

张旗著

商业策划创意的表现

张 大 旗 商 业 策 划 创 意 的 表 现

天下天饮、摘卷为写、泰山三湘在长沙、生活讲的是滋味、元字之争、天下之妙、女子出少、神来一样飞翔、四维饭局为的问题、没头问题、抬头不见天、东海渔港总有戏、湘菜一锅端、闹市凡人、不造清梦、造成成功、好媒体在哪里、不要问我、世界装入远大、十六七八听、白云堡里做神仙、都是六味、好吃的瓜子会开花、天天进步一点点、明天、大王、家天下、女人不可一日无神、讲求品位、品味成功、乔纳、巧纳古今、管豹、和、不管大王、万家乐、百炼千锤出万宝、好了还须更好、手指桌球、轮椅绅士的运动、偷着乐不如开口笑、万、白、领、富、卡、的、世、具、国、泰、转、闲、来、无、事、逛、湖、商、广、告、人、做、梦、想、什、么、谁、识、弯、弓、射、不、变、着、色、的、我、要、你、四、句、打、油、了、什、么、是、专、业、的、好、卖、广、告、要、能、做、广、告、报、明、无、了、为、了、有、一、个

The Game of
“一个出色的策划和创意，万
Language

“一个出色的策划和创意，万不该被一个拙劣的、平庸的或随意的表现给糟蹋了”

東省出版集團
東省出版集團

東省出版集團

The
Game of Language

玩语言

张大旗 著

广东省出版集团
广东经济出版社

张大旗商业策划创意的表现



图书在版编目 (CIP) 数据

玩语言：张大旗商业策划创意的表现 / 张大旗著. — 广州：广东经济出版社，2006.4

ISBN 7-80728-256-8

I. 玩… II. 张… III. 广告-策划 IV. F713.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 013871 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	惠州日报印务公司 (惠州市江北文华 1 路惠州日报社)
开本	787 毫米×960 毫米 1/16
印张	22 5 插页
字数	369 000 字
版次	2006 年 4 月第 1 版
印次	2006 年 4 月第 1 次
印数	1~30 000 册
书号	ISBN 7-80728-256-8 / F·1381
定价	48.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话：(020) 83780718 83790316 邮政编码：510100

邮购地址：广州市东湖西路永胜中沙 4 - 5 号 6 楼 邮政编码：510100

(广东经世图书发行中心) 电话：(020) 83781210

营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问：屠朝锋律师、刘红丽律师

·版权所有 翻印必究·

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。

张大旗表现工作室

13607492545
z dq@cs online.com.cn

选题策划：罗振文 装帧设计：



谢颖设计工作室
SHINE STUDIO

封面摄影：杨 理

责任编辑：罗振文

责任技编：陆俊帆

网络支持：<http://www.acdvip.com>

ISBN 7-80728-256-8



9 787807 282563 >

ISBN 7-80728-256-8

F · 1381

定价：48.00元



1. 儿子德国归来，可愿子承父业？
2. 推我下海者大林(左1)，拉我下海者顾诚(右2)。1992年留影于金马广告上海公司“红白楼”前。
3. 忙闲多在电脑前，一杯香茗捧手中。

1
2
3





1		
2		
3	4	5

1. 我国第一个策划系的成立，大林(左8)、喜林(右7)功不可没。
2. 广州珠江宾馆讲学后师生合影。兴国先生跟我之间的“黄头发”邓建国被一些媒介称作“影视大鳄”这回却是做了学员。
3. 平顶山讲学后跟部分学员合影。前排正中间的年轻人不是我，横幅也不是我让挂的。
4. 南宁讲学的课间休息。大家只是在开心的闲聊，没人请教也没人质疑。
5. 大家手上拿的是“策划元勋奖”。我想拿的是“表现奖”，可惜没设这个奖。

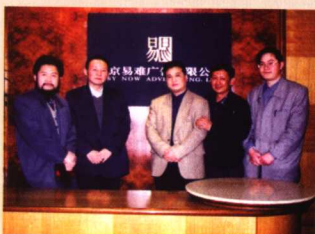




1. 东方雨虹董事长李卫国给几名顾问发聘书，大家都乐在心里他却笑写在脸上。
2. 唐人神集团受聘仪式上致答辞。
3. 温元凯教授亮晶晶的眼镜和热乎乎的心肠，会让他打过交道的人都忘不了。
4. 孔繁任先生看来显得比我要“沉着机智有胆量”。
5. 看清楚喽，这可不是什么“温、孔、张昆明三结义”。

1	2
	3
	4
	5





1. 新潮流文化传播董事长张伟民(前排右1)力邀我跟他公司的创作人员合影,我自然乐于借此感染一下年轻同人的活力。
2. “顶上安雅达”董事长王志伟是我亲密无间的朋友,不知这张留影能否证明。
3. 珠海天年集团总经理金锐先生(左),本身就是营销界的精锐之士、睿智之士。
4. 康富来国际企业集团董事长李仲明先生与我是同年同月生人,其成就却非我能比。
5. 跟大林(左1)、喜林(右1)一起走访梁中国先生(中)的广告公司。

	1	
2	3	4
	5	



1. 名演员沈丹萍跟她会汉语的外国丈夫在珠海天年的广告片中扮演的还是一对爱侣。
2. 唐人神集团董事长陶一山先生亲临广告片拍摄现场。
3. 跟导演段小琪在少少美容仪广告片拍摄现场。
4. 《人不求我我求人》招聘广告得了银奖，代表三人创作小组上了领奖台。
5. 《阿波罗托起新的太阳》系列布幔广告给阿波罗商业广场开业帮了忙。

		1	
2	3	4	
5			



1. 女书诞生地江永行。知青活动家郭晓鸣(左3)和著名作家何立伟(左2)、金国政(左4)、何顿(左5)平时都爱逗乐，此刻却一本正经。
2. 后生可畏。跟《互联网周刊》的主编张路切磋营销广告。
3. 跟云南走天下礼品公司的“姊妹花”经理的妹妹登上了夏天的玉龙雪山。
4. 北京的南山滑雪场，一下就让我喜欢上滑雪了。
5. 闲来游逛山和水。与彭剑文(右3)等知青朋友留影于郴州飞云山。
6. 在香格里拉的寺院前遇上的三个可爱的藏族小姑娘。
7. 手指桌球发明人周歌(左)。知周歌者有我，知我者有周歌。



1	3
	4
2	5
	6
	7





1

2

3

4

5

1. 跟“中国网络小姐”陈帆红与其父(位其左)、TCL集团的苏力军(前右1)、成美广告的邓德隆(后右)在美之声助残活动新闻发布会上。
2. 1999年王力“闹”浦东罢讲, 策划峰会组织者让本人顶缺上台。
3. 1991年5月北京国际广告理论研讨会在首都图书馆召开时, 跟“大人物”国际广告协会主席多尔(右2)合影。
4. 泉州讲学后跟《广告导报》总编凌平(中立者)、华盛广告老总邹永柳(右2)留影于老子塑像前。
5. 广告策划海口演讲结束后合影。“帽子扣齐眉”的这位是小叶。

序

大旗来函嘱我为他的新著作序，这使我好好地想起他这个人来。我和大旗属于那种认识很久见面不多，但彼此会惦记的朋友。在策划、广告圈子里，大旗是个难得的厚道人。

这种厚道，可以从本书的书名《玩语言》感觉得到。这年头，玩语言的几乎都被边缘化了。作家中仅有几个是一流的，其余都是末流（我的一位朋友说，艺术家只有一流没有二流，我深以为然）；教语法的，当编辑的，早被港台腔、网络腔、地方方言搞得头昏脑胀，并被芙蓉姐姐们打得落花流水了。这年头，除了死了的侯宝林，活着的赵本山，谁还会说自己是玩语言的？大概只有张大旗了。

大旗说的玩语言，大约是在广告文案、策划用语方面。大旗是有表现力的，这种表现力不仅仅体现为广告语以及广告文案之类，更体现在他用独特的语言风格，力求精准地将创意思维定型并表现出来。所以，大旗不仅仅是玩语言，他什么都玩，从营销到广告，从策略到 CF 创意。他玩得很用心，玩得很用情，玩得很自我，当然也玩得很沉醉。大旗基本上是一个人玩，玩得不亦乐乎。玩到高兴时也邀请朋友一起玩，我和温元凯教授就曾应他之邀一起做过云南的一个项目。大旗似乎不太在乎谁主谁次，钱多钱少，一副江湖之中有肉大家吃、有酒大家喝的样子。这是对策划对广告的真喜欢。这是大旗的另一种厚道，也是我喜欢大旗的理由。

时下的策划界、广告界门派林立，阵营清晰。有本土的，有国际 4A 的；有个人英雄主义的，也有标榜团队作战的；有号称贴地实战的，也有依傍高等学府的。最后还是要用业绩说话。营业额 3000 万（以纯咨询、

策划费计)是个坎,往上的算一线;往下算,1000 万以上的算挑战者,其余基本没有发言权。大旗与这些毫无瓜葛。他从不结盟,也不攀比;他自得其乐,不事张扬。大旗身处江湖又独立于江湖,这是我羡慕他的地方。

由于如此,大旗算是真正的独立顾问。无须太多顾忌,没有太多负担,敢于全身心投入,不挂羊头卖狗肉,不向客户转嫁经营成本,所以受到客户的欢迎。

由于如此,大旗没有迷惑于化简单为复杂的所谓系统,没有迷恋于所谓的专业工具与程序,一切就事论事,一切独立主张,这也就是本书的可读之处。

大旗厚道,认真由此,智慧也由此。

大旗玩语言,读者通过他的语言也玩味一下大旗如何?

孔繁任

于 2006 年元旦之夜

(作序者系奇正沐古国际咨询机构董事长)

商海的行吟诗者

(代序)

人类与其他动物的重要区别之一是人类能使用语言。教材里说到的这个结论，其排他性正被现代科学研究不断冲击，快要站不住脚了。许多动物亦有自己的语言或类语言。

就我们人类，我们都会使用语言或都懂得语言吗？结论很可疑。论据之一是，表现吃喝拉撒愿望“我要吃饭，我要撒尿”的那些“声响”不算真正语言。小熊饿了来掀妈妈乳头，一边哼哼，那愿望和声响与人没什么两样。

语言恐怕不是人类的生活产品。语言是人类的精神产品，心智的产品，或曰精神心智的外延。拥有真正质地的精神世界，拥有健全聪达的心灵智慧，人才会拥有真正的语言。比如，“我以我血荐轩辕”和“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”这样的语言，才属于人的真正语言，是人的心境、精神或意志的表达，而非单纯物性的欲望表达。

时下为什么伪语言多、真语言少？其中重要原因是，当代很多人已不知精神品质为何物。所谓伪语言，就是缺乏精神内核的语言。伪语言的外在表现，是将语言简陋化、畸形化。当今侮慢语言的现象太普遍。

对语言敬若神明，对语言的精神内核和审美魅力孜孜以求的人，还有没有？

还是有的，张大旗先生就是这样一位。

大旗先生从事语言研究和语言运用已经多年，可能从在湘南崇山峻岭里十一年的“知青”时代就开始了。

没有独特感受，真正好的语言是不能诞生的。感性是诞生语言生命的必要环境，是提升语言力量的必要前提。下田回来，不顾一身臭汗，将整整两斤辣椒放锅里一阵紧揉慢拓，一个不剩咽下去，热汗之上又加一层冷汗，那时感受什么？感受一个名叫“辣”的语词，他需要这个词解乏驱饥

振精神。为了节省一元九角五分钱的汽车票，可以背上几十斤盛着红薯、花生的沉甸甸行囊，咄咄步行一百几十里，饿了啃红薯，渴了饮山泉。那时他就感受一个“省”字。

语言不是生活的产品，好语言、真语言不是从平庸生活诞生的，即便富足奢华的生活也不能诞生真正好的语言。独特的、给人精神心智强烈震撼的生活，才会提供真语言的生命基础。就像说鱼是水产品并不正确一样。鱼是水的儿子吗？鱼当然只能是鱼的儿子。因此，接受过生活对人的强烈震撼，这个人也具有能被震撼、被激活的强大语言潜能，他就能将自己的生命与语言的生命融为一体，从而对人类语言作出贡献。

从甘苦备尝的特定生活中走出来，大旗先生的语言潜能被激活了。后来，他的生命就变成与语言相携跋涉、相得益彰的征途。读完语言学研究生，在高校教书，总觉得生命生活还有什么没有到位，还有什么不妥。思索之下，毅然下海。下海干什么？不去炒地皮，不去搞股票，冥冥之中，如有神唤，他去“玩语言”了。尽心尽意，真心真意，去玩语言。

玩的什么语言？广而告之的语言。

广告语言是那么好玩的么？能玩好么？能玩得有碗饭吃还功成一点、名就一点么？现在可以回答了，大旗先生不仅玩得有碗饭吃了，还真的功成了一点，名就了一点。

早在20世纪90年代，张大旗就已是蜚声国内的十大广告策划名家。当代中国诸多享有盛名的大企业，如“东阿阿胶”、“TCL”、“富绅”、“白沙”、“东方雨虹”、“康富来”等公司的猎猎旗帜上，都留下了大旗先生的金色语言。但大旗不是富足的语言近卫军，他是一位游走的语言侠士，常救困顿者于危难。他是一位行吟诗人，常领失语的团队引吭高歌。他为之调音的企业之琴数以百计，他为之启开茅塞的听众数以千计。

广告是商业的，商业是钱物交易的，交易是世俗的，世俗是冷血的。在这样一个拒绝诗意诗性、远离人性暖场的旷野，侠士的悲情和诗歌的审美，如何表达？

具有阔大精神视野和优秀语言品质的大旗先生坚守着。为商业写诗，为世俗献美，为寒地加温。“揽天下之优而优，送天下之乐而乐”、“为天下公，争天下先，分天下忧，造天下福”、“万家乐求万家乐，一片心换一片心”，这是悲怜。“女人不可一日无神”、“大茶天天饮，无毒一身轻”、“隐忧洗不去，洁阴一浪冲”、“蓝领白领富绅领”、“好吃的瓜子会开花”，这是精湛。“天下之妙，女子出少”、“窈窕伊人五月花”、“牵头飞鹿去邀