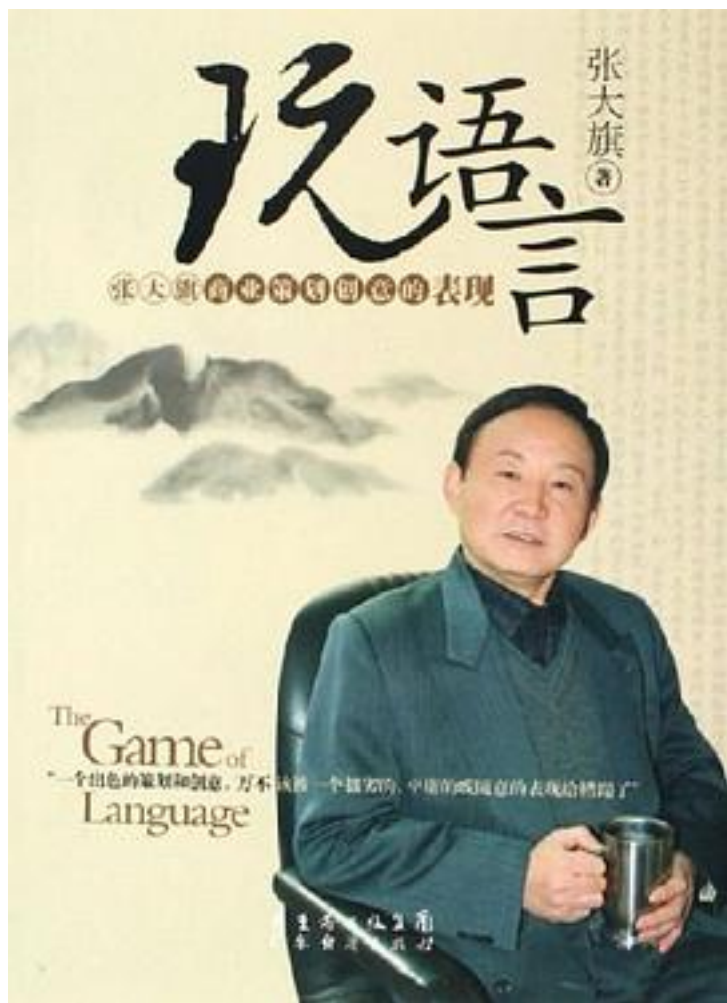


玩语言



[玩语言_下载链接1](#)

著者:张大旗

出版者:广东经济出版社

出版时间:2006-4

装帧:

isbn:9787807282563

这是我国知名广告人张大旗继其《出卖天机》、《细节时代》之后新近写就的一部商业文化类的专著，全书28万字，共分六个篇章：重在表现篇，旧文钩沉篇，感叹遗憾篇，

坐而论道篇，我行我路篇，末尾那一篇统称“附录”。新书海报称，《玩语言》是“中国第一本专谈表现的经典之作”，向读者展示了“语言商用难得的技巧”，是“商用语言少见的范本”，“在商者可读，从文者可读，求学者可读；王朔可不读，平凹可不读，秋雨可不读”。读者将书读罢，想必对此评语当会认可。

中国商界有很多优秀的策划人员和创意人员，图书市场也不乏可以一读的策划和创意类的专业书籍，但是专谈“表现”的图书却至今未见。《玩语言》可说是开辟了国内图书出版的一片新天地。

张大旗所谓的“表现”，是指将策划、创意这些思维范畴的东西最终用定型化的语言形式来“表而现之”。他以为，语言表现的重要性并不亚于策划和创意。他在书中用了大量鲜活的个人案例来提醒人们：怎样让“一个出色的策划和创意不被一个随意的、平庸的或拙劣的表现给糟蹋”。作者本人独特的从业经历，也证实学会了“玩语言”的确可以取悦于服务对象，让自己受用终身。

本书是作者多年来服务于国内各类工商企业的纪实性著作，风格一如既往，不猎“中外经典”之奇，不记道听途说之事，能给人耳目一新之感，仅此已足以区别于市场上那些人云亦云、穷炒暴炒的“编辑”之物。而且，文笔生动流畅，读来饶有趣味，令人不欲释手，堪称“轻松读本”。

作者介绍:

目录:

[玩语言_下载链接1](#)

标签

营销

社科

创意营销

策划

玩

评论

这会觉得我最近读书的状态很有意思：总是读到一半时觉得不过尔尔，读完之后一回想，又感觉可学之处很多很多。这本书是典型——看时认为里面的案例老套且缺乏吸引力，近读完时对时代背景的把握终于进入状态，自此倒是对它们佩服起来——在九几年能做到这个份上确确实实是相当精彩。

道行过浅、~

[玩语言_下载链接1](#)

书评

[玩语言_下载链接1](#)