第一图书网, tushu007.com

<<张大旗语言点化>>

图书基本信息

书名：<<张大旗语言点化>>

13位ISBN编号：9787811186123

10位ISBN编号：7811186128

出版时间：2010-5

出版时间：上海大学出版社

作者：张大旗 著

页数：364

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

2009年临近岁末之时，上海大学出版社正式通过了由该社总编辑也是本书责任编辑李旭先生和策划人大林合作申报的2010年出版选题“中国策划家思想文库”。
不久，我跟李旭先生得以相见于他的办公室，因为思想文库第一辑所列的十人名单中有我一个。
这是一次双方都不觉拘束的会面，我们相见如故。
两个来小时的谈话行将结束时，李旭先生让我当场草签了出版合同，随后又签名送我一本他所主编的《毛泽东生前要读的最后一部书——容斋随笔》。
乘此机会我向李旭推荐孔繁任先生，我觉得孔完全够资格进入第一辑，而且他拿出书稿定会又好又快。
李旭痛快的接受了我的推荐，这让我很高兴。
事情完了，李旭还请我去了附近一家东北餐馆吃饺子。
跟李旭相识打交道这是第一次，但其笔名“豫人”（李旭是河南人氏）因为他的一本自传体智业专著《敢对世界说我——智利天下：李旭的点子》在我脑海里留下烙印却至少不止十年了。
我感觉李旭是个拼命三郎，策划、出版、写作过上百种数千万字图书，他那本《容斋随笔》更是创造了发行近百万册的出版奇迹，真让人要刮目相看。
所以，我对“中国策划家思想文库”这套丛书的出版发行前景是很看好的。
但是，我个人还是不能坦然面对这套丛书。
主要原因是出于对自己身份的一种考量：我到底算不算策划家或策划人呢？
实话说，我最愿意人家认我是个还不错的广告人。
我曾写过一篇《不要问我是什么人》的文章（被收入《销售与市场》杂志的《策划人实话实说》专辑），其中就有这样一段文字：“下过乡，做过工，攻过文学硕士学位，做过高等院校教师，任过大型广告公司创意总监，当过国内著名企业广告顾问，也混过天马行空的自由广告人。
这些年来，人也求我我也求人。
不计人家评价，自我感觉良好，愿意终身许配中国广告，也愿意新朋老友不念本人既往而独以‘广告人’相视相待。
”可是本人的声明对别人毫无约束力，中国社会科学出版社出版的《影响中国策划的21个人》照样把你拉了进去，广东省某大型经济杂志的长篇文章专论国内“八大策划流派”时还是要封你为“盛事行销”流派的代表人物。

内容概要

张大旗，20世纪90年代初期离开高校中文系下海进入营销广告圈，目前为三栖自由职业者：企业顾问、商业讲师、报刊写手。
个人专著《出卖天机》和《细节时代》（与人合著）广受好评。
他的定位技巧、对创意的独到表现和以制造轰动社会新闻为特征的“盛事行销策划”，向为国内圈中人士所称道。
曾被国内一些机构或书刊划归在“中国十大策划流派代表人物”、“影响中国策划业的21个人”之列。

作者简介

张大旗，作为策划人在国内影响最大的还是在广告方面。
他的几本有影响的广告专著，他策划的许多广告活动和创作的大量广告作品，他在国内许多城市的广告讲座，使得媒体对他的评价集中于“ 善玩语言的广告策划人 ”。
张大旗以制造轰动社会新闻为特征的“ 盛事行销 ”策划和对创意的独到表现，一直为国内圈中人士所称道。

<<张大旗语言点化>>

书籍目录

自序绪论 策划犹需语言表现的点化万变不离宗 编人云不云细节的策划广告话题两头说节约广告费用的多方位考虑决策是个啥东西有一种战略叫“ 超越竞争 ”直觉为何也能引导决策别问我是什么人我的“ 老生常谈 ”广告人的独白广告公司的金科玉律让广告语活跃于口耳之间择木而聚“ 名木会 ”成也败也特仑苏成败不由我 编白沙专机送学子插页8页（暗码）为了一个美好的声音不再是梦豪园盛会推出中国商界首创举措拍卖自己一箭能否射双雕一次成功的广告投资天下美味“ 一锅端 ”白云堡里做神仙手指桌球广告人做梦想什么本报明天无广告明天，太阳从西边升起不要问我从哪里来好媒体在哪里天下之妙，女子出少元字之争都是“ 六味 ”防水的问题没问题抬头不见天顶上安雅达把世界装入远大一样神采飞扬好吃的瓜子会开花闲来无事逛湖商蓝领白领富绅领迪卡的世界十六七八听CD八大王行了、好了、可以了人不求我我求人让我猜猜他是谁双重色的“ 我要你 ”四句“ 打油 ”打出来什么文章是专业的好天天进步一点点不造清梦造成功四维饭局为歇业一生不变慈母心闹市凡人三湘在长沙女人不可一日无神良莠人自辩 编嗨，阿波罗！
谁识弯弓射大雕强者胜者尊者的乐园谁愿与谋天下美味一锅端生活讲的是滋味珍惜第一的牌子东海渔港总有戏掩卷为写新麓山万众“ 迎连 ”大签名嘉达的承诺请跟我去弥赛亚罗莎总会和您在一起富绅谢天下食客当老板神州万里送天年吃了就没了没了就好了千金一听值不值始终不怕开水烫老朋友不相忘九日美容百媚生里亚希的发问和奉告酒大王封官许愿且看谁家神箭中靶一水又一山三星看麓山怎么说一没听说一没话说鱼肚在哪里南山上好牧场明天让你变个样人生不留遗憾事猪哪有聪明的人间真善美酒中川酒王悠然用我丰达本人所拟广告语例举评家论大旗 编南帆《出卖天机》序孔繁任《玩语言》序金国政商海的行吟诗者钟友循智慧之书与智慧之路朱文蔚张大旗劲舞广告风侯韶图爱玩语言的张大旗评论文章摘录附录我行我路

章节摘录

万变不离宗　编　　这篇答客问，提问者是《中国策划年鉴》编辑部总编助理梁女士。
访谈录音的记录稿又经笔者自己稍作整理，希望能尽量保持访谈对话的“原生态”。
标题“人云不云”也是笔者最后加上去的。
既然叫做“人云不云”，就请读者不要指望它会是什么广告写作“大观”一类的东西。
人家早已说过、读者也多次听过的那类东西，受访人基本上不想再去说它，至少是不想多去说它，没意思。
这并非说人家的经验之谈、心血之作“没意思”，只是说，人家的东西再有道理再有意思，让自己去重复人家就真的没什么意思了。
人云不云　　——广告创作答客问　　问：大旗老师，感谢您在百忙中安排一个下午接受我的采访，准确说是一名学生来向老师讨教吧。
事先准备了一大堆问题，可惜没来得及提前交给您……　　答：没关系没关系。
你可以按你的采访提纲问，也可以我们聊到哪里你问到哪里，随意一点吧。
无非是某些回答还解不了你的惑，我可以补充回答，也可以纠正自己先前的个别回答呀。
课堂上、讲坛上我也经常会受到这种“突然袭击”。
不怕的——那么，现在我们开始吧。
问：好的。
大作家何立伟也是您的朋友，他的文章我最爱读，可是他说他第一次见到您写的广告文案的时候简直吃了一惊，他“没有想到商业性的文字可以写出这么一种风格。
除了商业上的功用外，显著的特点就是具有审美性”。
我就从这里问我的第一个问题吧：广告写作跟文学创作主要的不同在什么地方?

媒体关注与评论

尽职尽责的新闻记者喜欢说：“吧里有新闻，哪里就有我们！”善思善谋的策划人士则说：“哪里有我们，哪里就有新闻！”

——张大旗

编辑推荐

中国策划家思想文库丛书系统总结了20年来中国策划家们的策划理念和策划思想，梳理案例，提升观念，引领未来中国策划业发展。
《张大旗语言点化》为该系列丛书之一，共分六个部分：绪论概述了作者在《张大旗语言点化》中将要展开阐述的种种思想观点；“ 万变不离宗 ”编，一一细说了作者的基本观念和重要主张；“ 成败不由我 ”编，记录了作者的一些策划案例；“ 良莠人自辨 ”编，汇集了一些广告作品；“ 评家论大旗 ”编，由本丛书体例统一要求的内容组成，辑录了一些评论家和媒体人对本人的评价；最后有个附录——“ 我的广告自传 ”。

第一图书网, tushu007.com

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