

<<凤凰术>>

图书基本信息

书名：<<凤凰术>>

13位ISBN编号：9787505721586

10位ISBN编号：7505721585

出版时间：2006-3-1

出版时间：中国友谊出版社

作者：麦楠、王多多、张林

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>

<<凤凰术>>

内容概要

《凤凰术：凤凰卫视企业文化》详实地记载了凤凰卫视的精神追求、凤凰卫视十年节目制作经验和凤凰卫视的企业文化。

凤凰卫视在近年来取得了长足的发展，形成了一种“凤凰现象”。

凤凰卫视掀起的“凤凰现象”，创造了电视传媒界的一大奇迹。

考察其独特运作的内核，不难看出它在营销、策划、主持以及节目等方面的积极创新，这些正是凤凰卫视核心竞争力的重要体现。

<<凤凰术>>

作者简介

本书第一章作者为钟新、周逵；第二章作者为许颖；第三章作者为周勇；第四章作者为肇茜；第五章作者为李慧；第六章作者为胡敏；第七章作者为阎芳；第八章作者为喻国明、丁汉青。

王瑜和陈淑娟对本书亦有贡献。

(中国友谊出版社出版 主编：马立诚 胡百精)

书籍目录

第一章 理念术 / 9 理念术1凤凰卫视之抱负：志在云天 / 13 理念术2凤凰卫视之宗旨：拉近全球华人距离 / 16 理念术3凤凰卫视之目标：争夺华人话语权 / 18 理念术4凤凰卫视的三重使命 / 19 理念术5凤凰卫视五原则 / 21 理念术6凤凰卫视的新闻理念 / 23 理念术7凤凰人精神ABC / 25 理念术8宽容多元的爱国主义 / 26 理念术9士的形象与情怀 / 27 人物外传凤凰领导层捕蝇绝招 / 科研成果 / 技术太牛 / 丢牙 / 28第二章 融合术 / 35 融合术1东西合璧打造LOGO / 37 融合术2要新闻而不是肥皂剧 / 38 融合术3一群完整意义上的中国人 / 40 融合术4东西南北大荟萃 / 43 融合术5雅俗共存共荣 / 44 融合术6和而不同 / 46 人物外传洗洗睡吧 / 入乡学俗 / 入乡问路 / 勾引他 / 练口语 / “狮子”的生活质量 / 早餐工程 / 慷慨给予 / 48第三章 管理术 / 55 管理术1诚信是管理的基础 / 57 管理术2松绑+放权=高效 / 61 管理术3一竿子插到底 / 62 管理术4重情义，但不要哥儿们机制 / 64 管理术5螺蛳壳里做道场 / 65 管理术6平等 / 67 管理术7乱事出英雄 / 69 管理术8管理“禅”一点 / 72 人物外传笑与不笑 / 土八路与王牌部队 / 一天表扬三个人 / 罚款 / 睡觉 / 爆米花的功能 / 73第四章 人才术 / 77 人才术1英雄要问出处 / 79 人才术2有眼识得金镶玉 / 80 人才术3阅历能真正影响和改变人 / 82 人才术4凤凰记者的13条标准 / 85 人才术5主持人的六条标准 / 87 人才术6老同志大财富 / 90 人才术7自由地扑腾 / 93 人才术8试到合适为止 / 95 人才术9超人训练营 / 96 人才术10人才如雁阵 / 98 人物外传窦文涛与Fans / 三斤纸 / 奖励“拥抱” / 共勉 / 不好意思 / 101第五章 创新术 / 105 创新术1到什么山上唱什么歌 / 107 创新术2省钱省出创意 / 108 创新术3头头带头 / 110 创新术4烟雾里的头脑风暴 / 112 创新术5缺啥补啥 / 113 创新术6一生二二生三三生万物 / 115 创新术7既不当爹又不当妈 / 116 创新术8快感是人不变的需求 / 118 创新术9重回纯真年代 / 120 创新术10拿什么拯救创新? / 122 人物外传肥芳和瘦芳的对话 / 佳佳跟简福疆不太熟 / 科技专家王西年的故事 / 军方背景 / 124第六章 激情术 / 129 激情术1“疯”凤凰舞起来 / 131 激情术2兴趣乃激情之母 / 134 激情术3职业事业化 / 136 激情术4表扬与自我表扬 / 138 激情术5学会你所不会的 / 140 激情术6完美主义者的逻辑 / 142 激情术7激情小偏方 / 144 激情术8“疯”者常乐 / 145 人物外传载入史册的专业精神 / 进步最快的人 / 完璧归赵 / 牛逼梁冬 / 喀布尔的鸡 / 最抢眼的明星 / 机智的帅哥 / 146第七章 包装术 / 155 包装术1拿来主义 / 157 包装术2人性化 / 158 包装术3个性化 / 159 包装术4品牌化 / 160 包装术5职业化 / 162 包装术6公式之外的思维能力 / 163 包装术7歪打正着 / 163 包装术8新技术拓展空间 / 165 包装术9自我宣传 / 166 人物外传一只老公羊的第二次发育 / 燕尾服 / 李炜比李嘉诚强 / 167 链接：凤凰卫视包装文案选萃 / 169第八章 公关术 / 203 公关术1良好公关的五大特征 / 205 公关术2做先驱，不做先烈 / 206 公关术3高调做事，低调做人 / 207 公关术4政府公关，平衡多赢 / 208 公关术5从上至下，全员出动 / 209 公关术6抢占时机，精心策划 / 210 公关术7大活动，接二连三 / 211 公关术8电子信息，平面推广 / 212 公关术9滴水穿石，钉子理论 / 214 人物外传绝活 / 光脚不怕穿鞋的 / “呼儿嘿哟”拉客队 / MP / 214第九章 品牌术 / 219 品牌术1凤凰的核心竞争力：品牌 / 221 品牌术2品牌的核心价值和六大优势 / 223 品牌术3品牌策略：星星带动卫星 / 224 品牌术4品牌推广：行走是一种光芒 / 225 品牌术5品牌逻辑：大事发生看凤凰 / 226 链接：凤凰卫视的认知和影响力分析 / 228 品牌术6品牌的基础：公信力 / 232 链接：每一个观众的意见我都很在意 / 233 品牌术7品牌的灵魂：文化 / 239 品牌术8品牌的感召力：善举 / 240 人物外传大年的故事 / 不同凡响 / 船长成熟了 / 242第十章 竞争术 / 247 竞争术 / 凤凰大战略 / 249 竞争术1习惯性是可怕的 / 253 竞争术2岁制度是强大的 / 255 竞争术3尹节目是根本的 / 259 竞争术4万追求新技术 / 261 竞争术5罗电视民主化 / 262 竞争术6思维决定一切 / 264 竞争术7子不死鸟 / 266 人物外传窦文涛笔下的凤凰人 / 267

章节摘录

书摘有好事者在地球北部画了一条看不见的线，称之为北纬30线。

这恐怕是世界上人类最百思不得其解的刀痕与隆起，地球上许多神秘现象都发生于此：最高的蓝天之岛珠穆朗玛峰，最深的海底奇观马里亚纳海沟，珍珠倒卷惊涛拍岸的钱塘江大潮，永远张开凶险大口的百慕大三角…… 2001年，这条线上又有了新的奇迹：一把“上帝遗留的钥匙”——四川成都市内的金沙遗址突现人间。

就像在没有水的地方看见了鱼一样，这些三千多年前的珍贵文物没有任何过渡，没有任何传承，突然出现又突然消失，像一把找不到锁的钥匙，给人类扩展自身的想象力留下无限的空间。

金沙遗址最奇特之处是存有中华先民特有的大量图腾，其中一件圆形金饰，看上去似曾相识。

学者说“它特有的创意是太阳与环圈镂有身影交错、身姿柔媚的四只凤凰在一起”，名为“太阳神鸟”或“凤凰金箔”。

这只后来被定为中国文化遗产标志的“凤凰金箔”与凤凰卫视那两只凤影交错的台标非常相似，只是旋转的方向不同。

凤凰的台标是1996年花50万美元请美国人设计的。

那时，“凤凰金箔”还埋在土里。

美国人刚接手这个项目时，甚至不知道“凤凰”与他们的“Phoenix”有什么关系。

但是，最终他们设计出来的作品竟与三千多年前的中国人“思接千载”。

中国历来有“天人感应”之说，凤凰卫视怎么这么福气，一下子就撞上了大运呢？在中国传统文化中，凤和龙一起作为象征中华民族的吉祥物，从远古时代流传至今。

在长期的流传中，龙逐渐占据了主导地位，成为帝王的图徽。

凤则主要用于后妃、贤臣的比喻。

凤的官方地位略低于龙，也带来一个好处，使凤更普及、更深入于民间生活的各个方面。

传说“栽得梧桐树”就能“引得凤凰来”，“草窝飞出金凤凰”也是常有的事。

人人都期盼经过自己的奋斗，改变自己的命运，由凡鸟变成一飞冲天的凤凰。

从三千年前的“凤凰金箔”到今天以凤凰命名的卫星电视，凤凰文化像一条血脉的大河，穿过时间、空间，把一种叫做民族精神的东西，贯穿了每一个国人。

河水滔滔，精神延绵，每个人都在努力，改变个人命运，改变国家命运，复兴民族，弘扬文化。

这样的“青云之志”就是“上帝留给我们的钥匙”。

揣着这把钥匙，也许我们能够更好地解读这个名叫“凤凰”的电视台。

P11-12

编辑推荐

在经济全球化的大背景下，如何在大众传播的层面上进行东西方文化的整合？

如何在整合中保持中国文化的独立性？

如何发展壮大民族文化、娱乐、传媒产业？

作为文化载体的中国媒介所须承担的社会责任极为重大。

李文斌 《凤凰术:凤凰卫视企业文化》从企业文化的角度探讨的凤凰卫视进行营销的多层面视野，试图为电视产业运作提供一种参照。

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>