

【中国特色企业文化咨询专家的实战心得】
【中国首届十大地产策划专家的阳谋通鉴】

一个营销策划人的智慧火花

用脑袋走路

◎张联雄 著

他的创意和思想总能够彰显个性：
在科学人文社区设立少儿天文台；
在国际化人文社区竖立起不锈钢板镌刻的《联合国宪章》；
在东方政治领袖文化社区展现毛泽东、尼赫鲁、甘地的名言；
为众多企业和高校讲授“企业惰性病毒”的危害与防范……
他说，只要你需要，我还能给你创意出千万个“第一”！

湖北长江出版集团
湖北科学技术出版社

【中国特色企业文化咨询专家的实战心得】
【中国首届十大地产策划专家的阳谋通鉴】

用脑袋走路

◎张联雄 著



湖北长江出版集团
湖北科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

用脑袋走路:一个营销策划人的智慧火花/张联雄著.
武汉:湖北科学技术出版社,2006.4
ISBN 7-5352-3552-2

I.用... II.张... III.市场营销学
IV.F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 009225 号

用脑袋走路

——一个营销策划人的智慧火花

© 张联雄 著

责任编辑:高诚毅

封面设计:喻 杨

出版发行:湖北长江出版集团
湖北科学技术出版社

电话:87679468

地 址:武汉市雄楚大街 268 号湖北出版文化城 B 座 12-13 层

邮编:430070

印 刷:武汉中科兴业印务有限公司

邮编:430071

787 毫米×1092 毫米

16 开

15.5 印张

178 千字

2006 年 4 月第 1 版

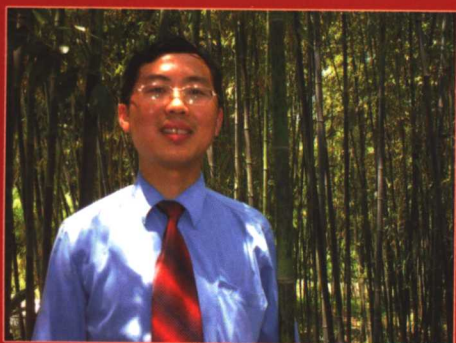
2006 年 4 月第 1 次印刷

印数:0 001—4 000

ISBN 7-5352-3552-2/F·455

定价:28.80 元

本书如有印装质量问题 可找承印厂更换



作者简介

张联雄，男，1965年出生，湖北洪湖人，华中师范大学硕士研究生。渡边策略(中国)集团首席策划师，武汉大洋地产研究院副院长。

中国生产力学会理事、专家委员。2004年1月在中国首届房地产策划大奖赛中入选“十大房地产策划专家”。2004年10月入选“中国十年最具影响力策划专家五十人”，所在机构渡边策划公司同时入选“中国十年最具影响力策划机构五十强”。2006年1月19日，张联雄在中国第二届房地产策划大奖赛中再次入选“中国十大房地产策划专家”。渡边策划集团入选“中国十大房地产策划机构”。

张联雄独创了房地产“三要素策划法”，楼盘策划成功案例近百个。同时，在全国首先提出了“企业惰性病毒”理论和“企业价值星系理论”，是具有独特思维的企业文化专家，并以创意迭出和缜密思维成为“两栖专家”。

张联雄通联方式：

办公室电话：61069409 87392436(传真)

个人主页：zhanglx.focus.cn

Email：Wh-dubian@163.com



渡边策划(中国)集团
FERRYMAN PLANNING GROUP

总裁助理 地产专家

总能够为你的楼盘制造出差异化竞争优势，出奇制胜；

总能够让你的公司充满了活力与激情，基业常青！

100多个楼盘策划和营销案例，

十五年营销策划和管理咨询经历，

回头客达到40%以上。

我们的客户给我们舞台，

我们有责任把戏演好！

网址：www.ferryman.cc

邮箱：wh-dubian@163.com

电话：027-87386209 87392436(传真)

全国客户热线：13907180917



2004年1月10日，作者在首届全国房地产策划大奖赛中入选“十大房地产策划专家”，并在人民大会堂接受全国政协副主席万国权的接见和颁奖



2004年12月19日，作者在北京中国房地产高峰论坛发表题为《拒绝雷同——“三要素策划法”与个性楼品牌塑造》的专题演讲



2005年8月9日，作者在北京中国商业地产发展模式论坛作题为《商业地产的“产业价值链”模型》的专题发言。该发言立即成为专业网站的热点之一



2001年，作者应邀为新华社湖北分社记者作关于品牌策划与传播方面的讲座



2006年1月19日，作者在中国第二届房地产策划大奖赛中再次入选中国十大房地产策划专家并在北京中国房地产策划高峰论坛作专题演讲



公关营销策划经典案例

四川锦宏地产聘请消费者监督员并配备工作专车。月销售额增加4000多万元，并在成都掀起了“锦宏风暴”

推出全国第一个社区少儿天文台

为了在科学人文社区东山苑·智慧星座塑造出亮点，建立了全国首个社区少儿天文台。图为作者（右一）与开发商十堰中房公司董事长莫德祥（左一）等在紫金山天文台考察



四川金地房屋开发公司与美国国际住宅开发公司合作建设成都中美合作示范工程金地贝福里花园 (Berverly) 签字仪式。后排中为时任四川省副省长的邹广严



公关策划经典：奥运天使心向北京
国际化人文社区武汉地球村的孩子们为了支持中国申办奥运，挥笔写长卷，并且组织了申奥夏令营。这幅长卷现保存在中国奥申委



大型复合地产案例：四川遂宁的
观音文化风景区前山门广场规划

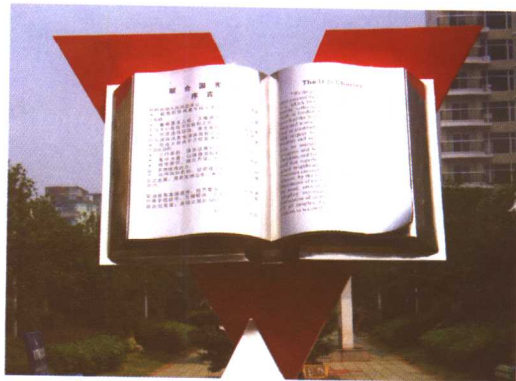


招商活动策划：“黄河金三角中心批发市场”渭南贸易广场为首批从浙江来洽谈考察的
商户举办专场联谊演出



十堰将军花园的开盘活动，简单而吸引公众眼球，在车城一时被传为佳话

地球村（武汉）景观
不锈钢板镌刻的《联合国宪章》导言（中英文）



名牌·名居·名人梦……



[春季特别预告]

东楚名居

28日闪亮出场

“绿色大循环”活动今日开始

你是否感到
今年春天早一些？
东楚名居—黄石首个生态化名人文化家园
姗姗来迟的梦
终于来了……



开发商/◆中房集团黄石房地产开发有限公司
全程推广/◆湖北渡边企业策划有限公司

名居热线/ 6211688





“绿色大循环”活动启示：

凡2004年2月28日以前，凡至黄石市园林局指定地点种植树苗一棵，凭“园丁绿卡”购买东楚名居住宅即可享受家庭生态绿化一年。直接价值198元至1998元，还有专业花匠免费服务！

生态化名人文化社区黄石东楚名居的开盘广告



作者与著名策划人、中国首届十大策划专家之一王克（右三）及深圳渡边公司部分员工合影





作者（右一）与英国规划设计师班伦年（左二）勘查黄石市磁湖东岸改造重点工程磁湖步行街项目地块现场



名牌·名居·名人梦……

黄石何时变春城？

您为城市披绿装，我为您家送自然！
“绿色大循环”活动已全面启动！

今年的春天是否会更早？
今年的春天是否会更长？

东楚名居——黄石首个生态式名人文化家园
让您的生活处处有春天！

东楚名居
EASTERN CHU
名居

开发商/中房集团黄石房地产开发有限公司
全程推广/渡边企业策划（湖北）有限公司

名居热线/6211688 3628779
售楼地址/黄石市武汉路305号（华新宾馆斜对面）

“绿色大循环”活动启示：

凡2004年2月28日-3月28日，到东楚名居购房的业主，可享受家庭生态绿化一年和东楚名居小区内一棵树的认养权。中房集团将在种植此树时为此树制作“名牌”。

东楚名居的公关营销广告很好地呼应了开盘广告



“武汉后花园法式生活特区”玫·白兰丽舍的一幅直递广告

这个在地形、规模和区位上都有着先天不足的楼盘，在武汉经济相对落后的郊区黄陂创造了多层住宅价格标杆

自然生活家！

她身着法国时装，
出现在木兰故乡……

汉口热线：
82007788
82006688
售楼部电话：
85021268
85021606

我是个船夫

(代自序)

都道我行船，行船是修禅。
行到急流处，心境亦自然。

——张联雄《船夫禅诗》

一、有个少年爱大河

“一条大河波浪宽，风吹稻花香两岸。”这首歌流传大江南北，也时常流淌在我的心弦上。

出生在洪湖岸边、长江之滨的我，对巨鹤翅膀一般的白帆、嘹亮悠远的船夫号子再熟悉不过了。尽管工业文明使我们跨入了所谓的“现代化”，但少年时期在长江边的草地上沐浴着阳光读唐诗宋词，任悠闲自得的白鹤从身边走过的情景还是常常飘回我的梦中，成为定格在我的灵魂中的最美好的风景。

直到如今，每年春节回到故乡，我都会到长江边，去寻找我记忆中的白帆，但总是失望得不停地叹息。即使白鹤偶尔出现，它也是远远地怯生生地看着我，然后向江心飞去。虽然由于水

运的衰落使“黄金水道”变得静谧安宁,站在江边看激流,我总觉得激越的船夫号子还在江谷里回荡着,久久不散。

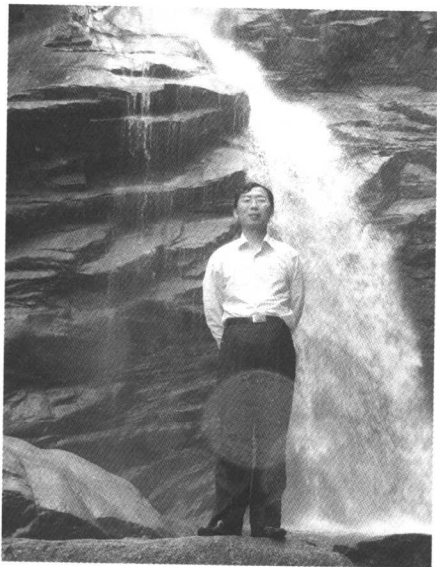
二、闯 海

早些时候的工作,我是在一个企业主管部门负责调研和宣传,这使我能够顺利地与企业家长们交流,知道了许多商海搏击的传奇故事,由此获得的企业经营管理经验至今还能够受用。

后来,我们机关组织企业家到江苏、浙江一带学习考察,顺便到了上海。在吴淞口,我第一次看到了长江奔流入海的壮观景象,心灵受到了极大的震撼,决定要过一种新的、富有挑战的生活。到1992年12月,我毅然向局长提出辞职,从此做了一个有风险的自由人。

三、迷上了智慧

从机关“下海”后,我受朋友邀请,创办了一家公司。由于朋友的特殊身份,这家公司仍然挂着国有企业的牌子。说实在的,在骨子里我不喜欢国有企业,我的大学毕业论文《论国有企业的软预算约束——我国宏观经济波动的微观考察》的主要观点就是,国有企业的不良机制是中国经济运行不正常的主要原因。但是,我在这个公司里可以小试牛刀,再者,对任何工作认真是我一贯的品性,无论我个人对这项工作的看法如何。



在武夷山留影,学习大自然的智慧

在公司经营轻印刷和电脑耗材的门市部开业的时候,我推出了当时颇为先进的限时有奖促销、信誉卡和关系营销。同时,十几岁就成为新闻媒体通讯员所形成的人际关系优势也帮助了我。当地一家电视台一年中为我们播放了近80次品牌广告,而我们仅花了几千元,其中还有一部分是以我们的服务和商品抵款的。

更重要的是,我凭着自己的理解在公司里贯彻CS(顾客满意)战略,尽管我当时还没有听说过CS战略。门店里永远都摆着供顾客坐的沙发、顾客饮用的茶水和供顾客阅读的《读者》、《世界博览》、《故事会》等刊物。对我估计有业务潜力的顾客则予以登记,逢年过节则用我们自己的印刷系统为他们度身定制贺卡寄到他们手中,有许多顾客接到贺卡的当天或第二天就来与我们做生意。现在想来,这不就是上世纪90年代末才传入我国的整合营销传播理念的实际应用吗?

1994年12月,沈阳著名企业家刘希贵先生邀请我去主管希贵集团的策划、管理工作。我在短暂的犹豫之后,只身来到了东北。在不长的日子里,我完成了集团管理机制设计,令同事们刮目相看。针对东北干部、员工素质较差、观念落后的问题,我主持了若干次培训,自己编写教材,并主讲企业经营管理、公共关系等课程,受到学员的普遍欢迎,甚至还引起了当地政府部门

的关注。董事长高兴地说：“你把南方人的智慧带到了北方。”

1995年上半年,由于特殊原因,董事长刘希贵想调整班子,他悄悄地在电话中告诉我:“总经理就由你来干。”同时与中层干部通了气。想到付诸努力有了回报,我即将成为这个全国知名的大集团的总经理,我十分兴奋。但是,也许是老天要考验我,在董事会上,集团的合作方显露出强烈的排外倾向,董事长迫于压力,放弃了自己的人事安排计划。

我最沮丧的日子到来了。我愤然离开了东北,回到了武汉。但东北美丽的冬天至今令我难以忘怀。尤其是我们在一望无际的封冻的湖面上驾车驰骋,突然刹车,轿车在冰面上旋转一圈,洁白的积雪飞舞起来的情景,我怕是再也难以经历了。

四、在老板幕后

凭着我丰富的经营管理经验和丰硕的理论成果,我轻而易举地在湖北一家最大的私营集团公司谋到了一份职位,刚进去是二级部长,21天后升为一级部长——经营管理部部长,并被董事长破例在集团总部安排厅室房子居住,享受特别待遇。在不到一个月的时间里,我为集团建立了审计系统、统计系统、监察系统和调研系统,成为集团上下瞩目的人物。而在此以前,集团对十多个子公司的经营状况从来就没有真正弄清楚过,资金流失严重。现在,至少许多内部违纪行为有所收敛。但正是这些,我也成为集团许多“诸侯”所痛恨的人。一天夜里,甚至有人从我的窗户里扔进了砖头。令我伤心的是,董事长听到汇报后居然没有安慰我一句,因为各公司的负责人不是他的好友就是他的亲戚。

由于工作出色,半年后我受命兼任集团一家具有“门面”性

质的公司的总经理。我这样坐“直升机”上升,在集团的发展史上没有先例。从此,我一面为董事长出谋划策,一面全盘运作严重亏损的公司。精简机构,裁撤冗员,集中有限的资金扶持赢利部门,关闭严重亏损部门,以富有激情的演讲和群众性文化活动激励士气,建立专门的营销部门,寻找投资小而赢利快的新项目,总之,该用的办法我都想到了,也的确产生了巨大的实效。当我兴致勃勃地拿着我熬夜写出来的公司振兴计划交给董事长的时候,却没有得到支持。我终于明白了,有许多大老板根本不太关心如何赚到“小钱”,他们感兴趣的是如何从银行里“套”出大钱。我实在想不通。

1996年6月,泰格公司的老板谢格先生创业。他的许多朋友向他推荐了我。于是,他来到我所在的公司,与我进行了彻夜长谈。6月21日,我来到了刚刚注册的泰格公司。

实事求是地说,在泰格公司的日子是我的策划能力整合、提高得最快的时期。我与谢格的合作是非常罕见的最佳配合,而且我们互相学到了许多知识。

在推出泰格生态公寓这个项目时,我与谢格进行了有机的配合,许多方案经常是一拍即合。1997年植树节,我们推出了“电影公关”,包下武昌、洪山的几家电影院,请“爱好绿色的朋友看电影”,并向每位到来的观众赠送印有项目主要卖点的通讯录,同时在布标和幻灯片上打出“为了春色满江城,让我们植树吧”这类公益性广告,以低廉的成本将泰格生态公寓成功推出。随后,我们通过中秋节的“多彩团圆夜”、桂子山庄的“美化家园,认养树苗”和公司周庆“家居生态抽奖”等一系列公关活动,丰富了品牌内涵。

在广告推广方面,谢格发挥了地产开发的经验优势,我则展现了出色的创意才能。1997年,我们在《长江日报》推出了一个