

《冒尖》

图书基本信息

书名：《冒尖》

13位ISBN编号：9787229022303

10位ISBN编号：7229022304

出版时间：2010-6

出版社：重庆

作者：刘林

页数：219

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《冒尖》

内容概要

《冒尖》是一本以现实职场案例作为蓝本的，描写创意人工作、生活、与爱情的小说，是集商战、言情、人性描写为一体的作品。

HEF（海尔法）公司创意部小职员焚书在失恋之后，心情失落，此时，公司新来了大美女总监作为焚书的上司，这个大美女超强的工作能力以及时尚的生活态度让焚书大感兴趣，而此时，强力竞争对手BBT公司的强势进入导致了顶尖创意公司之间的商战，而HEF公司的内部同事之间也面临了下岗裁员危机下的竞争，鹿死谁手，不得而知。

小说用诙谐幽默的语言，把看似美丽的爱情和人性写的发人深思。同时，小说选取了几十个生动传神的创意案例，真实展现了创意人颇具压力的生活，把职场、商场斗争的残酷也写的淋漓尽致。

作者简介

刘林，笔名焚书煮月。男，生于1975年7月山东济南人。

1997年年毕业于经济贸易管理专业。曾先后供职于国企，外企，大型民营集团，从事过从文案到企划总监的全程策划人岗位，擅长连锁企业的战略企划工作，有多个行业的成功案例。

作者自幼爱好文学，自14岁起开始在媒体发表文章，出版过可作为职场入门指南的小说《职场风雨飘》，有人戏称其为“职场教父”。

《冒尖》

书籍目录

引子：第一章：初见的火焰第二章：另类的邀请第三章：走神的违章第四章：香烟导火索第五章：青春的回忆第六章：美女总监的威严第七章：美丽的童话第八章：三角周旋第九章：周年庆典的创意第十章：跟踪来的秘密第十一章：对手的名声第十二章：梦境第十三章：想想想第十四章：意料之外的平局第十五章：生日礼物第十六章：化妆舞会和头脑风暴第十七章：特殊的婚礼第十八章：裁员下的压力第十九章：内斗的结果第二十章：心事第二十一章：失身的美女第二十二章：有一种脆弱第二十三章：空难里的情话第二十四章：底线第二十五章：约会第二十六章：醋坛子第二十七章：商战中的圣诞节第二十八章：离职第二十九章：重修旧好的友谊第三十章：身在圣域第三十一章：尴尬的准女婿第三十二章：摊牌第三十三章：大结局

《冒尖》

媒体关注与评论

这部作品带着焚书煮月一如既往的风格，商战写的精彩，文笔老道且幽默，书中的创意案例，做策划和创意工作的朋友大可借鉴一把。 --著名培训专家、《输赢》作者 付遥 创意人的真实生活，匍匐前进还不时要做俯卧撑，创意人在职场那些事写绝了：困难重重还要想办法破茧而出，面对这个利益的社会，最终切莫迷失了自己，在这本书里，我看到了阳光。 ---资本市场研究学者、《推背图》作者 雾满拦江 这部小说真实展现了创意策划人员的生活，虽说语言调侃，有些玩世不恭的味道，但仔细体会，却能发现作者向大家传递出一种发人深思的震颤—面对压力，逆水行舟唯有奋力前行。 --资深人力资源高管、《猎头局中局》作者 萧东楼 这部作品中最吸引我的是创意过程以及客户比稿、内部比稿的描写，就一个字：真!我是干咨询策划这行的，以门内汉的身份告诉大家，写的还就是这么一回事！ --著名策划机构总经理、《渠道无间》作者 师小东

《冒尖》

编辑推荐

《冒尖》是一部展现广告创意人“无限激情&有趣生活”的智慧型幽默职场小说。 一本献给不做菜鸟，拒当奥特曼的职场新人的上位秘籍。 著名培训专家、畅销书《输赢》作者付遥力荐：广告创意人必读的创意蓝本，非广告创意人必读的职场宝典。

《冒尖》

精彩短评

- 1、看的出来他没有用心，也是江郎才尽了，写的那些东西基本拼凑，没有真正体现策划的精髓，策划不是随便运用现实生活中的几个真实产品的对决，而是讲述如何体现巧妙运用策划来实现营销过程！四个字，胡编乱造！
- 2、相对而言，该作品是就刘林所有作品中不太成熟的一部，简单通读一遍后不太能理清头绪，收获甚微。
- 3、没什么好内容，没有实战性，没有指导性。纯粹小说，浪费时间
- 4、职场的爱情。

1、相对于许多书封底扯淡的名人推荐，这本书的推荐还算能让人接受这本书的亮点就是穿插在书中的许多广告创意，让人能学习到一点东西，换个角度来看广告。小插曲 王雅的自杀令人有点惋惜吧

2、逛书店偶然发现了一本叫做《冒尖》的小说。说是偶然因为这本书低调的很，在搜索引擎搜索，仅仅只有几条的信息，在书店丝毫不起眼的角落里，发现了这本上市仅仅2个多月的“新书”。在每年出版上万册新书且被书商不遗余力的进行推广的手段里，名不见经传的一本书彰显出它的另类，而它的名字竟然叫做《冒尖》，这不得不说是是一种反差，或许冥冥之中有些事情是讲缘分的，人和书也有这种缘分，看到书封面上畅销书《输赢》作者付瑶先生力荐，到“行业异想天开，职业精灵古怪、商战火花四射、爱情匪夷所思”的宣传语，调动了好奇心，促使我把这本书买了下来，而仅仅用了一个晚上，就在轻松的氛围中把书读完了，偏门且精彩，是合上书之后最大的概括。借用老子一句名言，道可道，非常道，凡是可以说清的门道，都不是道，这本书偏门在它并不是传统意义的职场小说或者言情小说。书里写的行业和职业是属于广告策划人的，这是个被大众听说过却并不深知内幕的职业，在书里，你学不到职场新人上位的秘笈，也不可能去复制书中提到的广告创意人的创意，真正复制了，那叫做抄袭，所以，借鉴这两个字，跟本书无缘，所谓开卷有益，根本无从谈起，而至于想看言情小说的，你看不到催泪般的你死我活，也看不到所谓海誓山盟，书中的爱情另类又匪夷所思的把一个职场小白领的“小”“狭隘”“自私”写的入木三分，而正是这种偏门，却让本在都市生存的我们，能够体会到一种真正的“人性。”可能有人要说了，要故事没故事，要借鉴没借鉴，那这本书让读者看什么？其实很简单，读者看的是“门道”，这种门道是只能靠“悟”来实现的，不奢求顿悟，但是可以“感悟”。面对裁员危机，同事之间的尔虞我诈在阳光的照射下，变得如此的渺小；面对着甲方客户挑剔的要求，用什么样的心态去激发斗志从而设计出更好的广告创意；面对竞争对手，也许“合作”才是唯一出路；面对充满诱惑的多角恋情，不仅仅只有放弃才是最好的解脱。这些，属于生活，属于有阅历的人，这些东西跟我们社会上所倡导的价值观，道德观，并不矛盾，因为整个人生的旅程并不仅仅只有彩虹，也充满了泥泞。真正的道和德，本就没有评判的是非标准，道其实说开下去是人们把握事情发展规律的方法，德说开下去是围绕发展规律方法的一种修炼，方法也好，修炼也罢，过程曲折。我认为《冒尖》这本书的偏门，恰恰是对于道和德层面的深刻提炼，由此，妄加判断，正是这种“淡定”使得这本书只给能发现它真谛的人来看。翻到最后，才想起看一下作者的简介，果不其然，作者是一个商人，一个出版过五本财经作品的商人，而并非真正的文人，我想，作为一个在商场拼杀多年的商人，他一定更明白怎样去游刃有余的向大众传递自己的思想吧。好东西是需要有一双美丽眼睛的人去发现的，《大话西游》历经票房惨败之后方成为经典。《东邪西毒》在更多的人读懂了江湖之后才发现它的唯美，《狼图腾》也曾屡遭批判，最终成为标志性的作品，相信真正有见识的人，知道怎样真正的去冒尖。

《冒尖》

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：www.tushu000.com