

点子文库

李旭 策划

本书荟集中外各行业
绝妙点子案例精品，分8
类点子近700个点子实例，
即投资创业点子、经营与
服务点子、广告营销点子、
新产品开发点子、创造发
明点子、处世交际点子、
文化与生活点子、历史上
的点子的故事。每个点子指
点人所未点，指人所不指，
启人智慧，帮人理财，助
人成功。是一部现代“智
囊”。

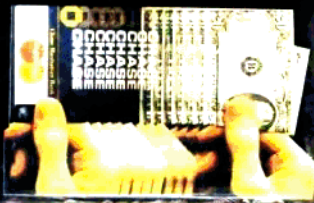
点子大观

绝妙

钟华 豫人 主编

点石成金

心想事成



●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，不然它就象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

作者名单

主 编：钟 华 豫 人

主要作者：钟 华 张 瑛 肖云龙
陶 济 方再林 武 珍
朱红梅 朱巨亚 老 享
董红军 刘文峰 国 辉
王银芝 吉 锋 李 琳
郭华青 张名娟 王彩虹
郭 奔 门 岗
豫 人（参阅本书381页）

前 言

这是一个点子的世界。谁拥有了点子，谁就拥有了明天。

点子作为一种稀有的智慧资源，只有智慧的人，才看重它，利用它，或去发现它。

点子就是财富，点子就是成功。曾经成功地指导雀巢公司度过极其严重的“信誉危机”的世界著名公关专家帕根曾说：“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。”美国著名的广告大师大卫·奥格威也说过同类的话：“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。”还有英国设计家保罗·阿登，他说，点子家们“宁可自己死掉，也不肯抛弃他们呕心沥血想出的点子”。

可见，好点子与公关、广告、设计乃至创业、经营、服务、新产品开发、处世交际、个人成功，无不紧密相关。

本书所收，即是所有以上这些方面的成功点子实例精华，分8大类，近700个实例。它取材广，分类全，选条精。内容遍及古今中外；分类广涉商界、政界、军界及文化生活领域，并以商用点子为主；选条侧重实用性强、点子度高的案例，有叙述有点评，

述评结合，便于大家认识点子。

持此一书即是持有近700个点子，其思路之新奇、妙趣、独到，令人拍手叫绝。随心读来，即可对人大有启发。

与点子打交道，全凭每个人的悟性。好点子来之不易，好点子的巨大作用更是不容置疑。它能点石成金，亦能点金成石。不信，你就点一点，试一试。

目 录

一、投资创业点子	(1)
从乞丐到亿万富翁	(1)
白手起家者	(2)
一美元的生意	(2)
大头针与银行大王	(3)
从一无所有到“世界船王”	(4)
靠联想发财	(5)
迈克的思路	(6)
卖跳蚤赚钱	(7)
淘金的与卖水的	(7)
千奇百怪的公司	(8)
投资花店	(10)
办啤酒屋	(11)
办销售学校	(12)
投资艺术品	(13)
投资宠物美容业	(15)
做女性的生意	(15)
垄断技术的奥妙	(16)

老中药 新用场	(17)
小店的“势力范围”	(18)
瞄准“嘴巴”	(19)
讨债公司的讨债术	(19)
世界上最脏的酱菜	(20)
从店员到大亨	(21)
锯掉你椅子上的靠背	(22)
物以稀为贵	(23)
一条建议值百亿	(24)
巧居奇货	(24)
生意之妙全在生意之外	(25)
从哪里来 到哪里去	(26)
“商景”与旅游联姻	(26)
巧治公车私用顽症 组建小汽车租赁公司	(27)
“炒”比赛净赚 40 万	(28)
借鸡生蛋	(29)
日本公司允许“内部创业”	(30)
无中生有	(31)
二、经营与服务点子	(33)
假面具招徕小顾客	(33)
研究“被遗忘的女人”	(34)
本酒店没有醉鬼	(34)
彩鸽迎宾	(35)
杀鸡给猴看	(36)
室内野趣	(36)
免费称体重的家用电器商店	(37)
为自己种树 让他人掏钱	(38)

奖金反用 生意兴隆	(38)
酒吧乾坤大 世界第一家	(39)
试茶经营术	(40)
避实击虚 变被动为主动	(40)
赤脚进店买鞋 鞋店销量大增	(42)
后发制人的策略	(42)
“三角店”经营法	(43)
同价销售的商品专柜	(44)
在企业内部推行模拟法人制	(45)
求异经营 以鲜取胜	(45)
以万变应不变	(47)
别字商店 糊涂老板	(48)
顾客卡	(49)
购物“龙虎榜”	(49)
退款售物	(50)
日本东京的百元商店	(51)
馈赠围裙 抛玉引市	(52)
美国人的尴尬	(53)
苍蝇“间谍”	(54)
伴笑物品店	(55)
“华新”服务新花样	(56)
开怀旧饭店 发老三届财	(57)
奇妙搭挡结夫妻 顾客盈门生意红	(57)
吴家录借智生财	(58)
成功制造竞争的“魔术大师”	(60)
一跪倾城	(61)
集邮爱好者的天堂——集邮图书馆	(62)

科幻作品图书馆	(63)
理发店主的生意	(63)
谈判的智慧	(64)
疲惫中的奇兵	(65)
把广告费分享给顾客	(65)
狡猾的英国商人	(66)
瞄准靶子巧射中 婚礼之际生意兴	(67)
“老板无主意”商店	(68)
经济信息之战	(69)
川本二太郎巧对老板发泄不满情绪	(70)
巧装糊涂 反客为主	(71)
反其道而行之	(72)
秘书的困惑	(73)
英法“苹果战”	(74)
价格太低反而无人问津	(75)
声东击西 巧购汽车	(76)
明察商情 当机立断	(77)
商场上的削价战	(78)
罕见的盗术	(79)
人降我涨	(80)
拆零经销术	(81)
柯达公司巧用盲人	(81)
请心理专家测试新聘员工	(82)
后生可畏：日本人巧用孔夫子的话教育员工	(82)
重用敢于直言之人	(83)
百年树人之计	(84)
栋梁之才的识别	(86)

人体商店	(87)
怪缺商店	(87)
“免费享用”经营术	(88)
异军突起的“职业酒囊”	(89)
车轮上的医院	(90)
小卡片的大用处	(90)
勿以利小而不为	(91)
永久维修 无独有偶	(92)
给你免费裁剪 让你买我布料	(92)
建立闲置设备租赁市场	(93)
盒饭买送服务	(94)
百货公司赚钱新招——代管小孩	(95)
购物旅游	(96)
影视摄制旅游	(96)
不是经营 胜似经营	(97)
影视对白“卡拉OK”	(98)
拾遗补缺 以旧换新	(99)
古老而常新的配备销售法	(100)
赠品带来生意	(101)
餐馆菜单印上彩色照片	(102)
专门为女性消遣服务的“男公关会所”	(103)
帮外公司 帮人帮己	(104)
诚实也是财富	(104)
昏睡魔床	(105)
配套服务 生意桥梁	(106)
购物易踌躇 导购来帮助	(106)
“拿掉些”与“添一点”	(107)

请君动手商店·····	(108)
美国创办银幕小孩代理公司·····	(108)
酒桶旅馆·····	(109)
蛇缠旅馆·····	(110)
闹区无噪音旅馆·····	(110)
“三浦百惠”旅馆·····	(111)
朱丽斯海底旅舍·····	(111)
午睡旅店·····	(112)
老人旅馆·····	(112)
“大不满意”啤酒酒店·····	(113)
棺材酒店·····	(114)
顾客可以自定价·····	(114)
只租赁不出售的服装·····	(115)
赌博医院·····	(116)
医院开设幽默室·····	(117)
沈阳的“挖人公司”·····	(117)
以怪引人的怪味餐厅·····	(118)
上海街头的“方便卫士”·····	(119)
日本刺激电影市场新招数·····	(119)
美国的计算机出租业·····	(120)
特殊的电子游戏电视台·····	(121)
给恋爱婚姻服务出主意·····	(122)
系列化的整体服务设计·····	(124)
应召服务在宁波·····	(125)
“幻想”服务·····	(126)
三、广告营销点子·····	(127)
当场粘人给人看·····	(127)

假如维纳斯有双臂的话·····	(128)
借画扬名·····	(128)
允许仿造的背后·····	(129)
借金鱼缸巧卖手表·····	(130)
分期付款购新车·····	(130)
广告大篷车·····	(131)
组建“品牌集团公司”强化同名品牌宣传·····	(131)
反击式营销·····	(132)
卖烟绝招·····	(132)
当众倒牛奶的绝招·····	(133)
醉翁之意 妇孺皆知·····	(134)
一骑红尘妃子笑 知是岭南佳果来·····	(134)
巧克力与情人节·····	(135)
借风驶船 过河架桥·····	(136)
爱心备至的玩具公司·····	(137)
看不到日出不要钱·····	(138)
为他人出力 给自己扬名·····	(138)
文学青年匠心独运生奇思·····	(139)
“尿”出来的啤酒·····	(140)
打瞌睡赚钱·····	(141)
越是不准偷看 看客反而更多·····	(142)
断绝后路 以一当十·····	(142)
大学生勤工助学一招——推销慰问袋·····	(143)
里力巧卖口香糖·····	(144)
靠总统出名·····	(145)
活用限定销售法·····	(145)
将沙发拆开卖·····	(146)

- 不掺水与掺水一成····· (147)
- 哥伦比亚——正宗咖啡的故乡····· (147)
- 推销第一部电话····· (149)
- 幽默广告语····· (149)
- 函销之术····· (150)
- “请您稍候”等来一群“野狼”····· (151)
- 虚张声势 自设悬念····· (152)
- 依附式宣传效果佳····· (153)
- 将目标瞄准财主····· (155)
- 以其人之道 赚其人之钱····· (156)
- 活宝广告 广告保活····· (157)
- 悬赏挑战一试高低 广告宣传新招迭出····· (157)
- 锁厂“允许偷窃” 善偷者不为贼····· (158)
- 古币不值钱 却是金钥匙····· (159)
- 咸亨酒店 古为今用····· (159)
- 反道行之做生意 颠倒酸甜赚大钱····· (160)
- 弃小取大 歪打正着····· (161)
- 细帐眉目清楚 顾客趋之若鹜····· (161)
- 先声夺人····· (162)
- 问话的技巧····· (163)
- 引鱼上钩 巧拉保险····· (163)
- 免费供黄酒 管喝不管送····· (164)
- 一举两得····· (165)
- 阴差阳错“无情对”····· (165)
- 限量发售 技高一筹····· (166)
- 酒香也怕巷子深····· (167)
- 日本人抢占美国豆腐市场····· (167)

花钱买信誉·····	(168)
厚利也能多销·····	(169)
造型广告 维妙维肖·····	(171)
“点只汽水甘简单”·····	(171)
大出风头的马氏公司·····	(173)
世界面包之最·····	(174)
想人所想 巧售新药·····	(174)
洗发香波的魔力·····	(175)
小题大作 获益无穷·····	(176)
法国人求职奇招·····	(178)
借影片中的美人发财·····	(178)
实物广告 无声胜有声·····	(179)
巧用蚊子作广告·····	(179)
让“花仙子”招徕顾客·····	(180)
令人叫绝的对白·····	(180)
生意难做 招徕有方·····	(182)
个体活动摊贩·····	(183)
限时喝饮料 结果恰相反·····	(183)
蚕豆与冷饮·····	(184)
一滴红墨水的效力·····	(185)
感谢你——中国·····	(185)
小店餐巾纸·····	(186)
巧起书名·····	(187)
让人发笑的银行·····	(187)
以“名”制胜·····	(188)
波音公司因祸得福·····	(189)
“威士忌”与“白兰地”·····	(190)

-
- 利用打官司提高知名度····· (191)
- 旧货店重树新形象····· (192)
- 以油画吸引顾客····· (193)
- 吃亏是福····· (194)
- 超级市场的生意经····· (195)
- 广东企业的“公关”效应····· (195)
- 予人滴水之恩 取得涌泉回报····· (196)
- 针对消费心理 确定产品形象····· (197)
- 热情带来生意····· (198)
- 匮乏推销术····· (198)
- 对比促销术····· (199)
- 票券销售术····· (200)
- 独家经营推销术····· (200)
- 低价诱导推销术····· (201)
- 免费咨询推销术····· (202)
- 商场心理促销术····· (202)
- “靶心”式销售术····· (204)
- 技高一筹推销术····· (204)
- 揭短推销术····· (205)
- 一举多得····· (206)
- “酒中美人”名扬四海····· (207)
- 变被动为主动····· (208)
- 欲取先抑····· (208)
- 贺喜广告送温情····· (209)
- 被人嘲笑广告宣传····· (210)
- 折扣售房····· (210)
- “冬港”小镇的招客术····· (211)
-

别开生面 招人眼目	(212)
撒饵钓鱼	(213)
用胡志明小道招揽游人	(214)
世界上最昂贵的香槟酒瓶	(214)
瞬时显像机一举成名	(215)
欲擒故纵	(216)
牵着他人的鼻子走	(216)
美人连呼救命 观者纷纷解囊	(217)
改变观念 引导认可	(218)
巧作广告不花钱 热线点歌显智慧	(219)
比赛引人注目 公司名声大震	(220)
金币诱饵 顾客上钩	(221)
致歉广告 一歉千金	(221)
广告本天成 妙手偶得之	(222)
先予后取 竞争妙术	(223)
以买换卖活做生意 国际链条良性循环	(224)
降价一分 销路大畅	(225)
我们是二流角色	(225)
气体广告	(226)
趁火打劫的精明商人	(227)
置之死地而后生	(228)
沙漏与电话	(229)
喂奶妇女的绝招	(230)
别出心裁创特色	(230)
绿色商店春意盎然	(231)
在价格上巧做文章	(232)
CIS——企业深入市场的立交桥	(232)

现代工业设计融真善美于一体·····	(234)
借题发挥·····	(235)
巧借汽车作调查·····	(236)
抵旧换新的促销对策·····	(237)
电话号码 30189 和 40000 的妙用·····	(238)
新品种开发点子·····	(239)
托福毛泽东·····	(239)
顺势借东风·····	(240)
排忧解难对策·····	(242)
聘请曹雪芹·····	(243)
借鉴维纳斯·····	(244)
气气龙王爷·····	(246)
蓄意卖太阳·····	(247)
顺理作文章·····	(248)
反求出机遇·····	(250)
商品有记忆·····	(251)
让哑巴说话·····	(253)
光彩照人间·····	(254)
量变到质变·····	(255)
杂交出优势·····	(257)
产品微型化·····	(258)
寻求新用途·····	(259)
捉贼手套·····	(261)
防胖警报椅·····	(261)
年轻职员忽发奇想 电动剃须刀风靡全球·····	(262)
亚当斯与口香糖·····	(263)
鬼点子 鬼名堂·····	(264)