

<<江山入划>>

图书基本信息

书名：<<江山入划>>

13位ISBN编号：9787807287933

10位ISBN编号：7807287934

出版时间：2007-12

出版时间：广东经济出版社有限公

作者：熊大寻

页数：298

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<江山入划>>

前言

江山入划，城市如棋，时代风云变幻，智慧纵横无疆。

从景区到城市，从企业到政府，从学富五车的教授到擅长操作的专家，从计谋多端的商人到纵横捭阖的官员，当以生存智慧为底色的社会万花筒旋转变幻之时，折射出我们这个时代的一束束强者之光：操盘城市，做局地方，策划为王，营销是金。

在这形形色色的智谋大观中，一本名叫《拳打策划，脚踢广告》的著作，成为了现代《孙子兵法》，引起了公众和舆论的强烈反响，成为商人老板和策划界人人必读的书籍，深刻影响和改变了许多人的生活 and 事业。

2005年《拳打策划，脚踢广告》一书出版后，短短一年时间连续三次再版，在许多图书销售排行榜上名列前茅，成为国内最畅销的策划书籍。

全国各地读者来信如潮，几乎每次来信都会询问作者熊大寻有无其他作品。

此书一出，一扫近年来策划业的颓势，堪称策划业中兴的里程碑式的作品。

说起中国策划业的中兴，不能不提到熊大寻其人其事。

《羊城晚报》曾这样报道熊大寻：中国策划业分为三个阶段，第一个阶段是80年代叫做“西风东渐”，以太阳神为代表西方CI理论首次取得了辉煌战果。

处于启蒙期的中国第一代策划人广告人正是运用了西方理论为自己落实政策找到了江湖地位。

中国第一批策划人，大半都是CI的信徒，以点子大王何阳为首四处作报告，皆以CI打头阵，言必称希腊；第二个阶段是在90年代，叫做“中学为体，西学为用”，随着何阳入狱，太阳神陨落。

当太阳落下去的时候，星星升了起来。

随着以星河湾为首的华南板块的崛起，王志纲的中西合用的宏观策划浮出水面；第三个阶段是“东风压倒西风”，奥美失手中国，麦肯锡兵败实达、折戟康佳。

21世纪初的中国策划业经过中西融合的阶段，开始从前两个阶段的点式策划、面式策划，走向了立体策划，先天对国情的了解、谋略思维的水平高度，加之后天的成功嫁接，中国本土策划机构全线告捷，东风压倒西风，熊大寻是中国策划第二阶段的代表。

熊大寻提出：商业模式策划是最高级的策划，中国的企业为什么做不大？

为什么不能进世界500强？

因为我们缺乏商业模式策划，这是最关键的问题。

凡是世界著名企业无一不是具有独特的商业模式。

何况中国民营企业平均寿命3.7年，赚钱生存是头等大事，但我们却沉浸在西方的品牌形象、CIS、广告创意这些浅层次的策划里面。

商业模式通俗地说就是赚钱的方法，这对中国企业尤其是民营企业来说，是最迫切需要的策划，也是最高明的策划。

以前，中国的策划方法大致分为三种，一种是广告营销策划，一种是企业战略策划，而商业模式则是更高级的第三种策划。

随着《拳打策划，脚踢广告》的出版和影响，不仅把该书的作者熊大寻推到了新时期“中国策划第一人”的地位，更给中国策划市场注射了一针强心剂。

面对市场的巨大需求，各地各界大众的盛情邀请，所以有了熊大寻2006-2007年的中国巡回演讲之行。

这本《江山入划》，是熊大寻的第二本著作，本书全面收录了熊大寻在北京、广州、重庆、贵阳、昆明等城市巡回演讲的主要内容。

此书全景展示了中国城市策划的秘诀，揭示了这个世界上最高深莫测的策划之道，顶级商人的商业魔式——快速、隐蔽、巧妙的赚钱之术，以及熊大寻近年来操盘城市、谋划企业的全新案例，加上演讲内容的旁征博引、举一反三，其深度和广度都远远超过《拳打策划，脚踢广告》，更加精彩纷呈，相信能不负读者的期望！

<<江山入划>>

内容概要

本书是作者的第二本著作，该书全面摘录了熊大寻在北京、广州、重庆、贵阳、昆明等城市巡回演讲的内容。

书中全景展示了中国城市策划的秘诀，揭示了这个世界上最高深莫测的策划之道，顶级商人的商业魔式——快速、隐蔽、巧妙的赚钱之术，以及熊大寻近年来操盘城市、谋划企业的全新案例！

<<江山入划>>

作者简介

熊大寻：

- 中国十大策划人第一名，策划最高奖“金钥匙”持有者· 中国策划20年十大策划家
- 被第三届中国策划大会授予“中国策划新一代掌门人”称号
- 《羊城晚报》报道“继何阳、王志纲后，中国策划第三阶段的代表人”
- 《风光》报道“中国城市策划第一人”
- 《商界》报道为“中国第一策划型广告人”
- 《经营者》报道“中国商业模式策划开创者”；“中国策划少帅”
- 《新营销·城市黄页》报道“前有王志纲，后有熊大寻”、“中国策划界第一怪杰”
- 中国策划界第一位城市首席战略顾问
- 开远市首席战略顾问、大理旅游策划顾问、香格里拉旅游策划顾问
- 策划遵义获“中国策划20年经典案例金奖”
- 策划大理获“中国策划金奖”
- 著作《拳打策划，脚踢广告》

<<江山入划>>

书籍目录

第一章 谈策划第二章 商业魔式第三章 中国城市策划实录第四章 中国企业策划演讲录第五章 中国民营企业策划之道第六章 熊大寻，操盘城市第七章 熊大寻访谈录第八章 在中国民营企业论坛暨中国商会论坛上的演讲后记

<<江山入划>>

章节摘录

第一章 谈策划 当时的春秋格局是小国三千诸侯八百，但最后产生了春秋五霸，为什么呢？因为这五个霸主身边都有一个策划大师。

1981年美国总统里根上台后，立即着手策划如何结束美苏争霸的局面，搞垮苏联。里根用了两个大策划，一是任命的金融专家威廉凯西为中央情报局局长，这个人是“经济战”的发明者；二是跟沙特打联手。

拉登也有大策划，他在意想不到的地点、用意想不到的武器，以超限战的方式策划了9.11事件，这只是其一，背后还隐藏着更大的两个阴谋。

毛主席他有生之年一直在思考，怎么恢复中国的联合国常任理事国的席位。在1970年的时候，他已经把这个构思完成了。

他在会见赞比亚总统卡内拉的时候，他提出了他的大策划思路。

第二章 商业魔式 天下魔术千变万化，但总结起来只有三个特点：快速、隐蔽、巧妙。中国做大的老板、做大的企业，都有快速、隐蔽、巧妙的赚钱方法，这个方法就叫“商业魔式”！

以一个BT项目中的100%造价款为例，如果分四年还清，相当于政府每年还25%的造价款。每一年里还的款亦可作为新的项目的启动资金，这些新操作的项目的分期款又可以依次类推新开项目，一生二，二生四，四生八，项目数可以在不投入新资金的情况下，以几何级数般暴增。

他称自己简直可称得上是“手握木偶线的大师”，从容地支配着这些项目之间的人力，物力财力，来回周济，续接，以一当十，四两拨千斤。

一个企业没有独到的商业魔式，就好像一个大侠没有绝活一样，是不能行走江湖的，我们的企业要真正做大，光听MBA和教授、专家的课程，看李嘉诚传记是远远不够，那只相当于只会蹲个马步，只会胸口碎大石，出来闯江湖是要出事的。

第三章 中国城市策划实录一、城市经营之道 云南城市经营的终南捷径一运作城市就像炒作股票经营城市就像炒作股票，一个缺乏知名度和热度的城市就相当于一支原始股，它的价值在最低点，一支股票只值一元钱，而当一个城市经过高明的操盘手进行巧妙的包装、宣传和炒作后，知名度和人气指数暴涨的城市，就像股票一样快速升值，当它升到50元一股时，整个城市资产及地价就增长了50倍！

公公原理。

历史上的太临几乎都是文不能安邦，武不能定同的人，也就是文才和武功都不行，为什么？

因为公公都是失去男性功能的人，所以身体肯定不行，身体不行，还练得成什么武功，所以武功肯定不行；而公公都是干伺候人的活的，而且是伺候皇帝，那叫战战兢兢、如履薄冰，半刻也不得闲，根本没有时间来学习，所以文才也不行。

<<江山入划>>

后记

长江为带，九州为裳。

2006-2007年的中国巡回策划演讲，高强度、快节奏、大跨度的策划万里行，由此书得以直观生动地面对读者。

在这一连串的活动中，边说边干，所到之处为城市和企业做了许多现场即兴策划和咨询，这种出手救人的“带功报告”也达成了不少双赢的合作。

我不是职业演讲家，只求以谋成事，实干助人。

“眉头一皱计上心来”是客户的期待，更是智慧境界的追求，不想用系统和理论去蒙人。

古代帝王有疑难，谋士是没有机会准备的，当场出不了计策，好点的结果也得回家种田。

不是自矜，而是我们这个行业自古以来“头顶悬剑”的职业道德。

因此一路走来，答疑解惑，现场解套，每场报告都在增加新鲜内容。

说己所做，做己所说，真情实感信手拈来，也还做到了“听之有味，行之有效”的效果。

值得欣慰的是，这趟急行军下来的成果能面向广大读者，相信大家会从中有所受益，并感受到策划这个行业的一些魅力。

我的父亲熊锷，这位老中文系的本科生，在陌生的电脑上费力地帮我校阅完全部书稿；广东经济出版社的崔黎民先生，一直以来关注和支持我的著作出版；熊大寻策划机构员工对本书做了大量的文字整理工作。

一并由衷感谢！

熊大寻2007年9月28日

<<江山入划>>

编辑推荐

《江山入划:熊大寻中国策划巡回演讲录》以作者亲历的经典案例的策划秘要入手,系统地诠释了商业模式整体策划的精髓。

全书共分8个章节,具体内容包括谈策划、商业魔式、中国企业策划演讲录、中国民营企业策划之道、熊大寻访谈录、在中国民营企业论坛暨中国商会论坛上的演讲等,书中全景展示了中国城市策划的秘诀,揭示了这个世界上最高深莫测的策划之道,顶级商人的商业魔式,以及熊大寻近年来操盘城市、谋划企业的全新案例!

江山入划,城市如棋,时代风云变幻,智慧纵横无疆。

从景区到城市,从企业到政府,从学富五车的教授到擅长操作的专家,从计谋多端的商人到纵横捭阖的官员,当以生存智慧为底色的社会万花筒旋转变幻之时,折射出我们这个时代的一束束强者之光:操盘城市,做局地方,策划为王,营销是金。

熊大寻策划机构由熊大手先生于2005年创立,拥有北京、昆明、重庆、苛阳四个策划中心,2006年11月在北京举办的“首届中国智库论坛”上,熊大寻策划机构被评选为“中国十大最具影响力智业机构”熊大寻策划机构专门为那些寻求超常规发展和战略性突破的企业、政府提供策划服务机构的业务遍布全国各地,不仅为数十家企业提供过项目策划与营销商业模式咨询,也为数十个地方政府提供了总体策划和战略咨询服务成功策划中国旅游王牌:大理、香格里拉、昆明、石林、怒江、井冈山、南岳衡山、遵义市、天津宝坻及开运、石屏、江川等整体形象、项目及城市运营策划。

成功策划中国第一品牌:中国第一地产品牌万科、中国第一陶瓷品牌东鹏、中国信用卡第一品牌广发卡、中国第一商业连锁地产大商汇、中国第一都市禅林文殊院、云南白酒第一品牌茅粮。

从事过星河湾、南国奥园、骏景花园、江南世家、大商汇等数十个房地产项目的策划推广。

<<江山入划>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>