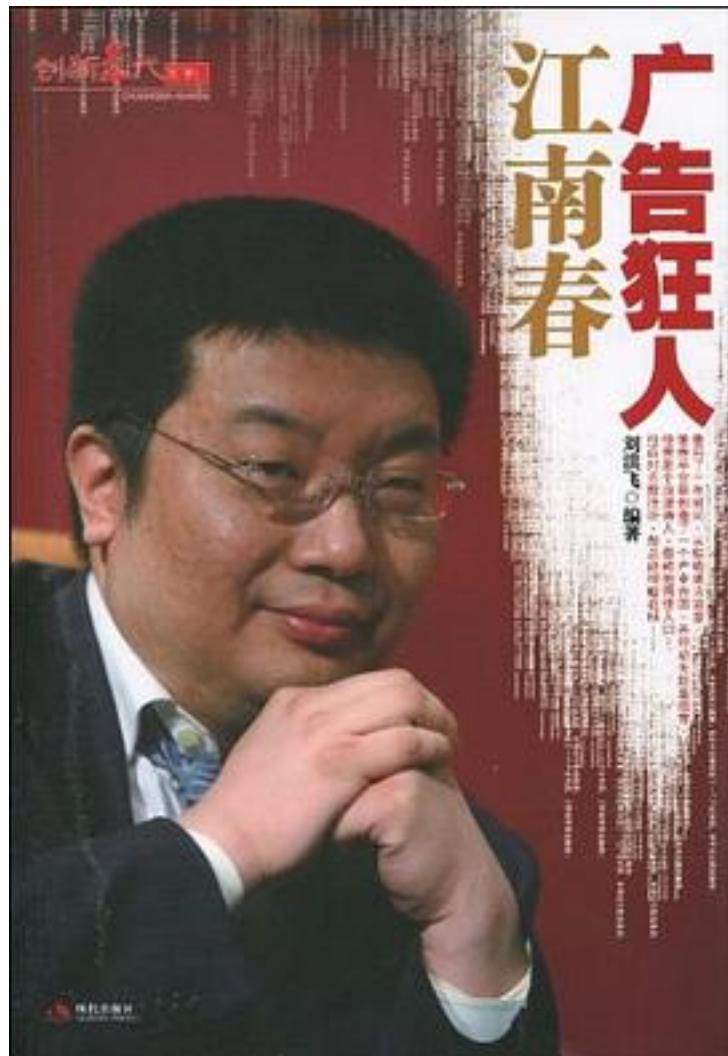


# 广告狂人江南春



[广告狂人江南春 下载链接1](#)

著者:刘洪飞

出版者:现代

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787802446700

《广告狂人江南春:创新年代》内容简介：一年“出轨”一次是道德的。创意面前生意是不平等的。创意创造生意。有创意的生意和没有创意的生意，最后的投资回报率相差得非常远。想像力创造你的利润率。颠覆性的创意更能制造财富是我的“成功理论”。

对传媒的利用不仅来源于广阔的市场空间，更来源于天马行空的想像力。没有想像力，市场只能是一潭死水，没有丝毫活力。

困境总会有的，困境中有很多因素是不可抗衡的，面对不可抗力我们更要坦然，因为即使失败，也是一种体验，而失败带给我们体验的强度会更高。要知道，经历大悲大痛，人生才会丰富。

一旦放弃，你将无法知道你离成功有多近。只有跨越这条界线，你才知道界线在哪里。

人才占有率就是市场占有率。只要积聚业内最优秀的人，这个世界便是你的。

财富其实应该只是一种力量和能量，它可以帮助你把梦想变成现实。创造财富是为了实现梦想，这个创造的过程才是一种享受。只能说，有了财富可能会离想要的生活更近些。但目前处在创业过程中，我的休闲娱乐时间非常少，这注定财富的消费与我无关。

在任何时候都不放弃对任何人传播。

行业只要不进入恶性竞争就好，大家都可以保持亢奋状态。

我的观点是，无聊的时空有助于为“有聊”提供创新的机会，但我还是觉得创意的来源与怀疑、颠覆最为相关。

媒体常说分众做的是无聊产业。没错，我认为分众现在取得的一点成绩主要是来自思考方式的转变。

这个世界变得越来越发达，同时由于发达之后导致很多人感觉无聊，当这个世界变得出奇无聊的时候，有些人就变得出奇聪明，把别人的无聊变成现金，这就是想像力。

作者介绍：

刘洪飞，广天响石领衔主笔。赢智慧策划编辑，毕业于清华大学，曾在《体坛周报》、分众传媒等公司从事管理工作。著有《“变态”江南春》、《投资教父沈南鹏》，参与经济观察报、和讯网图书策划工作。

目录: 作者序 江南春：变是永远的不变第一章

广告狂人江南春：一个创意60个亿的完美涅槃

一、从“夏雨诗社社长”到“传媒大鳄”

二、新媒体寡头江南春：“中国楼宇广告第一人”

三、按响纳斯达克“开市之铃”的中国第一人 四、国际传媒资本的中国宠儿第二章

成长的惊奇：“日子一天一天过，我在慢慢长大” 一、儿时的记忆：单纯而温馨

二、过往的岁月：一路诗歌一路梦 三、收获的喜悦：锐意进取

四、师大名人：美得冒泡的日子第三章 虚荣的校园诗人：“基因突变”结缘广告

一、告别抒情：“我决定做一个个体户” 二、改弦易辙：为还债涉足广告第四章

创意创造永怡：从诗人到商人 一、走自己的路：永怡传播

二、新契机：互联网带来的飞跃 三、再变：开启多元化战略第五章

灵感成就分众：从追赶者到被追赶者 一、开始：创意“无聊”

二、资本嫁接锦上添花：分众命运的转折点

三、分众“出世”：深耕“无聊”产业第六章

“阳光的一代”新富人：从“神话”到“帝国” 一、海外融资创造财富神话  
二、“跑马圈地”做大分众：视频媒体的双寡头之战 三、诱惑面前梦想更大  
四、借力资本：再演收购神话 五、玺诚改投：覆盖全国  
六、驶入快车道：打造全国最大的生活媒体群第七章  
“玩”转市场：整合营销下的价值实现 一、聚焦营销：目标永远只有一个  
二、借力打力：名利双收 三、最独特的方法是最有效的  
四、“眼球”营销：品牌崛起三部曲第八章 永远的“变态”：危机激发模式创新  
一、同质竞争和为策 二、巅峰所至暗藏危机 三、扩张之罪危机公关  
四、未来挑战开疆辟壤第九章 “变是永恒的不变”：颠覆传统掘金有道  
一、纯粹，并赚着钱 二、投资：谨慎绝非保守 三、创新源自颠覆性思维  
四、招揽人心浪里淘“金” 五、做产业的战略构架师  
六、改变的方向：新媒体的六大趋势 七、做引领未来的人，永远先行一步  
八、联手新浪：不超出常人意料不叫变第十章 真实江南春：没有赌性的赌徒  
一、胆小的江南春 二、幸运的江南春：出头因为遇“贵人”  
三、幸福的江南春：诗歌没了，爱情却没远去  
四、想当闲人的江南春附录一：江氏语录附录二：江南春之路  
· · · · · (收起)

[广告狂人江南春](#) [下载链接1](#)

标签

传记

营销

管理

江南春

广告

经管

社会

生活

## 评论

创意营销的绝好案例，充分阐明了新闻学的许多原理。只是这本书写的不怎么样，语句翻来覆去，也有避重就轻之嫌。

（以《分众的蓝海》为母本，以时间为线索的内容扩充。大概扫了一下，很多段落内容完全一模一样。）我相信我错怪了这本书，作者刘洪飞毕业清华，曾任职体坛周报，后曾在分众从事管理工作。写过刘永好、沈南鹏的传记书。所以，我可以大概的认为，《分众的南海》和《江南春：创意创造生意》两本书其实是出自刘洪飞之手，只是当时其就职于分众，这种明显的公司软文不太适合以他名义出（或者说他是最重要资料的提供和整理者）。三本书中，看这本书就够了。这书出版于江南春通过定增重新做回分众第一大股东之后，为回归造势的迹象明显。不过能够获得一些更加细微的江南春的为人和对行业的看法，可以一读。对于现在的分众，套用江南春那句话：也许我就是个写诗的文学青年蜕变而来的做生意的小资青年，所谓江山易改，本性难移。所谓继续收割，赚钱融入血液。

快吃慢。必须比别人快一步！

前段的童年成长很烂，重点描绘在入行的内容，里面涉及到了比较专业的广告知识，已经收集在册了

了解分众传媒的发展，江南春报送到华师大，大二竞选学生会主席，大学多次谈恋爱，可是在经历美女的势力之后，对赚钱渴望让它进入了广告界，他的诗人身份让他在这个行业如鱼得水，发现电梯广告这一商机让他迅速发展壮大；早年的恋爱高手却晚婚，亿万富翁过着较为节俭的生活，这就是强人的强大之处，有目标有定力！！！

[广告狂人江南春 下载链接1](#)

## 书评

就是太年轻，很多事情没有看清楚就动手，结果不尽人愿。。当然还有背后的风投在作怪。。 [www.136868.com](http://www.136868.com) 溜达旅游网

[广告狂人江南春 下载链接1](#)