

袁洁平 著

走吧走吧

我们出轨去

——袁洁平对创意的胡言乱语



上海三联书店

走絕走絕，
俄打詘軌哇

袁洁平 著

走吧走吧

我们出轨去

——袁洁平对创意的胡言乱语

MiiOW
CLASSIC



超透气面料设计



安DDB（北京）广告传媒有限公司

为人内衣——无上装篇

第十七届中国国际广告节长城奖银奖



上海三联书店



图书在版编目 (CIP) 数据

走吧走吧，我们出轨去

—袁洁平对创意的胡言乱语/袁洁平著

—上海：上海三联书店，2011.6

ISBN 978-7-5426-3571-6

I. 走… II. ①袁… III. ①杂文集—中国—当代 IV. ①I267.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第089564号

上架建议：大众读物/畅销书类

走吧走吧，我们出轨去

——袁洁平对创意的胡言乱语/袁洁平著

著 者/袁洁平

责任编辑/冯 征

封面设计/袁 媛

责任校对/张大伟

责任制作/任中伟

出版发行/上海三联书店有限公司

(200031)中国上海市乌鲁木齐南路396弄10号

<http://www.sanlian.com>

E-mail: shsanlian@yahoo.com.cn

印 刷：苏州市吴中区文化印刷厂

版 次/ 2011年6月第1版

印 次/ 2011年6月第1次印刷

开 本/ 889×1194 1/32

字 数/ 220千字

印 张/ 6.5

印 数/ 1—10000

定 价/ 26.00 元

书 号/ ISBN 978-7-5426-3571-6 / G · 1148

伟大的广告和人性相关 —— 莫康孙

献给女儿袁媛
以及和她一样的90后年轻人

袁洁平

“不会有人要看的！因为我们最讨厌教科书了。”

正因为女儿的抱怨，我写了这本书，一本颠覆教科书的书！

袁媛

张蓓景 摄



袁媛



著作权: 袁洁平

杨宇时

中国广告协会学术委员会常委
北京远景联动网络资讯有限公司创始人
北京大学新媒体营销传播研究中心研究员

莫康孙

麦肯光明广告 / SGM WORKS 总经理 麦肯国际集团 (中国) 专业管理副总裁
先后多次在戛纳、卡里奥、纽约以及亚太区的各大广告节担任评委
纽约广告节的常任理事
卡里奥在中国、龙玺华文广告、时报华文广告、中国全广展等的顾问
担任多届中国国际广告节评委主席

袁洁平

上海盈加广告有限公司董事长兼执行创意总监
上海世博人才发展中心认证广告传媒高级创意
名入《中国当代发明家大辞典》、《中国世纪专家》等



作者袁洁平与世界双笔王顾浩君先生合影

这字写反了？是的！

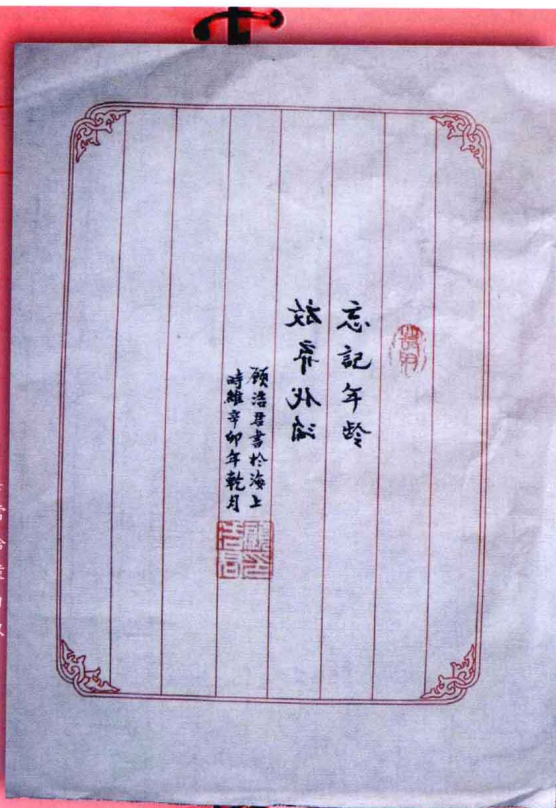
世界双笔王顾浩君先生是我的忘年交，也是上海盈加广告有限公司的艺术顾问。闻听我要出一本非常另类的创意书，他很感兴趣，本想这本书太另类，给大师看不合适，没想到他看了这本书的稿件后，拍案叫绝：“好！写得太好了，你告诉大家我一个76岁的老人也喜欢看这本书！”并主动欣然提笔写下这幅双笔字。

“忘记年龄 故弄代旧”

韩非子早在千年前就曾断言：“一手画方，一手画圆，莫能两成”，你试试看能不能做到？

做不到吧？但顾浩君能做到，他首创双笔异字同书，能同时一正一反，一颠一倒，一上一下，双写双反，双写双倒异字，为中国书坛数千年之绝，更为惊叹的是顾浩君能任由观众在两万多个汉字中报字，应声即书，并能与现场观众洒脱交谈。创造令人叹为观止的“一心三用”奇迹。中央电视台、上海电视台、台湾中华电视台等均播放《当代书怪》专题纪录片，日本NHK电视台、富士电视台也播放《书坛奇才》对此进行专题介绍。美国时代报、美国时代周报等百余家媒体，也竞相报道了《书坛奇才》的成长经历，更使其成为一个名扬四海的艺术家，“世界双笔王”的桂冠也戴到了他的头上。

因为顾老从不卖字，所以他的作品弥足珍贵，万金难求一字。



本书观点：

面对创意——

不要相信大人的话！

不要相信教科书！
不要相信所谓的胡言乱语！
不要相信所谓规则！

所以——

本书无

序

这本书的序应该由你来写！

？

到底该信谁 ■ >>>



前言

— 派胡言 —

一派胡言

（前言）

“撕掉教科书！”

我这一派胡言给不想读书的孩子捞到了一根救命稻草，但这根稻草不是救生圈，没有浮力，可能泥菩萨过河——自身难保。如果知道是我在把你教坏了，再人肉一下，你我就都惨了，所以我奉劝正在看这本书的你，先要把本书封底翻到正面来，封底《创意黑皮书》还是蛮正统的一个书名，也许大人看到你这么用功还会向你会心一笑。脑袋先别动！别动！一定要蛋定、蛋定，先用余光扫描你的周围，跟着转两圈脑袋，再放下书立起来扭扭腰，这样你就很自然地看清有没有第三只眼看着你，比如老师、同学、或者是你的老爸老妈、爷爷奶奶、外公外婆等等等等。因为稍有疏忽大意，极有可能在你还没来得及把教科书撕掉，有人已是“婶可忍，叔不可忍”，一把夺过这本书撕得稀巴烂，然后硬梆梆的书脊变成了武器，一下飞到你的头上，瞬间在你脑袋上蒸出个肉包子，甚至于把你的眼镜打飞。如果你的头发刚上过发蜡，那个天女散花般的碎纸就懒在你的秀发上冒充一回花瓢，那样子可能会很靛，冷不丁被人用手机拍下放到网上，那可能会又变成一个可怕的“门”事件的，毕竟你还年轻，而我还有老下有小，千万小心，上课时就别看了。

“婶可忍，叔不可忍”，原句“是可忍，孰不可忍”，出处《论语·八佾》：“孔子谓季氏，八佾舞于庭，是可忍也，孰不可忍也。”是：这个，孰：哪个。意思是：如果这件事情能容忍，那还有哪件事情不能容忍。

然而，现在很多人用“是可忍，孰不可忍”表达的意思却是“这个可以忍，那个我已无法再忍”，完全和这句话的本意背道而驰。

“婶可忍，叔不可忍”是“是可忍，孰不可忍”的网络变种语，很具有幽默感。

为什么我要建议**渐錡教科お**！？不要以为我白痴到要反党反社会。据报载：“在全球21个受调查的国家中，中国孩子计算能力排名第一，想象能力排名倒数第一，创造力排名倒数第五。”影响20世纪生活的20项重大发明中，竟没有一样是中国人发明的！为什么会这样？是我们中国人笨吗？不是的！问题就出在“一考定终身”的应试教育体制，已严重阻碍了学生的想象力与创造力！

女儿在读大学广告专业，她平时考试只要背功好就会分数高，她觉得毫无意义，读大学不知道读了些什么，要读些什么。读大学广告专业的学生毕业即转业竟然是普遍现象！

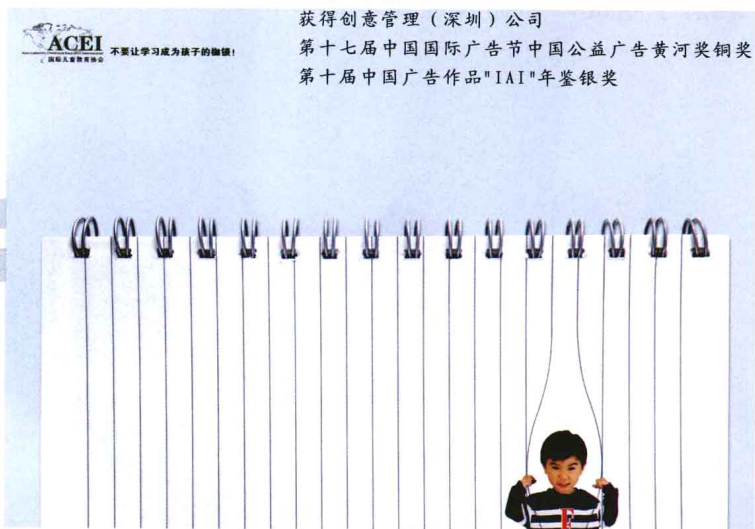
我在第十七届中国国际广告节上碰到一位大学的教授，他教的就是营销和广告专业，但他竟也很迷惘地问我：到底要教什么？怎么教才能让学生出校后可以混饭吃？

《作业本篇》

获得创意管理（深圳）公司

第十七届中国国际广告节中国公益广告黄河奖铜奖

第十届中国广告作品“IAI”年鉴银奖



作业本像什么？监狱的铁栅门！

把孩子从作业本中解放出来吧！

《论广告设计的创意》是我发表在1992年第4期《中国广告》杂志上的一篇文章，至今已近20个年头，作为一个广告人，没有把创意发扬光大，实在是一种失职行为。看到孩子们的书包竟然变成了拉杆箱，我感到很后怕，如果我是90后或00后会怎么样？面对重蹈覆辙的女儿，我不知道要如何教育她，一本正经吧，她比你还懂，说重吧就这么个独苗，万一脆弱离家出走了，你能不去求她回来？再换个身份，让她当大人你当小孩这算什么世道？后来一想，孩子对能写书的人还是比较崇拜的，我文字功底还凑合，写书吧。

我问女儿：“老爸想写一本关于创意的书行不？”你知道这个90后怎么说：“不会有人看的！因为我们最讨厌教科书了。”

“那什么书你们才会喜欢看呢？”我紧跟着问。

“老爸，如果你那本书能让我看到封面就喜欢，看到内容就忘了吃饭，那你就成功了一半！”



创意宝宝
袁洁平 摄

呜呼！好难！

90后爱看什么书呢？

“漂亮超超”列出以下几本：1、罗马性史 2、埃及艳后 3、慈禧的淫乱生活 4、性欲都市 5、大赏精 6、加勒比女海盜 7、射精英雄传 8、哈·你波特大。

欧买糕.....!这是90后吗？打死我也不信！

“讨厌日偏”很有思想家的味道：我没事主要看看《毛泽东语录》，马列主义，邓小平理论……代表代表神马的就没多大意思了。

天知道他说的是不是真的。这话搁在上世纪60年代，他可能就是现行反革命分子了。

我狠狠心，先起了个出格的书名“创意出轨”，90后的女儿说我OUT了，书名还是出格得文皱皱，干脆口语化一点，就叫“走吧走吧，我们出轨去！”

我骇然！现在的孩子真是敢想敢说敢干！

就听她的吧，因为我毕竟不是90后呀。

欧买糕。即OMG,实际上是英文中的“0h My God”或“0h My Gosh”的缩写，意思就是“我的天哪”。

现行反革命分子。就是正在进行反党、反政府、反社会言行被抓个正着的人。

不过我还是担心会不会因为名字起得太黄太暴力，书还没出生就“河蟹”掉。即便“接生婆”出版商同意发出生证，会不会也因为名字被家教严厉的家长一眼看到，触怒了他的威望，不问青红皂白地来个家暴，那我就罪孽深重了！所以想来想去还是还是保险一点为妙，于是把书名换成了90后圈内通用文字火星文，也算一点小创意0(∩_∩)0~。

这本书中有一只创意宝宝——就是我家那只名叫“宝宝”的狗狗，它每天晚上陪伴我写作，用带帽子的衣服把自己整个头盖起来，睡在我的凳子后边，它非常的可爱、淘气，我把它做成了书签，为了保护你的视力，就把创意宝宝的头露出书外，把你的眼睛移开书本看看远处有什么，嗯，一只小鸟！不对，是一片变了颜色的树叶。

我要让更多的90后参与进来，当然也包括你。很希望在你看完本书后动动笔，写一点文字，或褒或贬，或骂或捧，能给我写一下序，那就求之不得了，麻烦发到我的个人邮箱jp_yuan@126.com中，只要再版，这本书的序就很有可能是你写的，当然这个概率和你买彩票的中奖机率差不多。

我把眼睛蒙上
就装上了想象的翅膀！

创意宝宝
袁洁平 摄





袁洁平48岁手机自拍照

听多了别人说我30多岁，明知是假话听了千遍自己也就当真了，当我以玩的心态测出自己的心理年龄只有24岁时，一片惘然，我几岁了？失忆了！莫不是老年痴呆了？不会吧？

为什么会这样？

因为我是广告人。

也许这是做广告人最大的好处，不用费尽心机去保养。

和90后打成一片，我写出这么一本大逆不道的非主流书，可能会引起“围观”。近闻姜文的电影《让子弹飞》比外来大片卡梅隆的《阿凡达》还爆棚，非亲历不可，一看，全明白了，和我这本书风格一路货色，这玩意儿看一次真是乐，看两次还是乐，看三次就得想一想了，看四次就会吐，能“穿越”而不让主流“河蟹”掉就是烧了高香了。

如以“创意教唆”为罪名指控，我认！

“河蟹”是“和谐”的谐音，“和谐”是对立事物之间在一定的条件下，具体、动态、相对、辩证的统一，是不同事物之间相同相成、相辅相成、相反相成、互助合作、互利互惠、互促互补、共同发展的关系。这是辩证唯物主义和谐观的基本观点。

“河蟹”的网络语言，表达的意思是把一件事悄然抹掉。

走吧走吧、我们出轨去！

咪



一派胡言（前言）

007----->>

学校像一座山

019----->>

学校像一座山

020----->>

强扭的瓜不甜

021----->>

太后训言

023----->>

给你画个女人

024----->>

跳楼须知

025----->>

火星语

026----->>

实话实说

029----->>

不要和我谈创意

031----->>

昏房

032----->>

她的话

036----->>

不许挖鼻孔

037----->>

你的电脑是男是女

039----->>

041	——>>	误入禽兽花园
043	——>>	可不可以一觉睡到自然醒
044	——>>	广告业行话
051	——>>	走吧走吧，我们出轨去
053	——>>	找一个没去过的地方
068	——>>	小鱼之死
070	——>>	打开脑袋
074	——>>	广告人真不是东东
079	——>>	打开创意之门
081	——>>	芝麻开门
109	——>>	授人以鱼不如授人以渔
126	——>>	创意的三个层次