

<<广告顽童>>

图书基本信息

书名：<<广告顽童>>

13位ISBN编号：9787218067896

10位ISBN编号：7218067891

出版时间：2010-9

出版时间：广东人民出版社

作者：黑马大叔

页数：275

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广告顽童>>

内容概要

我的博客在新浪，叫“黑马大叔”。

在网上，一般人都穿马甲，用的是自己喜欢又有点拽或很拽的名字，而名人都裸体，基本用真名。黑马大叔穿的是皇帝马甲，穿了等于没穿，有什么逗逗花柳，博友们群起嚷之，更有暗藏的“阶级敌人”和“不明飞行物”直戳死穴，要命。

“黑马大叔”博客开在2006年6月1日，属于后起之博，当时注册博名时几乎所有与我名字有关的名都被注册了（拼音）。

比如：张小平、小平、黑马、黑马大叔等，后来拼音用了“黑马小平”，中文用了“黑马大叔”。

唉！

搞迟了。

其实我也算得上是中国最早在网上开博的人，但那时不叫博客，叫专栏。

那是2001年9月的某天，我在中国广告网开了一个叫《八卦广告》的专栏，后来又增开了一个叫《左八右八》的专栏，再后来更出了书。

查一查2001年网上的记录，如今在新浪排前10名的老徐之流那时都在哪里？

大红大紫也就是这三年左右的时间。

在中国广告网开专栏我还算执著，平均每周两篇稿子，一直坚持到2006年在新浪开博后，才把《八卦广告》并到了《左八右八》的专栏。

可惜啊！

这执著是在一个广告的专业网站，而且当时多是文章上网，网上并没有互动的功能，所以一直门可罗雀。

开博是源于新浪的启蒙。

2006年5月的某天，在新浪赞助的广州4A年轻广告人创意大赛的答谢晚宴上，我接受了新浪华南渠道总监于明丽的博客启蒙，而且就在开博后的第三天，她还特别让我的博客破格升为名人博客。

所谓的名人博客，也就是拥有一个属于你的博客名字，对于一般网友来讲，这绝对是天大的喜讯。

这么说吧，普通人开博，网站开始只给你一串数字作为博址，你的感觉就像与囚犯一般。

你在通知朋友上博的时候，不是叫人家按你特别的网名上，而是列出一串数字叫人家上，多像是囚犯的号。

哈！

<<广告顽童>>

书籍目录

自序一个英国来的美眉老同学魏小明和吴冠中老师29年前的合照院花冯梅老师来信庆祝母校50岁生日
 哭之笑之送廖老到廖冰兄家鞠躬两张老照片廖冰兄是一本“书”两把轮椅的眼语她在大叔手上死去大叔
 遇上了老顽童新疆广告腕爷——谷文通胶片杀手——魏子立陈永锵六十大寿到香港看林风眠画展为
 张晓岚造像到长沙找合作伙伴大叔和高文安中国广告名人之前世臆断前世之缘30年前的广州工人业余
 画家聚会喂!嗨佬韩子定纪文凤兰州拉面排队买Lv的包选泡温泉的女模特康戴里(antalis)变脸喜宴设计
 公益贺年卡没钱干否?中国设计“官奸为患”柯以敏如何变成李宇春黑马窝里的爱情黑马诞生记看电影
 《伤城》满城尽看大波妹电影《疯狂的石头》一封婉拒比稿的信冷雨中的微笑抓小偷示众“做烂市”
 如“做公厕”挑刺“真功夫”谁在忽悠13多亿人?正装·西装中国平面设计圈咋了香港广告人咋了今天
 牛日当代中国审美的没落软势力发出的信号得个世界和得个枯*陈向京的困惑一个设计人的困惑搭建
 中国动漫最高平台情陷技院“坐诊”到广州美术学院教书挑战视觉教学极限途经湖南大学回话赵健对
 话赵健主持研究生答辩会是讲答,不是答辩一份硕士学位论文学术评阅书看硕士论文答辩会2007广美
 硕士学位论文答辩会提问实习生结业留言相本有缘,感恩有心问话黑马大叔广告获奖为哪桩看《2006
 年中国广告作品年鉴》长城上看狗年烽火第十四届中国广告长城奖/作品点评第十四届中国广告长城
 奖/平面评审第十四届中国广告长城奖/广播评审第十四届中国广告长城奖/影视评审关于第十四届
 中国广告长城奖几点建议第十四届中国广告长城奖评审结束/猛料文字第十四届中国广告长城奖/评
 审观察中国广告长城奖/评审感言登泰山观长城联广征高手联广征高人有“智”者,事竟成莎拉波娃
 之火达彼思之米缸龙吟榜之旧东西龙吟榜之福禄寿龙吟榜之薯条耕地生路,仅此一条!出手凶狠,令
 人闻风丧胆点评“2007广告人·中国·案例奖”四案评时报华文奖手记/影视广告句评时报华文奖手
 记/平面广告句你的创意有毒吗?就是要出头四个代表在示爱有人在忽悠中国元素“中国元素”约稿函
 中国鬼东西坐中国元素沙发旁听生手记来自亚太广告节的惊喜“世界之星”评选的四项原则实验性与
 完整性一纸成型,有销售感染力的包装实验就是要突破陈规《华人设计100人(团队)》问答选I)EY中
 国尖子《地铁永通榜》开榜宣言地铁永通榜广东,加油!广协铁树开了花广州又走先了一步广州花市谁
 与争锋放个创意的风贺佛山广告中国元素类图书出版的创举白夜北欧版面构成的天书平地之下之书后
 记

<<广告顽童>>

章节摘录

插图：长城奖的评委基本上是由上层推荐和指定，近十年来我推荐的广东评委有：胡川妮、李明、柳军、吕曦、谢晓萌。

到现在来看他（她）们个个都是耀眼的星辰，对中国广告各自都起到了历史的推动作用。

以前中广协通知我当评委，我都会问谁点的名，如果不是时学志点名，我一定推荐广东其他英雄上。

我一直认为，参加长城奖的评审，能看到是年中国整体的广告水平，能和这么多高手过招，回到基层后，一定会对本公司和本地的创作水平起到推动作用。

一个地方的进步不可能依赖某一个人，一花独放不是春，百花齐放春满园。

如果一个地方多些评委上，那么这个地方的进步就会更加明显。

这也是为什么我从第六届出任长城奖的评委，到第十六届才只出任了七、八届的真正原因。

也是长城奖的荣誉，各地的父母官也有因评委名额给主办方领导压力的，这也正常，不影响大局的前提下，适量的多元对长城奖不无好处。

评委的选定只要考虑两个问题：一是结构，二是性质。

结构涉及业界和学界的比例，新评委和老评委的比例，不同评委背景的比例和特别背景评委的比例。

从这三届评委构成来看，这问题好像不是问题了。

评委性质倒是值得提出来讨论。

长城奖的评委选择有两条路：一是按权威性来选评委。

能当评委的主要是三山五岳有料的山寨王、当职大员，其他人选次要考虑，考虑的是各地专业势力的平衡和扶持导向。

二是不考虑三山五岳的势力，只按广告专业依承的延续考虑。

比方说，在每一代的排名找出前20位的精英，一代一代的按表现推选评委。

从长城奖的整体考虑，我以为一选是合适的，我曾经推荐进长城奖的广东评委，其实就是广东三山五岳的山寨王，长城奖之所以称作泰山，是因为吨位够大。

要单纯地比所谓的专业，那是阿里山或太平山的奖，泰山自有泰山的样子。

大叔突然当自己是长城奖的主事，点指兵兵地也不怕世人耻笑。

后记

这本书两年前就应该出了，就是因为出版社责任编辑大人把书看得太重，一个要把结构调整的指令足以让编辑工作折腾了一年多。

如此负责责任编辑，居然还有。

这当然不是本盖棺论定的书，别以为这本书就可以尽阅大叔的全相，尽管书的名堂好像很大，尽管书名好像就是大叔的一生。

哈哈！

如今书的包装大概都是如此德行，嚷得震天，东西还是那东西。

这也是时代特色吧！

也不能全怪是书的经营，只要涉及商品、买卖、市场大都会如此操作。

<<广告顽童>>

编辑推荐

《广告顽童·黑马大叔》是由广东人民出版社出版的。

<<广告顽童>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>