



豫人策划

广告点子库



旭平 主编

天津人民出版社

GUANGGAODIANZIKU★★★★★

广告点子库

总策划
主 编
副主编
编 者

豫 人
李 旭
武克战
张 浩
刘成斌
李 轩
蔡晓山
李 力

蔡 平
肖 红
张 瑛
白 玮
赵增起
王 恪
胡 翠芝

天津人民出版社

(津)新登字 001 号

天津人民出版社出版发行

(天津市赤峰道 130 号)

河南医科大学印刷厂印刷 新华书店经销

850 × 1168 毫米大 32 开本 20.05 印张 475 千字

1995 年 7 月第 1 版 1995 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1-12000 册

ISBN 7-201-02275-8

定 价: 19.80 元

豫人策划——李旭的点子

●当别人都在千方百计地想点子和用点子时，吃亏的只能是那些对点子不以为然的人。

——本书主编自律

●要吸引消费者的注意力，同时让他们来买你的产品，非要有很好的点子不可，除非你的广告有很好的点子，不然它就像快被黑夜吞噬的船只。

——美国杰出广告大师大卫·奥格威

●（广告专家）宁肯自己死掉，也不肯抛弃他们呕心沥血想出的点子。

——英国现代广告设计家保罗·阿登

●我是用智慧挽救了雀巢。任何一家试图长久生存并发展的企业，都离不开好点子的相助。

——世界著名公关专家帕根

●点子广告不简单。

——香港著名广告人纪文凤

前 言

卓越的广告拒绝平凡的点子，卓越的点子造就卓越的广告。

广告之争说到底还是点子之争。

点在广告中所扮演的角色就是化平淡为神奇，变荒诞为现实，画龙点睛，奇兵致胜，使一变为二，使二变为三，使三变为无穷。

可以说，点是广告的眼睛，点是广告的灵魂，点是广告的利剑，点是广告的标题，点是广告的色彩，点是广告的魔术师，点是广告的“原子弹”。

点对于广告的意义就在于她让默默无闻一夜间家喻户晓，让平淡无奇转念间有滋有味。超越时空，超越意志，甚至超越自身。在这场愈演愈烈的由广告向广告消费者发动的欲望力之战中，点使广告的说服力平添神奇，广告消费者受到点——智慧隐形炸弹的偷袭，甘愿做了广告的俘虏。从这一点上讲，广告消费者所消费的与其说是产品，不如说是广告，与其说是广告，不如说是广告中所包含的点。

回顾中外广告智慧史，那些成功的广告家无一不是点家。点家是创意家、策划家、设计家的代名词，这些人将点视为是自己的生命，“宁可自己死掉，也不肯抛弃他们呕心沥血想出的点。”（英国设计家保罗·阿登语）

广告点家借助好点，向妇女推销的不是鞋而是漂亮的脚，向儿童推销的不是糖果而是虚幻的梦，向男人推销的不是香烟而是男子汉的气派。

广告点子家借助好点子，得以将电话卖给与世隔绝的出家人，将冰箱卖给生活在冰天雪地中的北极人，将洗衣机卖给常年不着服饰的土著居民，甚至将那些本无任何特色的品牌变得个性十足，形象独异。

个性即风格。没有个性的广告同没有个性的人一样糟糕。

点在广告中的作用是如此重要，以致于连在世界广告业中无人不知无人不晓的美国广告巨子大卫·奥格威也不得不说，“要吸引消费者的注意力，同时让他们来买你的产品，非要有好的点子，除非你的广告有很好的点子，不然它就像快被黑夜吞噬的船只。”

的确，广告点子不简单！正如世界公关专家帕根所说，“任何一家试图长久生存并发展的企业，都离不开好点子的相助。”

且看以下几则广告方面的实例：

美国大战略家尤伯罗斯 1994 年负责承办第 23 届奥运会，他在不花国家一分钱的情况下，靠一系列广告点子终使此届运动会盈利 2.5 亿美元；

中国广东白马广告有限公司 1994 年为“潮州新城”的扩建宣传出谋划策，获得近亿元的点子咨询费；

中国江苏徐州某公司总经理瞄准 1997 年香港回归这一重大历史事件，幸运地创意“1997”这一商标点子，并以 500 万元的高价卖给江苏一家啤酒厂；

中国郑州豫人策划事务所策划总监豫人 1993 年为纪念毛泽东他老人家诞辰 100 周年，巧借“毛泽东终生珍爱的书”和“毛泽东生前要读的最后一部书”两句广告词，竟使沉睡了 700 多年的古书《容斋随笔》在海内外的发行量突破七八十万册，造就了几个六位数的万元户。如此等等。

好点子带来了高效益，好点子的神奇力量在这里得到淋漓尽致的发挥。尤其是广告中的绝妙点子，更使广告投资的回报

率呈几何级的增长。

点子热潮在升温，人们的点子意识在增强。这，无论是用智慧服务于经济发展，还是开发中国人的脑力资源，都有其重要的启示意义。

古时，得谋士者得天下；今日，得点子者得市场。

点子使人既赚名声，又赚金钱，更赚智慧，是智慧人与经济人合作发展的智慧立交桥。

企业家亟需点子家、广告家的智力支持。

愿这部花费作者5年心血积聚而成的拥有上千条各行业广告点子的《广告点子库》，能成为商家商战致胜的法宝、广告人快速成功的捷径。

书中内容货真价实。拥有此书即是拥有千百人的广告智慧。

这是你我共同的愿望：**曾经拥有+天长地久。**

豫人策划事务所

李 旭

1995年5月5日于郑州

目 录

- 一、本书各类广告中的精彩点子举例..... (1)
- 美国人巧借邓小平之名做广告..... (1)
- 作家马克·吐温巧登启事..... (1)
- 大音乐家门德尔松愿与餐馆顾客共进三餐..... (2)
- 大设计师皮尔·卡丹的名字值多少钱? (3)
- 名人写广告诗..... (4)
- 一句话成名的推销员..... (6)
- 广告神兵从天而降..... (6)
- “哗”众取宠适可而止..... (7)
- “上墙”广告胆大包天..... (8)
- 广告公司小题大作..... (8)
- 急中生智美名扬..... (9)
- 信函广告花招多 (10)
- 日本企业借画扬名 (11)
- 美国公司借题发挥 (12)
- 美国总统的广告缘份 (13)
- 世界面包之最 (14)
- 世界最昂贵的香槟酒瓶 (15)
- 世界上最早的征婚者 (15)
- 毛姆的“征婚广告” (16)
- 亡夫竟为遗妻征婚 (16)
- 在鸡蛋上也能做广告吗? (17)
- 隐形广告画 (18)

广告邮票	(18)
香味广告	(19)
烟幕广告	(19)
花四分钱巧做广告	(20)
谁给牛穿上了衣服?	(21)
处处留心皆广告	(22)
假如维纳斯有双臂的话	(22)
广告中的色情现象	(23)
罹难船的“救命符”	(25)
鱼肉店开张 姓“鱼”人免费	(26)
曼哈顿广场长鸣国债钟	(26)
“尿”出来的啤酒真地道	(27)
不掺水的酒与掺水一成的酒哪个更好卖?	(28)
小餐馆痛陈大苦衷	(29)
倒贴在天花板上的人	(29)
粘在墙上的金币不好惹	(30)
抛砖引玉巧招徕	(30)
抢银行的蒙面大盗	(31)
死人与阎罗王的精彩对白	(31)
交警站在汽车轮胎上值勤	(33)
善用依附式宣传效果佳	(33)
活用限定销售法一绝	(35)
一张纸能挽回一次巨大损失	(35)
捕捉“抢”的瞬间	(36)
赊帐做广告	(37)
征聘顾客	(38)
自诩专营假货的商店	(38)
自创畅销气氛	(39)

假戏真做	(40)
不准偷看 看客更多	(40)
求职奇招	(41)
故意受罚	(41)
让人大冬天疯买冰淇淋	(42)
巧用名人招徕顾客	(43)
分文不费名扬四海	(44)
“寻人启事”不寻人	(45)
招人眼目的种种手法	(45)
玩的就是花样	(47)
实物广告 妙趣横生	(50)
足球竟成了“第三者”	(55)
利用战争走俏的刀片	(55)
臭名远扬的“宇宙牌”香烟	(56)
世上有价值百万元的大衣吗?	(57)
从希特勒身上发掘广告题材	(57)
推销大王巧用火柴盒	(58)
世界上最长的牛仔裤	(59)
寻人公司拍广告	(59)
情比咖啡更浓	(60)
卖给女人的是腿而不是袜子	(61)
日本东京的美少女广告队	(62)
电话号码的谐音效应	(63)
祝寿广告别开生面	(64)
施计撒扇 意在售画	(65)
借名家抬自己 靠计谋夺市场	(65)
巧借打官司扬名	(66)
真正的男子汉	(67)

欲扬故抑	(68)
虚张声势	(69)
充气人漫画	(70)
纸制围裙的妙用	(70)
投人所好 好梦成真	(71)
借人树威	(72)
绝妙的征订启事	(73)
宋朝人是怎样做广告的?	(74)
美国人在卫星上做广告	(74)
被烧焦的鸡蛋	(75)
尼日尔人在衣服上做广告	(75)
在橱窗设计比赛中获奖的佼佼者	(76)
第二次世界大战中的广告路标	(77)
精明的商人利用海湾战争做广告	(78)
间谍开广告店的意图	(79)
破天荒的“中国广告一号”	(79)
别具一格的广告心理战	(80)
失败的点子 蹩脚的广告	(81)
特殊讣告	(82)
硕大的大地广告	(82)
广告乘上书记车	(83)
动物园广开财源的妙招	(84)
“显灵”的圣母像	(84)
总统夫人当模特	(85)
不用水的游泳池	(86)
允许仿造的背后	(86)
借鱼缸巧卖手表	(87)
广告大篷车	(87)

卖烟绝招	(88)
当众倒牛奶	(88)
醉翁之意不在酒	(89)
看不到日出不要钱	(89)
文学青年匠心独运生奇念	(90)
打瞌睡赚钱	(91)
里力巧卖口香糖	(91)
“请您稍候”等来一群“野狼”	(92)
以其人之道 赚其人之钱	(93)
雇胖子做减肥食品广告	(94)
锁厂声称“善偷者不为贼”	(95)
巧用古币作诱饵	(95)
阴差阳错“无情对”	(96)
轮胎造型广告惟妙惟肖	(96)
巧用蚊子做驱蚊药剂广告	(97)
生意难做 招徕有方	(97)
一滴红墨水的效力	(99)
美国“子弹头”打中国人的心	(99)
瞬时显像机一举成名	(100)
当你第一次听到美人的呼救声时.....	(100)
借热线点歌为自己做广告	(101)
引人注目的橱窗广告比赛活动	(102)
先予后取的竞争妙术	(102)
李旭未来几年计划开发的新书选题点子	(103)
二、社会广告中的点子	(104)
1. 社会公益广告中的点子	(104)
一个演员的现身说法	(104)
故意制造紧张气氛	(104)

镜子上的启事	(105)
精明的广告战略家	(105)
打上帝的旗帜募捐	(106)
印象广告公司给人留下好印象	(106)
受人青睐的垃圾	(108)
高明的游说者	(108)
治疗酗酒的妙方	(109)
关于环境保护的四大警告	(110)
男人怀孕的漫画	(110)
招揽游客保护老虎的高招	(111)
给浪费者一记响亮的警钟	(111)
贫富悬殊的对比反差	(112)
警示广告 咄咄逼人	(112)
广告词创意的点子	(113)
2. 社会服务广告中的点子	(116)
英国征聘北极探险队员	(116)
廉价出让丈夫一名	(117)
巧妙寻伞	(118)
报纸征婚第一人	(118)
冯玉祥将军征婚	(119)
撑杆上的隐喻创意	(120)
让罪犯花钱登谢罪广告	(120)
漫画广告别出心裁	(120)
美国刊登通缉罪犯广告	(121)
代客哭笑新行当	(121)
女青年以诗求偶	(122)
注意刹车 不要吻我	(122)
为顾客发津贴的旅馆	(123)

警察局竟也做广告	(124)
洛杉矶的特大扫帚	(124)
接吻地带	(125)
律师在广告中为自己“辩护”	(125)
广告词创意的点子	(126)
三、企业广告中的点子	(129)
1. 工业企业广告中的点子	(129)
没有化学的生命将会怎样?	(129)
借乌龟立意	(130)
利用登月事件巧卖电视机	(130)
“西冷”电器为自己树立啄木鸟形象	(131)
新型涂料免费美化王府井	(131)
被人嘲笑广告宣传	(132)
置之死地而后生	(132)
有奖求教	(134)
长城电扇吹出“四字经”	(134)
广告词创意的点子	(136)
2. 金融企业广告中的点子	(139)
何须踏破铁鞋	(139)
银行的谨慎与自信	(139)
借奄奄一息的金鱼巧拉保险	(140)
当晚霞消逝的时候	(141)
广告寓言	(141)
“沉默时间”引发不沉默的话题	(142)
广告词创意的点子	(142)
3. 广告公司广告中的点子	(145)
穿三点式泳衣的海报女郎	(145)
广告的广告: 假如没有广告世界会怎样? ...	(146)

-
-
- 不当总统，就做广告人 (148)
- 把握机会大造声势 (149)
- 在黑暗中你能看见什么？ (149)
- 世界上最大的公关公司 (150)
- 广告词创意的点子 (151)
4. 商业企业广告中的点子 (153)
- 免费送伞送出好形象 (153)
- 随时降价销售直至售价为零 (153)
- 地球上最便宜的商品 (154)
- 特殊的寻人启事 (154)
- 开业剪彩临时换新招 (155)
- 善于“吃亏”：营业员的鬼点子 (155)
- 亚都导购卡有新意 (156)
- 汽车商的“感情广告” (157)
- 装在鞋盒里的公关术 (157)
- 亚细亚的“活广告” (158)
- 超级市场的生意经 (158)
- 个体户花钱买信誉 (159)
- 独家经营推销术 (160)
- 欲擒故纵 (160)
- 广告词创意的点子 (161)
5. 其它行业广告中的点子 (164)
- 引人注目的空中飞翔物 (164)
- 当心您的第一次选择 (164)
- 智力游戏：举办拼图大赛 (165)
- 兑现退一奖十的承诺 (165)
- 古为今用：电扬广告公司的大手笔 (166)
- 弄巧成拙的字母广告 (166)

建筑界最出色的一次广告	(167)
形似神似的雕塑广告	(167)
告发仿造者有重奖	(168)
给你一张白纸你会画什么?	(169)
广告菜谱: 世上没有免费的午餐	(169)
会说话的钟表公司	(170)
请顾客“认养”布娃娃	(170)
同名品牌效应	(171)
100 岁的孪生姐妹出马做广告	(171)
隐形广告不简单	(172)
巧借历史典故做广告	(173)
大出大进的广告战略	(173)
广告招聘 别有用心	(175)
广告上的一大骗局	(175)
太空中的星星命名权	(176)
两败俱伤的广告战	(176)
赚钱有术	(178)
广告词创意的点子	(178)
四、商品广告中的点子	(179)
1. 日用品广告中的点子	(179)
香水的诱惑力	(179)
广告, 从电话号码开始	(180)
个体活动摊贩	(180)
牵着他人的鼻子走	(181)
免费送你一条珍珠项链	(181)
梁新记牙刷 一毛不拔	(182)
铁挂锁一夫当关	(183)
4711 次失败意味着什么?	(183)

60 万份洗发露先试后买	(184)
让贫瘠的土地长出草来	(184)
“强生”的爱心一点也不勉强	(184)
美国“形象香味”的创造者	(185)
会浮起来的香皂	(185)
敢于揭短	(186)
化妆也是一种艺术	(187)
公开征求情书	(187)
小刀片上的大学问	(188)
原德国总理施密特无意中为别人做了广告 ..	(189)
诚实是金	(189)
最能吸引异性的香水	(190)
古希腊的叫卖广告	(190)
一个美丽的传奇故事	(190)
亲热一瞬间	(192)
“代劳力”代你刷厕所	(192)
全家出动做广告模特	(193)
广告动画片 蚊子当主角	(194)
为狐臭患者保守秘密	(195)
有 1 万个证人作证你信不信?	(195)
拉大旗作虎皮, 总统座车成嫁衣	(196)
一炮打响的无名香水	(196)
“霞飞”人的广告公关谋略	(197)
提醒式广告策略	(197)
“旁氏”进军广州的广告策略	(198)
让顾客参与到自己的广告活动中	(199)
吊人胃口的大问号	(199)
依附大树好乘凉	(200)