此，就需要作广泛调查，了解和研究其历史和现状，了解和研究其所达到的广度和深度。这种调查，是非常重要的和必要的。因为学科的形成和发展，一般都是从原有的学科中逐渐分化出来的。例如，逻辑学、伦理学，原来都包括在哲学之中，是哲学的一个组成部分，后来，对其进行专门研究，便成为哲学的一个分支，以后又发展为独立的学科。又如决策学，原来也是领导科学、管理科学中的一个组成部分，后来发展为一门独立的学科。策划学也是如此，但是还没有达到逻辑学、伦理学那样的独立程度，还处在一个逐步形成的阶段。因此，从相关学科中调查有关策划的研究

成果就显得格外重要。恩格斯说过 任何科学的研究都必须以前人的研究成果为起点 都必须充分利用前人的研究资料 虽然其根源是在社会的存在之中。这是科学文化发展的自身内在规律，策划学的研究也不能违背这一规律。因此，这种调查研究是加速策划学的形成、发展的必要条件，也是行之有效的方法。

（二）总结归纳法

除了调查已有的研究成果之外，从人们实际进行的策划活动中进行总结归纳 上升到理论高度进行整理 也是非常重要的。从古到今，人们在实际生活中，积累了许多成功地进行策划的经验，并为人们广泛地模仿运用，成为一种不成文的策划原则与方式。如孙臆为田忌赛马献策而胜齐威王，就成为以弱胜强策划的方法范例，为后人广泛采用。其中就蕴含着运筹学的基本原理。人们在实际生活中活动的成败 往往与策划的正确与否有关 从正反事例中总结归纳就可以找到一些带规律性的问题，就会为形成策划的原理、方法提供了素材、佐证。因此 总结归纳法是研究策划学的行之有效的方法。在运用这种方法时，值得加以重视和注意的是必须加以理论的加工，否则就会停留于经验的水平。

（三）批判借鉴法

现代西方 在社会化大生产高度发展、科学技术迅猛发展的基础上 积累了丰富的领导、管理经验 也对策划的一些原理、方法进行了研究。他们的这些研究成果，我们应该将其看成是人类文明发展的共同财富 应该共同享用 大胆引进、借鉴 作为我们建立策划学学科的参考。同时 在引进、借鉴时 对于其中的消极、错误的观点 也应该加以分析、批判、改造。例如 现代西方的管理理论，有代表性的分为三派。古典学派认为人的本性是自私的，经济利益是人的惟一的行动动力 人是经济动物 因而主张采用惩罚的手

段进行管理。另一派是行为学派 他们认为人的本性是友爱 因而主张运用激励手段来调动人的积极性。还有一派是权变学派,他们认为人是复杂的人 善恶相杂 因而对他们的管理既不能单用惩罚,也不能单用激励 而应两者兼而用之。这三派相互诘难 互争上下 虽各有合理因素 但有一个共同点 就是都是建立在唯心主义抽象人性论的基础之上的。因此 对于西方的理论 我们必须运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点加以分析 有所取舍 不应一概照搬。正如毛泽东所指出的那样 对于外国的好东西,一定要虚心学习 但必须立足于中国的社会实际 不要全盘西化。应该学习外国的长处 来整理、创造出中国自己的、有独特的民族风格的东西。对于策划学的研究,我们也应该采取有批判地借鉴西方经验的方法。

(四) 实践探索法

任何理论的形成、发展 都是实践探索的产物。策划学也同样如此。调查研究法、归纳总结法、批判借鉴法 归根到底 都必须以实践探索法为归宿。所谓实践探索法,它与前面三种方法的不同之处 在于它不是以别人的实践经验及其理论概括为研究资料 而是策划者、策划研究者通过自己有意地运用策划原理、方法形成策划方案后,在实施过程中进行探索,不仅检验方案的正确与否,而且检验策划的原理、方法等正确与否。从实施过程中对策划的原理、原则、方法等进行研究 从而形成科学的理论体系 并在不断的实践探索中使其完善。这对于策划学的研究人员来说,是不可缺少的。只有这样 才能将别人的经验和理论 与自己的实践探索有机地结合起来,推动策划学的发展。

现在一个学习、研究和运用策划学的热潮正在全国兴起 越来越多的人认识到学习、研究策划学的必要性和紧迫性 有些高等学校已将“策划学”作为培养、提高学生素质的重要课程列入教学计

划，国家权威职能部门也已将策划师作为社会的正式工作职业向社会公布 策划工作者的社会地位已经确立。可以预见 随着对策划学学习和研究的广泛而深入展开 我国人民群众的策划水平、智力素质也将会获得巨大提高。这样就能完成时代赋予我们的历史使命 在中国特色社会主义的旗帜下 全面实现小康社会和中华民族的伟大复兴，使中华民族重新站立于世界先进民族之林。

思考题：

1. 为什么要学习、研究策划学？
2. 学习、研究策划学应坚持哪些原则？
3. 你认为应该怎样学习、研究策划学？

第二章 策划与策划学

学习和研究策划学首先要对该学科的性质、特征有所了解。由于策划学是一门新兴学科，许多问题尚处于探索的过程之中，学术界的看法不尽一致，这是很正常的。在本章中，我们提出的一些看法是我们多年来研究的心得，仅是一家之言，所言是否妥当，还有待于进一步探讨研究。例如，什么是策划？策划与决策、策划与咨询、策划与点子有何同异？策划学是一门怎样的学科？它有哪些基本特征？策划学应该怎样分类？这些都是值得探讨的。

一、策 划

（一）策划的含义

策划一词，目前已为人们广泛使用，但是对于策划一词的理解却莫衷一是，对于策划的定义也说法不一。为了便于掌握策划的确切含义，我们不妨作些古今的考察。

在中国古代，策划又指策画。如《后汉书·隗嚣传》所说：“是以功名终申，策画复得。”一句中的“策画”就是指策划。策画与策划意思相通。策划一般是指谋划、筹划、打算、计谋、计策、对策、设计、计划、办法等智谋活动。

“策”在中国古籍中有时作名词用,有时作动词用。作名词用时,往往有多种指谓,有时是指带有尖刺的鞭子,称为“策鞭”;有时是指书简,称为“书策”、“简策”;策与册相通,有时是指占卜用的一种蓍草;有时是指科举考试中所用的一种“策论”文体,而更多的是指某种谋略、计谋、打算、办法,如“上策”、“中策”、“下策”、“束手无策”、“献计献策”中的“策”字,其含义就是如此。

“策”作为动词用的时候,含有强行推动、打击、促动的意思,如“策动”、“鞭策”、“策马飞奔”等等。

“划”在中国古籍中也有多种用法、含义。有时是指分割、区分,往往用“划割”、“划分”、“划开”等词来表述;有时是指拨动,如“划水”、“划船”等;有时是指安排,但用得更多的是指设计,如“计划”、“筹划”、“谋划”等。

可见“策划”中的“策”与“划”两者的含义既相区别,又相联系,将两者合在一起作为独立的词汇出现时,通常就是指谋划、计谋、策划、打算、计策、对策、设计、计划、办法等智谋性活动。文籍中出现的谋略、策略、“韬略”、“运筹于帷幄之中,决胜于千里之外”等等,都有“策划”一词的含义。对于今天我们理解、运用“策划”一词是很有帮助的。因为人类的策划活动具有历史继承性,我们不能人为地割断历史。但是,社会实践活动是发展的,同一名词,其含义也是变化发展的。如何结合社会发展的现实,运用科学理论,对“策划”一词作出科学的解释,是研究策划学必须解决的一个问题。目前国内外策划学研究者,对此作了许多有益的探索工作,发表了许多很有独到之处的见解,但至今尚未形成统一的解释。为了便于研究的深入,我们不妨将我们所见到的几种解释列述如下:

1. 雷鸣雏主编的《中国策划教程》认为:策划是通过概念和理念创新,利用整合各种资源,达到实现预期目标的过程。
2. 李宝山、张利庠编著的《企业策划学》认为:策划在现代的

含义就是出谋划策以实现预想的目标。他还认为，策划就是为实现特定的目标运用科学的方法产生、设计、选择组织与环境的最佳衔接方式，并制定出具体实施方案的创造性的思维活动。

3. 陈放著的《策划学》认为 策划就是为行动谋划方案 策划即运筹。“运筹、策划 就是在对事物环境充分了解并提出独创性、出奇性、可行性的创意谋略基础上 根据事物的演变规律 设定、设计策划手段和实施力量的方案，并帮助实施者一起去实施这种方案。有时它能适应事物的演变轨迹，有时它能改变事物原有的运动轨迹 从而按照你所设定的策划目标而偏转。”“策划的定义应该是 为实现特定的目标 提出新颖的思路对策即创意 并注意操作信息，从而制定出具体实施计划方案的思维及创意 实施活动。总之 策划是一个综合系统工程。”

4. 梁朝晖编著的《TOP 策划学经典教程》认为 所谓策划 其科学内涵是指在人类社会活动中 人们为达到某种特定的目标 借助一定的科学方法和艺术 为决策、计划而构思、设计、制作策划方案的过程。他又说：“我们认为 策划就是策略、谋划 是为达到一定目标 在调查、分析有关材料基础上 遵循一定的程序 对未来某项工作或事件事先进行系统、全面地构思、谋划、制订和选择合理可行的执行方案 并根据目标要求和环境变化对方案进行修改、调整的一种创造性的社会活动过程。”

5. 贾士军编著的《房地产项目全程策划》认为 策划就是筹划或谋划 策划是一项立足现实、面向未来的活动。它根据现实的各种情况与信息 判断事物变化的趋势 围绕某一活动的特定目标这个中心 来全面构思、设计、选择合理可行的行动方式 从而形成正确决策和高效工作的过程。

6. 吴灿著的《策划学》认为 策划就是对某件事、某种项目有何计划、打算 用什么计谋 采取何种谋策、划策 然后综合实施运行，使之达到较好的效果。