

经商智谋全书

广告豪杰

京华企业咨询公司



今日中国出版社

经商智谋全书

广告豪杰

京华企业咨询公司

今日中国出版社

(京)新登字 132 号

图书在版编目(CIP)数据

广告豪杰/陈建华主编. —北京:今日中国出版社,1996.8
(经商智谋全书)

ISBN7-5072-0861-3

I. 广… I. 陈… III. 商业广告 N. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 12706 号

经商智谋全书

广告豪杰

京华企业咨询公司

今日中国出版社出版 全国新华书店发行
850×1168 毫米 1/32 开本 300 千字 14 印张
1996 年 8 月第 1 版 1996 年 8 月第 1 次印刷
人民教育出版社印刷厂印刷

ISBN7-5072-0861-3/Z · 192

定价:70.00 元(共四册)单册定价:17.50 元

本书工作人员：

策 划：

张 辉

主 编：

石海田 陈建华

撰写人员：

刘青田 许连众 郝成才

刘小亮 张天则 海 鹏

刘旭东 刘 光 成 方

李震旦 侯光明 石海田

陈建华 张 辉

前言：这是一个斗智的时代

翻开一部现代经营史，可以看出，世界著名的大企业家的发迹，无不依靠了令人叫绝的智慧和谋略，因为当初他们手中没有多少资金和技术，掌握的仅仅是无本万利的好主意。在他们事业大发展时，叱咤商界，克敌制胜，仍需好创意的鼎力相助。

在哈默、奥纳西斯、洛克菲洛、卡耐基、包玉刚、李嘉诚，以及牟其中等人的经营中，智慧和谋略立下过累累战功；松下、通用、波音、飞利浦、可口可乐、麦当劳、健力宝等著名公司也莫不如此。至于许多行业中优秀的经营者靠好主意每每得手之例更是举不胜举、比比皆是。

因此，市场的竞争在某种意义上来说就是智慧和谋略的竞争。谁能拥有好的创意、好的思维、好的商业逻辑，谁就能赢得市场获得财富。在当今世界商战中，纵横天下的企业家们在向人们攫取金钱的同时，也向世界展示着他们的商业灵光，这是人类最可宝贵的财产，也具有巨大的实用价值。黄金可爱而炼金术更可贵，总结和开发成功的商业谋略当然是一项利

民利国的善事。

为了提供有益的借鉴，我们推出这部包括近 5000 个实例的商业智谋全书，分为经营、销售、市场、竞争、公关、广告、管理、名牌开发八大类，这里有世界著名的企业家的经典范例，也有普通经营者的杰作，可肯定地说，书中林林总总的雄谋伟略、奇招神术，众多的出神入化的智慧实例，一定会使你思路大开，进而在经营中获得回报。

世界本是一个大金矿，我们现在需要的是炼金术——智慧和谋略。

应该说明的是，本书所选的一些实例发生在特定的年代和地点，其经营的原理，可给人一定的启迪，但其具体作法，不一定完全适合我们去模仿和效法。

目 录

广告词是打动恋人的情书	(1)
美国著名的“牛肉在哪里”广告	(3)
套出总统一句话作为广告词	(4)
“已长发的部分，请勿再涂此药”	(4)
门前“不可偷看”引来众多顾客	(5)
“寻人启事”是广告诡计	(5)
日本山梨公司一箭双雕	(6)
荷兰航空公司“大西洋将缩短 20%”的广告	(6)
美国人的痔疮广告	(7)
小说家毛姆的销书广告是一则征婚启事	(7)
巧借其他大公司抬高自己	(7)
“一毛不拔”——牙刷的广告	(8)
“1 元可买洗衣机”	(9)
“有路必有丰田车”	(9)
美国通用电器公司的空调广告	(9)

意味深长的钟表广告	(10)
一箭双雕的疑惑广告	(10)
将好往坏里说的广告词	(11)
“万金油大王”巧借政事做广告	(12)
梅兰芳首次出台的广告	(12)
端起架子作广告	(13)
罗森德商行的特别广告	(14)
控诉词成为绝妙的广告	(14)
“贬低自己”的广告	(14)
幽默广告效果最好	(15)
“麦氏”咖啡令人回味的广告词	(16)
只需 5 美分的可口可乐	(16)
易生锈的刀片	(17)
需要勇气的牙刷	(17)
“金利来”靠广告打出世界	(18)
雅丝丽莹润给您均衡美	(18)
劳斯莱斯汽车——贵族的韵味	(19)
吊起顾客好奇心	(20)
名牌啤酒海尼根的“不必自吹自擂”	(21)
在德国最受欢迎的啤酒	(21)
三角钱能变成多少	(22)
飞人飞向农村	(22)
慈母心，豆腐心	(23)

引来“注目率、回头率”的成功广告	(23)
诱人的“江南风味别墅”	(24)
雪豹皮革行诚挚的“紧急启示”	(25)
一矢中的幽默广告	(26)
左撇子引发出的奇妙广告	(26)
有气魄的赔车广告	(27)
“到台湾只要八毛三”——诱人的电话广告	(27)
苏联《消息报》订阅广告	(29)
美国克莱斯勒汽车公司的广告	(30)
难做的人寿保险广告	(31)
化害为利的酒广告	(31)
初恋味道的酸奶	(32)
靠伟人诗词扬名 千里冰啤酒打入人大大会堂	(32)
储蓄广告的妙招	(33)
世界名酒的广告词	(34)
把握时代脉搏的福特汽车广告	(34)
“只要青春不要痘”	(35)
神韵尽在不言中	(36)
 广告是消费者去商家的直快车	 (37)
漂亮的抄袭	(39)
“换一个新夫人”	(40)
给你“手腕的自由”	(40)

最后露出的半边脸	(41)
诱导母亲的“强生”广告	(42)
汤克姆汽车公司制造奇闻的广告	(42)
金龟公司正话反说树立自己形象	(43)
调侃奏奇效的广告	(44)
柯达公司“10 美元流芳百世”之举	(45)
抓住契机的夏威夷旅游广告	(45)
震撼人心的保险广告	(46)
“只爱一个”的法国香水广告	(46)
万家乐开航天广告先河	(47)
美国的“万里长城”	(47)
借电影名而发挥的广告	(48)
百服宁保护您	(48)
朋友是马了	(50)
慷慨的旧货换新	(50)
受欢迎的“大臭虫”	(51)
反正是有病	(52)
有秃头绵羊吗	(52)
击中人们的心理弱点	(53)
我们不是故意的	(53)
利用顾客的惧怕心理做广告	(53)
“为使您的孩子更聪明”	(54)
揭丑广告促销法	(55)

高明的沛公酒广告	(56)
让听众自己来完成这个广告	(57)
“熊猫”卫生纸打入香港的奥秘	(58)
最聪明的“牛皮”广告	(58)
养生酒借皇帝赐名巧做广告	(59)
劳力士手表与氧气筒	(60)
争取代代都买奔驰车	(61)
本田公司怪诞荒谬的广告引人注目	(62)
打动人心的“星辰表”广告	(63)
长颈 FOV 白兰地高人一等	(63)
突出爱心的“奇哥”广告	(64)
起死回生的象牙肥皂公司	(65)
启发读者广州日报赢得订户	(65)
美国广告大师的总督牌烟广告	(66)
箭牌口香糖的广告语	(67)
美国雷蒙集团总裁的六字箴言	(68)
三易牌匾的盛锡福	(68)
可口可乐的“使你一帆风顺”	(69)
两则擦鞋广告	(70)
美国电视广告歌曲之王的广告歌	(70)
美国 Grey 广告公司的“去波”	(71)
美国 OO 牌钢琴的两次广告	(71)
上海“水晶”净水器一则成功广告的策划	(72)

10 美金去一次中国	(73)
美国《时代》周刊的“睡不着觉”	(73)
香烟厂的“死人对火”	(74)
第三十八届国际广告电影节的头奖作品	(75)
改不吉利的“飘”为“乱世佳人”	(75)
美国运通信用卡的“一诺千金”广告	(76)
气死金庸	(76)
名牌出版公司的拉广告的广告	(77)
香港作家倪匡的“人头马一开，好事自然来”	(77)
各种方式都有好创意	(79)
日本亚洲大饭店的广告心理战	(81)
西冷公司与文汇报共创“中国广告一号”	(82)
“统一”方便面的广告策略	(83)
“美乐”广告信函满天下	(83)
巴黎一家商店存心出错的广告	(83)
香港汉堡公司的有奖广告	(84)
派克笔好打总统牌作广告	(84)
日本迪斯尼乐园让街上清洁工做活动广告	(85)
最高明的广告是媒体主动来帮忙的宣传	(85)
美国史迪威广告公告的厕所广告	(86)
日本“越后屋”的顾客乐意为其免费做广告	(86)
“连皇冠牌香烟也不例外”	(87)

“丰田”坐收“日产”的渔翁之利.....	(87)
美国人故弄玄虚的信函广告	(88)
洗车店的广告	(89)
“大象”上房广告掀起的购房热.....	(89)
濒临倒闭的公司起死回生广告	(90)
美国公司小题大作故意惊动新闻界	(90)
让人倒粘在天花板上的强粘胶液	(91)
可口、百事两大可乐的一个世纪的广告大战	(91)
巧将“魔鬼”译为“雪碧”的可口可乐公司	(92)
美国摩尔啤酒的品牌定位	(93)
尿出来的酒备受青睐	(93)
会钻空子的彩瓷广告公司	(93)
劝人脱帽的影院广告	(94)
美 ABC 公司“还是第二”的广告	(94)
美国人将圆珠笔改名为原子笔的广告效应	(95)
日本果酱一举占领台湾	(95)
广州的广告专送热	(96)
故事大赛的故事原来是人为的广告	(97)
广告救了太阳牌锅巴	(98)
荷兰飞利浦公司的电动咖啡壶广告	(98)
日本明治糖果公司奶瓶上的蛋糕广告	(99)
美国泰麦斯克的“拷打试验”广告	(99)
美国辉瑞制药公司的药品广告.....	(100)

热门的烟幕广告·····	(100)
美国海味餐馆的“牛仔大对虾”广告·····	(101)
美国开发的广告邮票·····	(102)
美国可口可乐打入香港的第一次广告·····	(102)
征集电话号码作广告·····	(102)
招待员身上写着菜单·····	(103)
金币粘上墙的胶粘剂广告·····	(103)
美国麦当劳汉堡包的广告攻势·····	(104)
K 饮料公司办一张“反对 K 饮料报”·····	(105)
大阪的“餐馆大王”作噱头广告·····	(105)
法国克隆堡啤酒打开美国市场·····	(105)
日本公司雇人当众议论自己的产品·····	(106)
德国奔驰汽车厂的博物馆广告·····	(106)
日本“美津浓”靠“缺点”发财的广告·····	(107)
诺贝尔的现场爆炸试验广告·····	(107)
现代公司利用奥运会让公司露脸·····	(108)
岛井信治郎做到艺妓月经上的广告·····	(109)
直升机空投“西铁城”·····	(110)
东芝公司让顾客亲手示范的摄像机广告·····	(110)
日本雄狮会社的一万个证人·····	(111)
东京 FI 广告社免费出借名跑车的广告举动·····	(112)
索尼为做广告而炮制的一则新闻·····	(113)
六家报纸广告版上同时刊出“天窗”·····	(113)

在秃头上做广告 花小钱收到大效果.....	(114)
摔茅台摔出了一个世界名酒.....	(114)
美国施福林公司让顾客自愿为其贴广告.....	(115)
索尼公司请人戴上“随身听”在街上穿行.....	(115)
年赚百万美元的汽车活动广告.....	(116)
挂有富豪矿泉壶彩旗的凯迪拉克车队.....	(117)
开张日请第一位来客剪彩并赠礼品.....	(118)
法国皮莫瑞香槟酒公司彩色广告堆中偏用黑白.....	(118)
冠生园的月饼何以受欢迎.....	(118)
牛仔大王的明星效应广告.....	(119)
充满魅力的法国香水广告.....	(119)
日本横滨龟田商店的“限时特价”广告.....	(120)
市场萧条时正是大赚的好机会.....	(120)
家用电器厂巧做活广告.....	(121)
保险公司用老太太做广告.....	(121)
雷达表在台湾风行的秘诀.....	(122)
德国总理施密特的脑袋成了活广告.....	(122)
《心事有谁知》一书的推销广告	(123)
招徕顾客的鞋型汽车.....	(123)
可口可乐的纪念广告.....	(124)
未来广告公司的“美女脱衣广告”	(124)
我是其他航空公司最痛恨的航空的公司.....	(125)
英航“全球最大的馈赠”	(125)

利用名人的馅饼广告.....	(126)
渔网作道具的活广告.....	(127)
有趣的睡衣漫画广告.....	(127)
富士胶卷铜铃标志的妙用.....	(127)
让顾客参与的美容品广告.....	(128)
“旁氏”打入广州	(128)
大众车的次品广告.....	(129)
利用顾客得奖心理使产品扬名.....	(130)
“与客共享”利益的台湾眼镜店	(130)
台湾老板假装忙碌的饭店广告.....	(131)
美《检查者报》的奇特广告.....	(131)
烟台啤酒“先声夺人”打入上海市场.....	(132)
上海的香烟广告大战.....	(133)
银行花巨资中断电视十秒种.....	(134)
日商靠购买名画获得巨大广告效益.....	(135)
推销胶水的奇特广告大战.....	(135)
 出色的广告就是诱惑	 (137)
日产汽车公司在美国的不见汽车的汽车广告.....	(139)
电视剧《空中小姐》——日航的广告骗局.....	(140)
台湾明星包娜娜的香蕉广告.....	(141)
让男棒球明星穿上女长统袜的广告.....	(142)
让消费者自己证实产品一部分功效即可.....	(142)

麦当劳的无声广告.....	(143)
雀巢公司总部大楼就是巨大的广告.....	(143)
用假“名人”做广告的花招.....	(144)
大众消费品的广告定位要低.....	(145)
王安电脑公司办培训班是无形的特效广告.....	(145)
征集广告的活动本身就是大广告.....	(146)
珀雷格农的品位形象.....	(146)
“贿赂”经销商的广告策划.....	(147)
抓住偶然事例大作广告的“永生”金笔.....	(148)
日本广告商在体育场地上的广告.....	(148)
斯特法内时装店不聘小姐聘大姐.....	(149)
苏格兰威士忌上带有“可以撕下来的标签”.....	(150)
美汽车骄子艾科卡推销“野马”汽车的策略.....	(150)
起用名将贝克尔树立费拉公司的形象.....	(151)
现身说法表演可强烈震撼消费者.....	(153)
加深印象的火柴广告.....	(153)
美国兰丽化妆品公司的累积印象广告.....	(154)
故弄玄虚的“买一送二”.....	(155)
山口百惠的“红鞋”.....	(156)
死人说话的水果广告.....	(156)
裸体的裤子广告.....	(157)
美国雪菲德公司的“肥胖女”模特儿.....	(158)
类似滑稽剧的灯泡广告.....	(159)