

企业主
董事长倾情
推荐

符号是个钩

葫芦娃小儿肺热咳喘颗粒4克装药品全案

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

需要全本请访问 www.ertongbook.com

张默闻策划集团
ZMW Integrated Marketing Strategy · Build A Big Brand
BRAND EXPERT

策略准

97%

97%的客户这样认为：张默闻策划的策略非常精准，是很值得重用的策划公司，所以我们都非常愿意和张默闻策划长期合作享受超值的策划服务。

创意狠

98%

98%的客户这样认为： 张默闻策划不是一般的策划公司，是定位和创意优势非常明显的公司，找张默闻就等于一次找了咨询公司、产品创意公司、广告公司和媒体公司。

地位稳

99%

99%的客户这样认为：张默闻策划接的单子都由张默闻亲自操刀完成，所以他们一年只做几个客户,让客户的销量和品牌得到稳定增长。



张默闻策划集团

ZMW Integrated Marketing Strategy · Build A Big Brand

BRAND EXPERT



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

用尽全部的热爱

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 · 葫芦娃



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



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。


ILLINOIS



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。


北京大学



符号是个钩

葫芦娃小儿肺热咳喘颗粒4克装药品全案

张默闻 著

策略准 创意狠 地位稳

机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书是围绕葫芦娃药业和葫芦娃小儿肺热咳喘颗粒4克装创意的策划著作。全书共分为三大篇章，分别从品牌符号、会议符号、培训符号展现了对葫芦娃品牌尤其是葫芦娃小儿肺热咳喘颗粒4克装的策划全过程。作者在书中创造性地提出了符号对于一个品牌的重要性，葫芦娃的成功就是符号创意的成功。本书是一本难能可贵的中国儿童用药品牌策划指导书和药业管理实战代表作品。

图书在版编目（CIP）数据

符号是个钩：葫芦娃小儿肺热咳喘颗粒4克装药品全案 / 张默闻著. — 北京 : 机械工业出版社，2016.6
ISBN 978-7-111-54139-4

Ⅰ. ①符… Ⅱ. ①张… Ⅲ. ①药物-品牌营销-研究
Ⅳ. ①F763

中国版本图书馆CIP数据核字（2016）第149280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：李 洋 责任校对：张文贵
北京汇林印务有限公司印刷

2016年7月第1版・第1次印刷
180mm × 250mm・22印张・6插页・439千字
标准书号：ISBN 978-7-111-54139-4
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

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

封面无防伪标均为盗版

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，有非常多的人相识，但真正存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”，然后在上海新闸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。