

<<城市中国>>

图书基本信息

书名：<<城市中国>>

13位ISBN编号：9787010059976

10位ISBN编号：7010059977

出版时间：2007-3

出版时间：人民出版

作者：王志纲 编

页数：269

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>

前言

2006年岁末，当我结束了大三峡旅游战略的考察之旅，风尘仆仆甫抵京城的时候，这套《王志纲战略思想库》的初稿已放到我的案头，十本书，二十年。

这套文库，不仅从特殊的视角记载了我们国家天翻地覆的二十年风云史，也是我个人脱胎换骨，从一个人到一个团队，知行合一、与时俱进的精神结晶；同时也是解读时代，研究转型之中的中国最鲜活的读本。

回首这二十多年的社会变迁，知识分子下海，可以说是这段风起云涌、潮涨潮落的岁月中情节最为精彩、最富有戏剧性、也最耐人寻味的时代乐章。

市场经济在彻底改变了中国文人几千年宿命的同时，却又提出了巨大的时代悖论。

当无数昨天还坚守着自己精神家园的知识分子们受时代的感召，义无反顾地扎进市场经济大潮中时，首先要面对的就是生存问题，要生存首先要学会与“狼”共舞，既在市场中兑现知识、智慧的价值，而又不被“狼”群所同化。

这是一个巨大的挑战。

那么，知识分子到底有没有可能走出一条既财智双赢而又不扭曲自身人格的道路呢？这套文库真实地记录了我作为其中的一员，在时代洗礼和市场历练中的苦苦追寻和长久探索。

从下海的第一天起，我就试图探寻和破解知识分子的市场化生存之道，在几乎无时无刻不与市场的力量博弈、与商人过招、与政府官员对话之时，我始终在思考和求证着这个命题。

尽管当时这看起来似乎有点堂吉诃德式的自不量力，但我们坚持了，而且走出来了。

总结这二十年来极富传奇色彩的历程，我越来越感觉到，这条路不仅有，而且有着广阔的空间。

这套文库正是从不同侧面完整地反映了我和我的团队作为一个中国本土战略策划机构的成长经历，生动展示出全球化竞争浪潮中东方智慧的运用之道。

透过改革开放二十多年来，人们对于智力行业在认识上所经历的一次次洗礼，显现出中国顾问咨询业的发展脉络。

创建有中国特色的战略思想库，一直是我们始终不渝的追求。

自1996年以来的十年间，我们已有十几本著作出版，把每一阶段的收获和心得无偿地奉献给社会。

也许正是这种“只问耕耘，不问收获”的精神，也许正是对于团队“既是公司，也不是公司”的独特定位，才使我们一不小心蹬出了一条具有中国特色的战略咨询新路，找到了更符合中国国情、更经得起实践考验的东方策划和东方哲学的奥妙与神韵。

可喜的是，这种奥妙和神韵不但已被许多企业家所接受，使他们获得了巨大的物质财富，而且我们也得到了社会和市场的高度认可。

无论是从冰天雪地的黑河到四季如夏的三亚，还是从巫山云雨的三峡到十里洋场的上海，都有热情的企业老板和政府官员拿出工作室的著作让我签名。

最令我惊喜的还是，许多人的命运因此而改变，地方经济的发展思路因此而得到提升。

同时，无数的读者也强烈地渴望我们能尽早出版一套完整的文库，把我和工作室这二十年来的探索进行一次系统的梳理和总结。

当国内众多的出版社纷纷找上门来时，我选择了与国内最权威的人民出版社合作。

在北京的一次工作场合，人民出版社的黄书元社长曾当面向我表达了对这套文库的重视。

我也不无调侃地回应道：一个既非政要，也非显贵的草根之人，竟也能获此殊荣，这真是“萧瑟秋风今又是，换了人间”。

而这一切的背后正是思想的力量在起作用。

文章千古事，得失寸心知。

文库的出版作为一项浩大的文化工程，要无愧于时代和读者的厚望。

因此我们秉承对历史高度负责的态度，从过去的十几本著作中精心挑选了最具代表性的七本，经过重新编辑再次奉献给读者，另加入最近撰写的三部新作，共合成十本，取功德圆满之意。

我们的宗旨就是要使这套文库既尊重历史的原貌，又富有时代的气息。

不但使读者能完整地看到王志纲从一个媒体人到一个策划人的人生轨迹和心路历程，重温那段激情

<<城市中国>>

燃烧的岁月与那个金戈铁马的时代；而且还能全面了解一个中国本土战略策划机构的理论探索、哲学思考和在实践中所展现出来的东方智慧。

《谋事在人》作为第一本浓缩我个人人生经历和策划实录的著作，1996年刚问世就不胫而走，成为当年最火爆的畅销书之一，以至于我在美国看到只要有华文书店的地方就有《谋事在人》。甚至直到今天，我在各地做项目的时候，还能遇到好多人把珍藏已久的这本书拿出来请我签名。这次的再版除了是应广大读者的强烈要求外，我还要谨以此书献给作者谭启泰先生，以告慰他英年早逝的在天之灵。

谭启泰先生是复旦大学新闻系的高才生，是当年在上海滩与余秋雨先生齐名的大才子。作为名噪一时的《南风窗》杂志的主要创办人，谭先生同我因约稿而相识，因切磋而相知，因相知而萌生了写作《谋事在人》一书的冲动和激情。

后来的事实证明，《谋事在人》作为启泰先生生命的绝响，不愧为大师手笔。

《谋事在人》的社会影响力远远超过了同时期写明星的任何一本畅销书。

它的风行不仅将我推到了“中国策划家”的地位，更给中国的策划市场大大添了一把火。

面对市场的巨大需求以及各地、各界大众的渴望和盛情邀请，终于有了我在1997年岁末的中国巡回演讲之行，随之也就有了《策划旋风》的诞生。

《策划旋风》全景式地记录了我在1997年岁末短短半月在在广州、南京、天津、上海、杭州、深圳几大城市进行的旋风般巡回演讲的实况。

其价值和意义就在于，对当时我所开创的对话式演讲风格进行了实录性的展示。

演讲中最具特色、大胆且具轰动效应的部分是现场的有问必答。

坚持真实性第一，《策划旋风》还是保持了原貌。

这次再版又加入了最近一年来我在全国各地一些重大场合的演讲内容，使之更富有时代气息，更具有启发意义。

树有根、水有源，人的所作所为是有渊源的。

《行成于思》是我在新华社当记者的十年间所撰写的重大文章的一次结集。

那十年，正赶上邓小平改革开放的时代，社会巨变，面临诸多新问题，迫使我去思考，而且是超强度的思考，从而强化了我的思维能力，为我日后从事头脑产业奠定了基础。

各种文体的文章几乎涵盖了邓小平改革开放时代主要的热点问题，透过这些文章，不仅可以重温那个风起云涌的时代，还可以清晰地看出我的思想轨迹和观察思维方式，希望对读者有所裨益。

知易行难。

中国知识分子最大的弱点就是在形而上时是巨人，在形而下时却是侏儒。

工作室在广东华南板块之战中成功地解决了这个问题，这一战例和反思结集于《大盘时代》一书，今天一并纳入文库推出。

这场后来被载入中国房地产教科书的经典大会战，不仅吹响了地产走向大盘时代的号角，其对中国房地产发展走势、乃至对于中国城市化进程的影响和意义，已经远远超越出了广州、广东而波及全国。

同时，也使沉闷多年的广州地产再一次成为全国瞩目的焦点，预示着中国地产开发从此走进了战略时代。

财智时代，是我对知识经济在中国的独特解读。

通过阅读《财智时代》这本书，读者能在对昨天的回顾和对明天的展望中，透视历史发展的脉络，从而对财智时代的理解会更为深刻。

《城市中国》是我们对中国城市化的感悟和总结。

一个成功的实践胜过一千打纲领。

今天，当城市经营还是一个理论问题，甚至还是一个争论不休的时尚话题的时候，长期潜行于市场经济深海之中的工作室，已经在这个几乎是包罗万象的领域奋力耕耘了5年的时间。

《城市中国》就是工作室这5年来实践的一次毫无保留的总结和告白。

独立之人格，自由之思想。

我作为一个知识分子尽管已走出体制外，但我却始终保持着相对超然和独立的立场。

<<城市中国>>

这种既不属于甲方也不同于乙方的立场和观点，使我具备了与“狼”共舞、同流而不合污的观察便利，由此便产生了《丙方的观点》一书。

读者将会在《丙方的观点》中看到我对企业家、商帮、文人等诸多社会群体和社会现象的解剖与针砭、观察与思考。

《找魂》作为工作室的第一本战略性著作，融会了我们这个团队十年的理论探索和实践经历。但也绝不只是一部中国本土战略策划机构的创业史，更重要的还是想告诉国人，当我们在海纳百川的时候，千万不能丢了自己的本，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。

三年前，工作室曾有幸参与了大成都城市战略的制定，后来的岁月中又介入了成都所属的十几个区县发展模式的探索，得以亲身参与并目睹了大成都如何破蛹化蝶的每一个细节。

《城变》这一崭新的著作，就是对这个过程详尽而全景式的展现。

它所和盘托出的，是中国一个传统城市在经历了惊世之变后所揭示出的社会经济学意义。

图像可以到达语言无法到达的地方，思想可以到达时空无法到达的地方。

这套文库还有一个十分值得推荐的靓点，就是《财智论语》这本新作。

它以图文并茂的形式，浓缩了我二十年来的思想精华。

无论是格言妙语、轶闻趣事，还是地域解读、人生感悟，都短小精悍、喜闻乐见。

它正如一碗由无数黄豆磨成的豆浆，经过一番去粗取精、去伪存真的加工过程，细细品来一定别有一番滋味。

二十年的积淀，终于迎来了这套文库的付梓。

当我把这些思想成果集成这十本书，毫无保留地奉献给社会时，心里感到了一种莫大的欣慰。

很久以来，我就把工作室定位为创立具有中国特色的战略思想库。

所以我们更注重在理论、思想和文化上的积累，常常去做一些别人不愿意做或是没有先例可循的事业。

因此，我们总是要求自己做一个“自选动作”的创造者，当这个“自选动作”创造出来以后，就会把它毫无保留地传递给社会，去“唤起工农千百万”。

看起来这似乎是一种很矛盾的选择，这不是犯了“教会徒弟，饿死师傅”的大忌了吗？我的解释是，这叫做“教会徒弟，饿瘪师傅”。

只有肚子随时处于饥饿状态，才会去觅食，才会去努力，才会去奋斗。

天道酬勤，因此我们常常有幸能沉淀下一些东西，能够不断地有精神产品和精神成果奉献给社会。

我一直强调“我们既是公司，也不是公司”，我们之所以敢于去实现创立具有中国特色的战略思想库这样一个梦想，也是基于对身处的这个时代的感悟和认识。

当这个伟大的时代相对平静下来的时候，真正的价值还是体现在文化上，将会有大量的东西供后人消化和整理。

尽管我们正处于一个喧嚣的时代，但喧嚣过后的三五十年内，我预感到，中国很可能真正出现一批巨匠和大师。

他们为什么能成为巨匠和大师呢？正是因为有我们这样一批探索者，留下了很多素材、气氛和环境，使他们有取之不尽、用之不竭的资源。

所以从这点讲，可能我们只是一批探路者、一批过渡性的人，但我们充分燃烧了自己，实现了自己的人生价值。

借这套文库即将付梓之际，写下这些话，愿与广大读者共勉。

<<城市中国>>

内容概要

中国的城市经营不仅需要理论，更需要实践；不仅需要战略，更需要策略；仅需要理念，更需要手段。

本书是王志纲工作室三年来实践的一次毫无保留的总结和告白。

书中的案例从北京到大华东、大西南、大西北、大华南，几乎涵盖了中国目前城市经济最活跃的主要板块和节点城市。

政府作为城市经营的动作主体，该如何牵住城市化这个“牛鼻子”，制定出科学的城市定位和发展战略，从而实现城市和区域的超常规发展？

学者在致力于城市理论和规划层面的探索时，该如何更贴近市场的现实，更好地结合实际，使自己的专长更有效地发挥作用，从而更富有创新意识？

企业应该如何倾听城市化的声音，敏于发现其中蕴藏的奇妙商机，凭借自身的头脑和实力，去寻找自身发展的航海图？

相关行业者，譬如策划、广告、营销等，在时代转换的机遇大潮中，该如何找到自身才华更有效的对接点，找到属于自己事业的舞台？

透过这本书，你将看到一幅中国城市化的动态的清明上河图，一部何谓城市经营的鲜活读本。

作者简介

王志纲，中国著名战略咨询专家。

1955年出生于贵州。

1982年毕业于兰州大学经济系，在社科院从事经济理论研究。

1985年到1994年作为新华社记者，担负国家宏观经济趋势的调研和报道工作，先后出版了《中国走势采访录》、《走向市场经济的中国》等一批有影响的专著。

1992年介入电视领域，主持拍摄了《大潮涌珠江》、《北方的躁动》、《南方的河》等大型纪实片，对我国电视片纪实风格的新潮流产生了重大影响。

1994年10月从新华社下海，成为独立策划人并创办王志纲工作室，探索中国特色的顾问咨询之路。先后主持了一系列具有重大社会影响的项目策划和城市、区域发展战略策划。

其策划实践和理论被誉为中国策划界的典范。

他领导的王志纲工作室作为中国本土最优秀、最具影响力的战略咨询研究机构一直处于行业的领跑地位。

2003年，王志纲以唯一非地产商和富豪的身份入选胡润“房地产影响力人物50强”榜、建设部“中国房地产10佳产业推动人物”榜。

2004年，王志纲荣膺“中国城市化进程特别贡献奖”。

王志纲现任广东私企商会首席顾问、浙商研究会学术顾问以及四川成都、安徽黄山、云南丽江、浙江绍兴、福建厦门、重庆等多个城市发展战略顾问。

<<城市中国>>

书籍目录

总序 原版前言 西部雄心——一个城市和她的理想 城市实战 工作室观点 再版追记：人心章，泰山移金蛋计划——寻找城市的坐标 城市实战 工作室观点 案例链接 再版追记：榜样的力量是无穷的天津造城记——一个城市运营商的诞生 城市实战 工作室观点 案例链接 再版追记：时势造英雄 新西安事变——一盘没有下完的棋 城市实战 案例链接 再版追记：腾笼换鸟开新篇 走进香格里拉——转动城市化的魔方 城市实战 工作室观点 案例链接 再版追记：丽江的意义大 上海——明天的故事 后记跋 城市实战 案例链接 原版后记

章节摘录

廊坊要玩什么样的自选动作?工作室给出的答案是抢打“休闲牌”。

2002年10月,正当一本美国人写的《体验经济》风靡南北、大行其道的时候,在廊坊开发区成立10周年的大会上,王志纲即兴讲了这样一个小故事:有一个地区刚开始是生产花生的,当花生成熟以后,农民拿到市场上去卖,1元1斤,我们把它叫做“农业经济”;后来人们把花生米烘干后做成各种花生食品,卖到10元1斤,这叫做“工业经济”;又有人把花生经过产品包装和市场营销摆在了超市的货架上,变成了20元1斤,这叫做“商业经济”;再后来有人把加工好的花生摆在酒吧和咖啡厅里供人品尝,变成了30元1斤,这叫做“服务经济”;最后,有人找到花生之乡,在这里营造出一种生活形态,或者是旅游区,或者是农家乐,让城里人来到这里不仅可以参观花生的各种加工流程,还能参与劳动,一起分享劳动果实,一天下来每人要给当地的农民至少200元钱,这叫做“体验经济”。

顺此思路,工作室研究发现,如果说体验经济是社会高度发达后的必然产物,那么在中国刚刚开始兴起的休闲经济却有着更为广阔的前景。

尤其是对廊坊来说,要想吸引投资和消费,必定要依托一种与众不同且极具市场号召力的体验方式,那就是借助休闲经济的浪潮,实现自身的升级换代。

为什么会想到休闲?休闲产业是工业化社会高度发达的产物,19世纪中叶初露端倪,20世纪80年代进入快速发展的时期。

1999年,美国《时代》杂志封面文章指出,随着知识经济时代的来临,将使未来社会以史无前例的速度变化。

2015年前后,发达国家将进入“休闲时代”,休闲将成为人类生活的重要组成部分。

据美国权威人士预测,休闲、娱乐活动、旅游业将成为下一个经济大潮,并席卷世界各地。

在经济产业结构中,休闲产业的从业人员将占整个社会劳动生产力的80%~85%;休闲服务将从标准化和集中化转向个性化服务,人们对休闲与健康之间的关系倍加关注。

目前,全世界仅娱乐休闲产业年产值约在4000多亿美元,而且每年以20%的速度递增。

美国休闲产业已成为居第一位的产业,美国人有1/3的时间在休闲,有1/3的收入用于休闲,有1/3的土地面积用于休闲。

而从我国的国情看,随着人均GDP的持续增长和城乡居民“恩格尔系数”的持续下降以及“十六大”报告提出全面建设小康社会的要求,人们从追求温饱转向追求生活质量已是不可逆转的大趋势。

目前我国城镇居民一年可以有1/3的时间用于休闲,这就意味着中国的休闲产业浪潮即将到来,沿袭了几千年的生活方式——先生产、后生活将发生根本的变革。

随着工作时间的缩短,人的闲暇时间将越来越多,人们对生活品位的追求越来越高,休闲产业的商机将无限广阔,其对地方经济的拉动力不可估量。

但仅从大势把握的角度判断廊坊的机遇还不够,重要的是要有相应的策略设计、资料整合。

长达十多年的市场实践使工作室坚信一个简单的道理:市场不是等出来的,也不是找出来的,而是做出来的。

“等”、“找”、“做”,一字之差,三重境界,效果大不相同。

既然要做市场,首先要摸清楚市场对象在哪里,然后为他们量身定做对胃口的空间“聚而歼之”。

其实,只要稍加梳理,就会发现一个庞大的市场冰山已悄悄浮出水面,只等有心人去挖掘和开采。

摆在嘴边的一块现成的“肥肉”是,廊坊刚好处在北京到天津的中间,而在这一路上大大小小的开发区近10个,这些开发区都有留不住人的特点。

为什么呢?功能单一,缺乏人性化。

如果廊坊按照这些投资者深层次的需求,营造出休闲商务的气氛,比如建10个高尔夫球场,形成集聚效应,何愁这些人不“自投罗网”?同样的道理,廊坊地势开阔、土地平整、空气清新、绿树成荫、交通便利,如果再加上成规模的高尔夫、各种休闲娱乐、体育锻炼、健康养生项目,一定会吸引京津地区有闲阶层、金领人士在此置业作为自己的私人会所。

廊坊怎能不成为京津地区的“后花园”?二是成千上万欲进京寻找发展机遇的国内外中小企业。

随着2008年奥运会的临近、WTO和大北京经济圈的日益形成,进军北京将是众多企业必定无疑的选择

<<城市中国>>

。但一边有情，一边无意，北京的门槛也越来越高，寸土寸金，难免嫌贫爱富，于是很多国内的中小企业只得望京长叹！当此之时，紧邻京城、区位绝佳的廊坊市应该伸出热情温暖之手，给它们一个发展的家园，一个温馨的空间。

三是主打那些扎堆在北京、尤其是CBD的国外企业。

如果说北京的CBD是都市钢筋水泥的中央商务区，是阳刚的CBD，那么廊坊可以借力借势，做一个生态、休闲、阴柔的CBD，阴阳互补。

这里将以清新的空气、宁静的氛围和现代的设施，吸引那些整天缩在都市阁楼中的CBD企业。

条件成熟，廊坊将很有可能成为这些企业的休闲商务区和知识孕育区，成为它们高层决策、管理层培训、会议的场所和员工交流、休闲度假、运动健康的场所。

四是吸引大型科技企业和创业型的中小科技企业的进驻。

科技研发工作是高智慧的创造性工作，是理性加激情的思维活动，故其需要能够触发激情的场所，需要独立深入的思考，需要宁静、适于沉思、有研究气氛的场所。

在研究过程中，尤其在最后的阶段，需要集体合作，研发人员要在一起交流和碰撞，这时往往是夜以继日进行的，不受时间和场所空间的限制，需要活动自如、方便的场所。

而廊坊相对疏朗、自由的环境，辅之以生态、园林、休闲的环境，再加上优质的服务、低廉的成本，何愁不会成为在京科技企业研发的首选之地？此外还有一个潜在的市场不容忽视。

北京拥有数不尽的全中国各级政府驻京办事机构，与此同时，很多企业都想在北京建立自己的联络处，对它们来说，北京城内寸土寸金，生存成本过高，而廊坊的区位优势 and 良好环境恰恰给其日常活动提供了广阔的空间。

“我在北京有个家”，廊坊可以凭借独特的休闲商务的氛围和现代服务为企业提供安居之地，便于其沟通、公关与勾兑，且私密性强。

届时，这些驻京机构来廊坊设办事处或分公司的理由就更充分了。

P53-55

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>