



张默闻策划集团
2008 Project Marketing Strategy · Build A Big Brand
BRAND EXPERT



造势先借势

中国樱雪电器品牌晋级策划大案

策略准 创意狠 地位稳

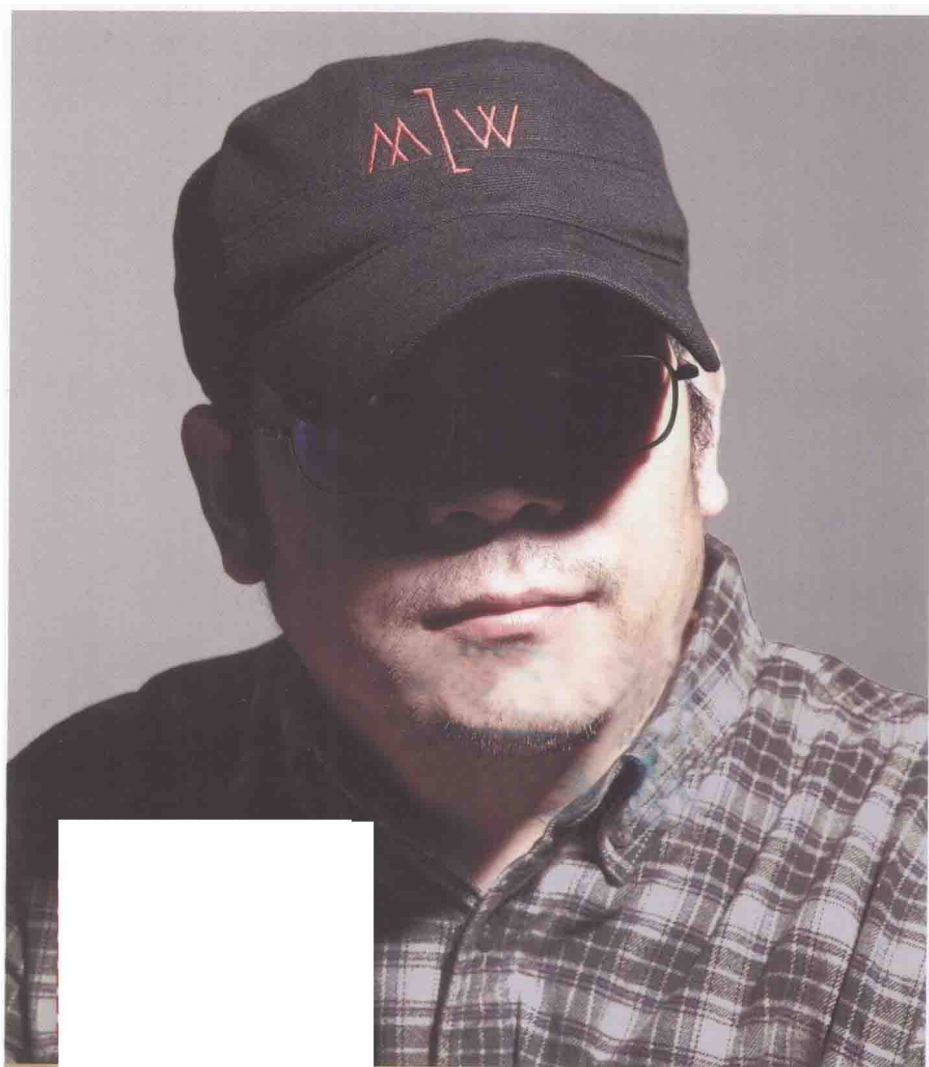
张默闻 著

www.zhangmowen.com



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS





造势先借势

中国樱雪电器品牌晋级策划大案

张默闻 著

策略准 创意狠 地位稳



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书是一部中国厨卫电器品牌借势营销的经典案例策划著作。书中案例为张默闻这厮原创，书中所有的创意经受了中国厨卫电器市场严苛的检验挑战，成功地帮助案例企业晋升一线品牌，实现品牌弯道超车，是中国品牌借势营销的大作。

图书在版编目（CIP）数据

造势先借势：中国樱雪电器品牌晋级策划大案 / 张默闻著.

—北京：机械工业出版社，2016.3

ISBN 978-7-111-53105-0

I. ①造… II. ①张… III. ①厨房电器-家电企业-
工业企业管理-营销管理-经验-中山市 IV. ①F426.6

中国版本图书馆CIP数据核字（2016）第038256号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

策划编辑：马 佳 责任编辑：马 佳

责任印制：乔 宇 责任校对：陈建翔

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2016年3月第1版·第1次印刷

180mm×250mm·25.5印张·6插页·508千字

标准书号：ISBN 978-7-111-53105-0

定价：88.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

服务咨询热线：（010）88361066

读者购书热线：（010）68326294

（010）88379203

封面无防伪标均为盗版

网络服务

机工官网：www.cmpbook.com

机工官博：weibo.com/cmp1952

教育服务网：www.cmpedu.com

金书网：www.golden-book.com

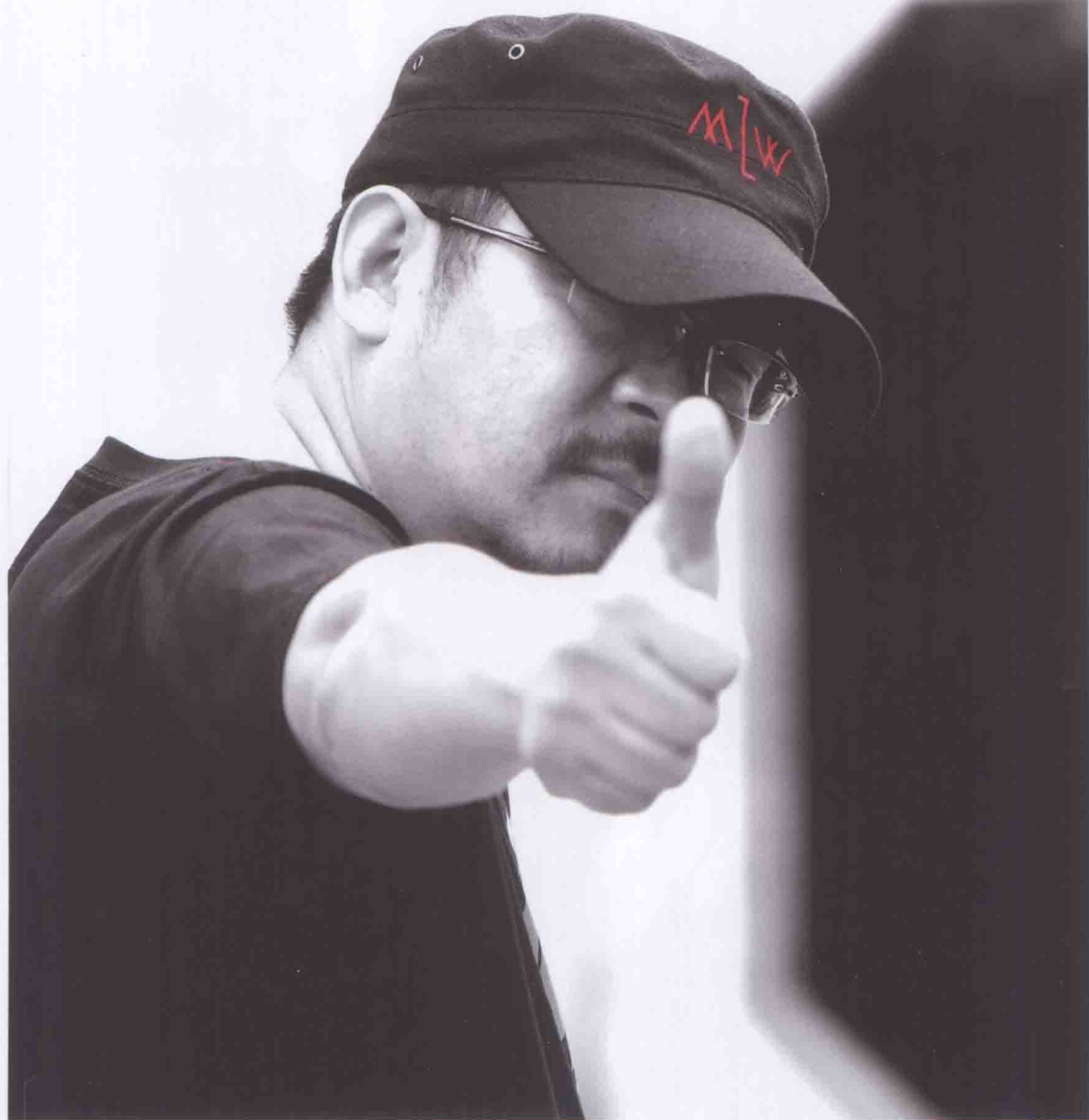


宣言

我们高高在上盯着对手 / 用高贵的头脑和凶猛的体能把猎物征服 / 我们渴望创意自由 / 我们不做策划囚徒 / 拒绝热情拒绝战争就滚出我们的阵营 / 因为我们是高贵的创意之鹰！

用尽全身力气
用尽所有资源
用尽全部的爱
为客户的品牌提供深度传播
让中国阅读和收藏客户品牌的传世魅力

——谨以此书献给我尊敬的客户



张默闻连续五年蝉联
中央电视台广告策略顾问

Congratulations to Mr. Zhang Mowen on his 5th reappointment as the
fifth consecutive CCTV advertisement strategy consultant.

CCTV



张默闻这厮和叶茂中大哥在一起，本图只用于表达和致敬 20 年来叶茂中大哥对张默闻这厮的鼓励之情，共同见证“北有叶茂中，南有张默闻”的友谊。





一个师傅与他的门徒：张默闻这厮与北京大学新闻与传播学院院长、北京大学现代广告研究所所长、教授、博士、博士生导师陈刚先生在一起。陈刚教授这样评价张默闻这厮：张默闻是中国梦的代表人物，是策划界一个奇迹，他创造了属于自己的策划新时代。





张默闻这厮在北京大学为北大广告学子授课结束后开心纪念。



陈刚序

关于张默闻的晶莹

默闻给我打电话，希望我为他的新书写个序。其实我一直想写点关于默闻的文字。这次将想法变成了现实。

走南闯北，散淡江湖，经历各种圈子，交往三教九流，与非常多的人相识，但真正留下来可以称作朋友的其实并不多。张默闻是一个可以做朋友的人，可以做好朋友的人。朋友之交最看重的两个字是才和情。有的人有才无情，有的人情分足够但才能不强。这些人只可以交往。只有兼具才和情，所谓志同道合和情投意合，才会让你看重，甚至珍惜。张默闻是才情兼备的人，是我喜欢的人。

毫无疑问，默闻是个有些争议的人，有人质疑他“北有叶茂中，南有张默闻”的包装口号；而他戴着帽子的形象也让一些人认为他是叶茂中的山寨版，好在这家伙很勇敢地一直坚持戴着，现在他如果不戴帽子，世界已经不习惯了；还有人不喜欢他的语言风格，因为他从来都是说别人的好话，而且经常让人感觉热情过度。总说别人好也是一种修为，真正做到却是不容易，他把自己放得很低，把别人放得很高，他是真的高。

这是一个晶莹的人。每次相逢，他都称呼我为刚爷，那是从骨头里发出的交情，我不会看错。同他交往多年，对他的真性情和抑制不住的创作欲有越来越多的感受，当然，也对他的不足有比其他人更深的了解。从这个角度看江湖上的一些非议，我想说的是，张默闻是一个晶莹的人。

这是一个自己书写传奇的人。从一个20世纪80年代追求爱情和文艺而饱受打击的安徽农村最普通、最底层、最文艺的小青年，到一个20世纪90年代初混迹在大上海扛大包、拉黄鱼车、搬运沙发、饱受欺凌的路边不起眼的“安徽小民工”，然后在上海新闻路的一个小面馆刷盘子端饭偶遇叶茂中开始走上广告之路，这已经是一个传奇。这个传奇很多人都有机会遭遇，但是很少有人可以掌握，张默闻的今天和那个年代张默闻的昨天就是一部天然的戏剧，一个天，一个地，终于合一。

这是一个从苦难里爬起来的人。张默闻的苦是那种你无法描述却可以体会的苦，他说，1993年在上海的时候，他曾经在星光布满的外滩对着繁华无比的上海陆家嘴隔海发誓：上海，你记着，我一定会在这座城市里有自己的空间和地盘，从今天起，我要开始奔跑，要么去死，要么成功！最后，当他以美国上市公司全球副总裁身份进入广告圈的时候，我

知道，他跑出了他的理想。

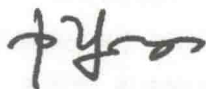
这是一个坚韧的人。我相信，这一切，一定经历了无法言说的屈辱、苦痛、艰辛和付出。只有理解了这一切，才能接受他的个性甚至弱点，才能欣赏他的才华和创造力，才能明白他的坚韧和超人的勤奋，才能敬重他所创造的奇迹。而张默闻毫不掩饰，已经把所有这一切充分地展示给我们，没有粉饰、没有杜撰、没有夸大，他把自己剥得很干净，站在这个并不是很友好的世界，张默闻是一个晶莹的人。

这是一个善良真诚的人，是一个曾经有些怯懦但最终坚强和自信的人，是一个为了爱、为了事业、为了实现自己的价值敢于担当付出并充满才华的人。张默闻是一个需要你在岁月里和他相处才能懂他，他的世界是个童话，所以他才天真地让人喜欢、让人去拥抱他，他是有争议的人，我喜欢有争议的人，这本身就说明他与众不同。

年前，我和永达传媒董事长周志强在北京喝酒的时候，我说，张默闻这小子，是个有内涵的家伙，中国策划界，张默闻时代已经到来！我相信，他是有资格站在顶峰的。

所写的这篇序，不想把过多的文字用于对书中案例的分析和对张默闻营销策划创意的讨论，因为案例自己会说话。文如其人，策划如其人，企业如其人。张默闻是一个可以相信的人，因为这是一个晶莹的人。敢于把自己放得很低，坦诚得近乎裸奔。不在乎别人的闲言碎语，是因为他相信自己的空间很大。

有人说张默闻已经成功了。其实这只是他成功的开始。他始终在拼搏，一直在努力，他的舞台的幕布才刚刚拉开，张默闻的空间很大。



北京大学新闻与传播学院院长

北京大学现代广告研究所所长、教授、博士生导师

2015年10月11日修订于北京大学

兄弟，你是樱雪集团的偶像

在我风风雨雨数十年的人生旅程当中，一直坚信，当一个人诚心做自己的时候，他一定能够成功，因为一个能够诚心做自己的人必定是一个专注的人。

十几年前，我创立樱雪集团的时候，就告诫自己，不要只想着赚钱，不要只想着几年内就功成名就，而是要耐心、再耐心、更耐心地打磨产品，把产品做好了，做到所有的消费者都无话可说了，那我才是真正的成功。我的野心不是做三五年的“短命”品牌，我要做就要做能够一辈子为之拼搏努力的那种大品牌。

外界都知道广东人能吃苦，广东人做生意可以说是一将功成万骨枯，很多人都死在了半路上，但我认为吃苦的另一个说法就是专注，数十年来，顺风的时候也好，逆风的时候也好，我一直相信只有诚心专注才能够成就伟大。

当然，我不是没有走过弯路，也不是没有遇到过诱惑，毕竟市场是一片红海，尤其是电器行业，当一个企业家是很累的，其中的心酸只有自己知道，商场如战场，惺惺相惜而成为兄弟的有多少？能得到一个肝胆相照的兄弟，简直就是太幸福了。我运气好，樱雪十几年发展中，有很多代理商、同事都成了很好的兄弟。和兄弟一起打江山的快乐不在于赚了多少钱，而是在不管你是成功还是失败，他们都能够在背后挺你，那种守护的感觉，说实话，真能让人哭下来。我不喜欢说虚的，感谢都深深的埋在心里，我能做的也只有为我的兄弟们把樱雪做得更大更成功，只有这样，才算是尽了我李某人的责任。

所有兄弟中，最让我佩服的就是张默闻兄弟。认识张默闻兄弟，也是机缘巧合，张默闻兄弟和我的经历多少有点像，默默耕耘，专注做事，当然他比我有名得多，我为他感到骄傲。我一直坚信能够得到张默闻兄弟的帮助，是我的幸运，更是樱雪集团的幸运，张默闻兄弟是中国最贵、最具实战经验、最负责任的策划大师。我深深的记得，第一次见张默闻兄弟，他坚毅冷峻的侧脸隐藏在那顶著名的策划帽子之下，我也算是久经沙场的人了，什么没见过，厉不厉害，是不是真的有能力，绝对逃不出我的眼睛，我在这个男人身上立刻就看到了和我一样的专注，所以我相信他。

樱雪想要继续保持高速发展，就必须吸纳更专业的人，更有经验的团队，我认为张默闻兄弟就是我要找的人，所以樱雪敢花巨资请张默闻，敢把樱雪交给张默闻，这不是小儿戏言，而是经过我和樱雪集团深思熟虑、慎重选择之后的决定。

时间证明了我的眼光还是毒辣的，我的选择没有错，张默闻兄弟为樱雪忙里忙外，辛

苦调研，走了那么多门店，做了那么多访谈，写的全案更是精彩。张默闻兄弟不仅征服了我，更征服了樱雪内部的那些反对意见，同时，也让樱雪走上了一条通往成功的康庄大道，我不会表达，也没有张默闻兄弟那样的口才，但是这份感激之情，我相信张默闻兄弟是能够感受得到的。

作为合作伙伴，张默闻兄弟用他犀利洞察、直接明了、高度缜密的专业帮助了樱雪，而作为兄弟，张默闻更在很多细节很多层面上帮助了我，我相信张默闻兄弟一定能够在三年内，率领他具有实战能力、拥有敬业和职业精神的团队帮助樱雪进一步成长，真正意义上将樱雪打造成为一线品牌阵营里的黑马，成为中国油烟机消费者认可，叫的出名的高端品牌，这点上我对于张默闻兄弟是坚信不移。

另外，张默闻兄弟在生活的很多方面，都和我有共鸣，我们都是那种对于细节看得很重的人，我听说张默闻兄弟虽然身在美国，半夜还会爬起来交代下属相关事宜，另外熬夜写全案就更不在话下了，听说张默闻策划集团来得最早，走得最晚的很多时候不是大楼里的保安，而是他张默闻。

这样一个专注的兄弟，我怎么能够不佩服，不仅是我佩服，樱雪的很多同事，都在背后说，张默闻就是樱雪的英雄。我希望，和张默闻兄弟的合作能够持续下去，人生得张默闻兄弟，足矣，前面就算红海再深，就算再一望无际，有张默闻兄弟陪着，我也愿意拼尽最后一丝力气，带着樱雪和他一起走下去，我非常肯定，有了张默闻兄弟保驾护航，樱雪的未来绝对能够更上一层楼。



中山市樱雪集团有限公司董事长、总经理

2015年10月9日于中国樱雪集团总部

穆虹序

默闻是兄弟

默闻又要出书了，而我又一次为他作序。

也总是在给他作序的时候，我会一遍又一遍地琢磨起这个天不怕地不怕的“坏小子”！琢磨着这个一直叫我大姐的孩子，琢磨着这个经常将我写得太好让我脸红的弟弟，琢磨着我看到的他写的一擦擦快速而有效的策划案，琢磨着因他而起的江湖话题，琢磨着他的狂放不羁、他的嬉笑怒骂、他的斗志饱满、他的快速反应、他的才华横溢、他的大胆泼辣、他的越战越勇、他的永不放弃，他的独自行走！

兄弟和他的江湖

曾几何时，默闻以“张默闻这厮”为旗号，仿佛从石头缝里蹦出来一样，扯出一面大旗，上书“北有叶茂中，南有张默闻”就开始大闹中国策划界；曾几何时，无数的“前辈”诧异于他的张狂，指摘他年纪轻轻就敢在江湖上划分南北；曾几何时，一顶“叶茂中式的帽子”成了人们对他的口诛笔伐的导火索，也成了他心底的一丝痛；曾几何时，几何曾经，这痛如影随形。看着他的客户从小变大，从少变多；看着他的办公室从土变洋，从促狭变敞亮，点点变化，都是时间的记忆，走着走着，他就从一个毛头小伙变成了中年大叔，从一个美国上市公司全球副总裁成长成中国顶级策划大师并成为美国政府认可的杰出人才。如今，我很高兴地看到：十几年的辛酸历经岁月播种结成硕果，曾经的困顿艰辛也经成功的衬托变成了励志的故事，行业的地位、客户的赞许、青年的追捧、员工的拥戴足以让默闻不负岁月和自己内心的睥睨天下纵横捭阖的抱负。

兄弟和他的客户

中国策划界向来是奇峰并立，张默闻不能说是最高的，但无疑是最特别的。

默闻是智慧的：效果第一，客户第一是策划界的标准。在我们广告人文化集团平台上见过的他的客户老板中，每个人对他的策划都是认同和佩服的。他和他的客户老板都是朋友，在他们面前的平等交流的能力和专业的态度我是信服的。尊严来自实力，不管未来如何，中国首富企业恒大集团携恒大冰泉、恒大粮油、恒大乳业三大产业集团选择了张默闻，足见他的智慧和实力。

默闻是有恒的：无数的实战案例，讲稿、策划案还有他每天都在续写的自媒体，字字