

<<你想到的都是错的>>

图书基本信息

书名：<<你想到的都是错的>>

13位ISBN编号：9787506031080

10位ISBN编号：7506031086

出版时间：2008-04-01

出版时间：东方出版社

作者：郎咸平（等）

页数：179

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>

<<你想到的都是错的>>

前言

我最近在各地演讲时，现场观众反映说，我的最经典语言就是——“只要想到的都是错的，只要学到的都是表面的”。

每当我通过案例解释这句话的时候，现场观众一定会哄堂大笑。

举例而言，大家认为，广告的目的是什么？

如果你的答案是提高产品知名度或企业知名度的话，那你就大错特错了。

因为你想得到的答案基本上都是错的，广告的本质目的是体现产品的一种精神。

例如运动服的广告就要体现运动精神。

李宁体育用品公司1999年聘请瞿颖担任形象代言人，瞿颖当然可以提高企业和产品的知名度，但她不能体现该品牌背后的运动精神，结果李宁公司1999年的销售额剧跌。

这说明了广告不只是提高知名度这么简单。

此外，中国企业希望利用中国价格低廉的劳动力配合国际品牌和技术而实现国际化的企图也遭到惨重的打击，明基收购西门子手机部门和TCL对阿卡特尔以及汤姆森的收购和合作的全面失败就是最好的例子。

读者可能要问我，难道廉价劳动力配合国际品牌或技术的思维是错的吗？

我的答案很清楚——一只要是这些企业家想到的都是错的，因为国际化成功的本质和廉价劳动力以及国际品牌的结合无关。

读者一定会问我“那么应该如何想才不会错呢？

”答案就是——“你的想法要符合行业本质”。

读者肯定还会接着问我，为什么学到的都是表面现象呢？

举例而言，李宁公司在2002年进行重组，决定聘请足球运动员李铁等人担任形象代言人，因为李铁比瞿颖更能体现运动精神。

当时李宁公司喊出了一句新口号“一切皆有可能”，可是李铁加入英超球队之后，表现大失水准。

李宁产品的口号和代言人之间根本无法画上等号，因此难以使消费者体会到运动精神的“感觉”。

耐克和阿迪达斯的成功就是通过形象代言人表达出其产品的运动精神的“感觉”，而不仅仅是聘请运动员担任形象代言人就等于运动精神那么简单。

如果你不理解“感觉”的重要性，简单地以为请个运动员作形象代言人就能体现运动精神，那就是我所谓的——“学到的都是表面现象”。

因此运动服和运动鞋行业的本质就是给消费者一种“运动精神的感觉”。

说到这里，读者阅读本书的兴趣肯定就来了，所以下一个问题就是，耐克是如何通过运动员体现符合行业本质的“运动精神的感觉”呢？

我再举个例子，各位读者知不知道为什么欧美国家从不认为我们是体育强国呢？

因为我们田径赛的成绩是很差的，而西方国家认为体育强国必须在田径项目上拔得头筹，但田径赛却是我们亚洲人的弱项，这也是我们亚洲人尤其是中国人心中的隐痛。

耐克在雅典运动会前夕为刘翔制作了一段广告，广告一开始就是三个定律——亚洲人肌肉没有爆发力，亚洲人成不了短跑飞人，亚洲人没有必胜的气势。

当作为亚洲人的我们心中感到极其不爽的时候，镜头一换，广告指出——“定律是用来打破的”。

结果刘翔一冲拿到了冠军，完美地演绎了耐克的口号——“发挥潜能”——刘翔的成功正是“发挥潜能”的表现，“运动精神的感觉”马上表达出来了。

我开个玩笑，如果刘翔冲到了终点拿到了冠军，双手一举，矿泉水往头上一浇，然后大喊——“我最爱x x x”，那么你一听就什么感觉都没有了。

这个案例清楚地告诉我们行业本质的重要性。

因而，不理解行业本质的企业决策基本上都是——“只要想到的都是错的，学到的都是表面的”。

我关于行业本质的观点最近对企业造成了极大的冲击，举例而言，《模式》一书中提出服装行业的本质是“快”。

2007年4月份，我在珠海演讲的时候，主持人意外地向全场观众宣布——珠海威斯曼集团2006年听完郎

<<你想到的都是错的>>

教授的演讲后，今年成功地将设计、生产、物流到销售的时间由过去的180天降到15天，现场一阵掌声。

各位读者要理解，前导时间从180天降到了15天的最直接效果就是大幅减少库存资金的积压，提高了利润率。

更有启发的是瑞典名牌H&M也主动找到威斯曼集团洽谈合作。

读者由威斯曼的案例可以知道我谈的不是理论，而是具有高度操作性的行业本质的方法论。

行业本质的概念是个全新的理念，过去从没有人直接地提出过。

因此，对于大多数读者而言，它是个陌生的观念，但是读者的反应却极为热烈。

我收到无数的问题，询问我不同行业的本质是什么，其中一个媒体的问题如下：“郎教授，您在《本质I》和《本质》中对于电影业、娱乐博彩业和广告业，运动服装、鞋业、咖啡连锁店业和化妆品行业的‘行业本质’分析，大多与精神因素、消费体验有关，那么中国更多的仍然在价格、渠道、资金上竞争的行业，例如家电、手机、电脑、普通服装、餐饮等等，似乎现阶段从业者还无法把重心转移到精神因素、消费体验上面。

您如何概括它们的行业本质呢？

”此外还有媒体问我在《思维》一书中谈过的LG以及它在2005年之后采用的“蓝海战略”和我在《科幻》一书中谈过的三星的垂直整合与行业本质相比，到底哪个重要。

此外，瑞典服装名牌H&M继西班牙的ZARA之后在2007年4月份登陆上海，而且正如同我在《模式》中的预期一样，它们以超低价、超流行款式带来了新旋风。

因此，很多读者建议我再谈一谈服装业，包括我曾经在《模式》一书中谈到的快速时装和我从来没谈过的名牌时装。

为了本书前言的完整性，我在《本质I》和《本质》前言的基础上进一步发挥。

今天企业所面临的问题，已经不是国有企业、民营企业谁好谁坏的问题，而是国有企业和民营企业的竞争力一起大幅度衰退的问题。

以往专家、学者所倡导的是国退民进，但这不能解决国企问题，中国的总体竞争力竟然随着市场化和私有化的逐步加深而出人意料地恶化。

根据洛桑国际管理发展学院发表的中国总体竞争力(包括经济表现、政府效率、企业效率、基础设施四大指标组成)报告显示，2000年以前中国的总体竞争力大体与菲律宾、巴西、希腊等国差不多，但是2000年以后差不多跟捷克、匈牙利、波兰、泰国处在同一个水平，还比不上智利、比利时、马来西亚这些小国。

这些数据显示，这几年政府所推动的民营经济似乎不能带动总体竞争力的发展。

中国企业家所面临的问题到底出在哪？

我认为我们这个经济体系本身有几个严重的问题需要解决。

<<你想到的都是错的>>

内容概要

《你想到的都是错的：本质》是郎咸平教授“本质”系列的第四部。作者对餐饮业、动漫产业、快速时装和顶级服装业的行业本质进行了深入的分析，并以大量令人信服的数据为基础，对如何在这些行业中立足与发展进行了剖析与总结。

总体来看，本书的四个部分既个性鲜明，又能始终以“行业本质”这一根主线贯穿其中；在整体风格上，既延续了“本质”系列的一贯务实作风，又能够反映这四个行业自身的独特魅力。

本书将告诉你如何抓住以下四大行业的本质，并在竞争中拥有不败的制胜法宝：有什么诀窍可以帮助你站在餐饮业站稳脚跟？

——准确地传达饮食体验，平衡其与定价之间的关系！

中国动漫业如何才能夺回被外籍军团占据的市场？

——刺中观众的神经！

服装企业怎样才能创造另一个ZARA式神话？

——除了“快”还是“快”！

随着奢侈品消费新势力的产生，中国何时拥有自己的顶级品牌？

——更准确的“女性化”定位、更多元化的选择、更时尚化的创意！

<<你想到的都是错的>>

作者简介

郎咸平，美国沃顿商学院博士。
曾任沃顿商学院、密歇根州立大学、俄亥俄州立大学、纽约大学和芝加哥大学教授。
现任香港中文大学教授。
被公认为是公司治理方面的顶级学者。
中文著作有《操纵》、《整合》、《运作》、《思维》、《标本》、《科幻》、《模式》、《突围》、《误区》、《中国式MBO》、《本质 》、《本质 》、《本质 》等。

<<你想到的都是错的>>

书籍目录

前言企业家所面临的第一个冲击——自由经济企业家所面临的第二个冲击——国际化企业家所面临的第三个冲击——高风险企业家所面临的第四个冲击——认不清行业本质关于行业本质的案例研究致谢

第一编 餐饮业的行业本质第一章 中国餐饮业的历史与现状一、中国餐饮业的历史二、中国餐饮业面临的现状第二章 什么是餐饮业的行业本质一、行业本质的推论二、研究数据的收集和研究方法三、是有形体验使餐厅的定价得以提升吗四、无形体验的推论第三章 个案分析一、连锁快餐厅二、特色餐厅三、高级特色餐厅四、顶级特色餐厅第四章 理论实践及证明一、餐厅类型如何影响定价二、以谭氏官府菜为例三、以俏江南为例四、小结第五章 总结附录附录一：“大众点评网”关于上海餐饮市场有形体验的数据分析附录二：“大众点评网”关于上海餐饮市场六个类型餐厅的人均消费比较附录三：“大众点评网”关于上海餐饮市场六个类型餐厅的性价比比较

第二编 动漫产业的行业本质第六章 美国动漫作品的特色一、美国式英雄主义二、利用动漫特技制造逼真感与震撼力三、刺中观众幻想的神经四、英雄配美人第七章 日本动漫的特色一、细致的角色、造型及场景设计二、借助超现实的想象空间，以满足观众的幻想第八章 中国动漫的不足一、缺乏创作力二、画技平凡、欠缺吸引力第九章 总结

第三篇 快速时装业的行业本质第十章 社会形态变化——M型社会的形成一、日本二、美国三、中国四、M型社会的启示第十一章 社会形态变化带来的奢侈风气一、名牌对青少年的吸引力二、奢侈风气的启示第十二章 社会形态变化带来的浮躁心理一、M型社会的浮躁心理二、浮躁心理的启示第十三章 社会形态变化小结第十四章 M型社会需要平价产品一、ZARA的平价策略二、H&M的平价策略三、平价的原因四、平价的其他原因五、成本效益——H&M与ZARA之比较第十五章 奢侈风气要求设计时尚一、ZARA的时尚设计二、H&M的时尚设计三、H&M与ZARA的设计比较第十六章 浮躁冲动性消费：款式多变一、款式多变：ZARA二、款式多变：H&M三、ZARA与H&M的款式比较第十七章 销售策略一、ZARA的销售策略二、H&M的销售策略第十八章 总结

第四篇 顶级服装业的行业本质第十九章 顶级服装业各品牌的女性化特质分析一、主要品牌的定位与目标顾客二、品牌与奢侈品三、顶级服装业的公主：安娜苏第二十章 总结附录 郎咸平教授与媒体的对话

<<你想到的都是错的>>

章节摘录

第六章 美国动漫作品的特色 美国的动漫作品较其他国家的动漫作品而言，其动作流畅、情节想象力丰富，而且通常多运用高科技拍摄手法。

概括起来，美国动漫的特色不外乎这四种：“美国英雄主义”、“利用动漫特技制造逼真感与震撼力”、“刺中观众幻想的神经”和“英雄配美人”。

一、美国式英雄主义 美国一向以“世界警察”自居，从第二次世界大战、朝鲜战争到越战，我们就可以看到这个特点。

而这种特质亦影响到美国的文化，我们可以从它们的动漫作品中看到这个特点，很多美国动漫作品的成功正是满足了美国人渴望有英雄挺身而出维护世界和平的幻想。

最著名的例子莫过于《蜘蛛侠》（Spider Man）和《蝙蝠侠》（The Batman）。

蜘蛛侠是《惊奇漫画》（Marvel Comics）的超级英雄。

它以动漫连环图形式于1962年8月初次登场，故事描述主角彼得R26；帕克（Peter Parker）在一次课外活动中意外被一只受过放射性感应的蜘蛛咬伤后，获得具有蜘蛛一般的特殊能力。

改变彼得R26；帕克的一生，使他决定成为蜘蛛侠的关键，就在于他的叔叔遭人杀害，彼得R26；帕克认为那是他的错误。

因此，他选择成为蜘蛛侠来拯救更多的人。

蜘蛛侠拥有很多超级能力，例如手指有吸附作用，能够像蜘蛛般在墙上行走。

他也能够制造结实而带有黏性的蜘蛛丝，从而编制成蜘蛛网。

蜘蛛侠正是利用这些特殊能力来对抗动漫中的反派的，如绿魔（Green Goblin）、八爪博士（Doctor Octopus）和沙人（Sandman）。

蝙蝠侠诞生于1939年5月的《侦探动漫》（Detective Comics），他是一个伸张正义打击罪犯的超级英雄。

故事描写了富商布鲁斯R26；韦恩（Bruce Wayne）因为父母被枪杀而受到心灵创伤。

在父母去世十年之后他开始周游世界，并先后在欧洲及东方接受武术和刑事侦缉等各种训练。

后来他化身蝙蝠侠，把自己的恐惧转换成打击犯罪的动力。

因为布鲁斯R26；韦恩的富商身份，使他能够制造出很多的超级武器，例如刀枪不入的蝙蝠车、蝙蝠飞镖等。

而蝙蝠侠正是利用这些武器和自己对抗罪恶的天赋来对抗动漫中的反派的，如小丑（The Joker）、稻草人（Scarecrow）和谜语人（Riddler）。

基于动漫作品的成功，蜘蛛侠和蝙蝠侠都先后被改编成电影，而且大受欢迎。

这类英雄主义动漫通常有一个特点，就是主角都是孤身一人，都以超能力或超级武器对抗罪犯，拯救他人。

在阅读这些动漫作品时，观众可以将自己想象成主角，从而使自己成为英雄的幻想得到实现。

二、利用动漫特技制造逼真感与震撼力 美国动漫作品受欢迎的另外一个原因就是它能够利用先进的计算机动漫特技制造出逼真与震撼的效果，使观众沉醉于超现实的幻想世界中，满足其对不可能的事的幻想与渴望。

以2003年推出的《海底总动员》（Finding Nemo）为例，导演安德鲁R26；史斯坦顿（Andrew Stanton）回忆起小时候看着鱼缸时的情景时，他说当时总是在想：“被困在这个怪怪的玻璃箱中的这些小家伙是否急着要回家？

它们想过逃走吗？

”就是这个奇想使安德鲁制作了《海底总动员》，故事是描述一只名叫马林（Marlin）的小丑鱼寻找失踪的爱子尼莫（Nemo）的故事。

海底总动员的制作公司——皮克斯动漫制作室（Pixar Animation Studios），将计算机动漫的特技运用到七彩缤纷的海洋世界中，他们把一向被业界认为最难体现的形态——水，逼真地呈现于观众眼前，让观众经历了一次满载欢笑、刺激好玩的海底历险。

这部动漫作品成功地刺激了观众对逃离现实、历险、奇遇的幻想。

<<你想到的都是错的>>

舆论对这套动漫有非常高的评价，《好莱坞报道》（Hollywood Report）的影评这样评论道：“爆笑幽默海底奇遇！

震撼数码特技海洋世界！

”这部动漫作品叫好也叫座，《海底总动员》在美国上映之初就刷新票房纪录，首映三天票房就突破7000万美元，同时开创了动漫电影的最高首映票房纪录。

这部动漫电影也大受其他国家观众的欢迎，比如，在韩国的首周票房便超越当年《怪兽公司》和《玩具总动员》首周票房的总和。

另一个例子就是在2004年推出的《超人总动员》（The Incredibles），故事描述主角“超人特工”鲍勃（Bob）跟“弹弓女侠”恋爱结婚后激流勇退，与妻子一起退休，过着与普通人一样的生活。

这一天，鲍勃平静的生活被打破了，他被卷入了一起事先策划好的阴谋当中。

“超人”一家团结起来，利用各自的超能力拯救世界。

这部动漫之所以成功，是因为它能够呈现逼真的画面去满足观众成为超级英雄的幻想。

它把动漫界最难处理的“人”呈现在观众眼前，无论动作表情以及肌肉的移动，都尽全力研究和实验，力求令观众感受到那份“逼真”。

故事的设计也满足了观众成为超级英雄的幻想，例如熔岩洞内的大战机械巨兽、纽约市大战以及“超人”一家从小岛逃亡等几场动作场面，极尽官能刺激，没有一秒冷场。

舆论给予这部动漫作品很高的评价，《今日美国》（USA Today）评价道：“视觉极具震撼！

动作场面令人热血沸腾！

”这部电影在全美好评如潮，口碑也极好。

它不仅成为全美动画票房冠军，更连续两周夺得票房排行榜的冠军，同时它也打破了皮克斯动漫工作室之前推出的五部三维动漫票房的纪录，同时亦打破其发行商迪斯尼公司（The Walt Disney Company）的动漫电影票房纪录。

三、刺中观众幻想的神经 美国动漫作品也善于加插能触动观众情感的情节。

美国的动漫创作人往往能在旧有的题材上重新组合再创造，从而给观众更大的想象空间，加强观赏性。

以1998年迪斯尼公司制作的《花木兰》（Mulan）为例，这部动漫电影是根据中国的《木兰辞》改编而来的。

《木兰辞》中的花木兰是一位代父从军的巾帼英雄，是一个强调孝顺的故事。

而迪斯尼公司的《花木兰》剧情主线虽依据《木兰辞》所描述的故事进行发展，但剧本经过大幅扩充改编，加入许多原诗所没有的细节以及若干新创的角色，并增加了动漫的娱乐性，以符合商业电影剧本长度的需求。

在原著中花木兰是在凯旋回乡后才被军中同僚发现女儿身的，但在迪斯尼公司的动漫中，就变成了花木兰打仗受伤后被医生发现身份的。

这个改动（花木兰的身份在故事中段被识破）的目的就是希望加深观众对往后剧情的联想。

另外和其他迪斯尼动漫作品一样，《花木兰》中加入了其他冒险伙伴来和主角一起历险，从而营造亲切的画面。

最后，这个动漫作品也加插了花木兰与李翔将军由长官与下属变为情侣的爱情线，希望通过细致的动漫画面和爱情元素来刺中观众的幻想神经。

总的来说，迪斯尼公司将一个着重“孝顺”的中国文学作品重新包装成一个集“冒险”、“爱情”和“友情”而又具可看性的动漫作品。

四、英雄配美人 另外，美国观众都对“英雄”和“爱情”这两大主题着迷，所以美国动漫作品大多会照顾观众对这两大主题的诉求。

这个“英雄配美人”的概念能从《玩具总动员》和《蜘蛛侠》中看出来。

在《玩具总动员》中，主角牛仔胡迪（Hudi）率领其他玩具拯救同伴——巴斯，但编剧却不忘在故事里加插胡迪与宝贝的爱情线。

在《蜘蛛侠》中，除了拯救世界，打退坏人外，彼得R26；帕克还要花时间与玛丽谈情说爱，亦要多次营救她，完成“英雄救美”的任务。

<<你想到的都是错的>>

第七章 日本动漫的特色 相对于美国动漫作品的英雄主义，日本的动漫作品更注重使作品精致小巧，而且一丝不苟的日本文化同样也影响了日本动漫的特质。

日本动漫的特色总括起来可以界定为：细致的角色、造型及场景设计；借助超现实的想象空间，以满足观众对不可能实现之事的幻想；刺中观众幻想的神经。

一、细致的角色、造型及场景设计 为更详细地向读者分析这个特点，这部分分别以《哆啦A梦》、《美少女战士》、《圣斗士星矢》为例子进行讲解。

(一)《哆啦A梦》 从日本服饰、饮食、茶道、产品设计、表演艺术等生活各方面，均能够反映出日本人着重精致小巧、一丝不苟的文化；而这种独特的文化亦体现在其动漫的创作中。流行30多年，至今仍广受欢迎的动漫片《哆啦A梦》就能很好地说明这个问题。

这部动漫作品主要叙述了一只来自22世纪的机器猫哆啦A梦受主人的托付，利用许多未来世界的神秘道具回到20世纪，帮助主人大雄的故事。

身为家中独子的大雄，学习成绩极差，平均每五次考试就有一次零分，又很不擅长运动，也时常被周遭的朋友欺侮。

哆啦A梦作为大雄的玩伴，经常帮助他排忧解难和实现超现实的幻想。

哆啦A梦经常从他的四维空间口袋里拿出来自未来世界的道具，这些道具的创意和科学幻想成为《哆啦A梦》的特色之一。

其细致的造型设计，无疑增添了观众的想象空间。

截至目前（2007年12月31日）为止的统计，漫画版的《哆啦A梦》共有1963个道具，但若包含动漫版出现的道具则总数超过2000个。

其中最广为人知的道具有任意门（又名随意门，为一扇可至十光年内任何地方的门）、时光机（能穿越时间和空间，在使用时首先要到时空隧道，再由时空隧道跳到指定的时间和地点）以及竹蜻蜓（内部装有一个超小电池的飞行工具，能够以80千米每小时的速度连续在空中飞行8小时，还可以在天上或海里使用）等。

大雄是一个极倒霉的小朋友，但哆啦A梦带来的道具却能帮助他轻易地解决问题。观众也都希望能有一位像哆啦A梦一样的朋友，用那些神秘的道具去帮助他们实现不可能发生的事。这部动漫作品通过大雄的经历去满足观众自己的幻想，从而刺中了他们的幻想神经。

(二)《美少女战士》 《美少女战士》（Sailor Moon）是日本少女动漫的典范之作，在日本动漫史上具有非常大的影响。

其成功也是在于它以细致的角色造型设计增加了观众的想象空间。

主角月野兔可变身成为“水手月亮”（即Sailor Moon）。

她原本是一名普通初中生，成绩也不理想，而且还经常迟到。

有一天，她遇到了一只叫作露娜的会说话的小猫，并获得了变身的能力，从此她的生活发生了很大的转变。

后来，她得知自己其实是月亮王国的Serenity公主转生而来的。

她在成为美少女战士的主角后，和她的朋友们（也是美少女战士）一起为了爱与正义和邪恶以及黑暗的力量战斗。

跟月野兔一样，故事中的所有角色塑造得均很立体，各自有自己的背景（包括生日、星座、血型、喜好、梦想等），从表2-1所列的一些例子，就可见角色造型设计是如何的细致。

(三)《圣斗士星矢》 同样以细致的人物性格和角色造型设计见长的还有《圣斗士星矢》（Saint Seiya），作品中的每个角色各自有自己的生日、星座、血型、身高、体重、出身地、修行地、必杀技等等。

故事讲述日本出生的少年星矢，为寻找失散多年的姐姐星华，毅然前往希腊圣域接受成为圣斗士的艰苦训练，最后在银河擂台赛中夺冠并获得黄金圣衣。

在比赛中，星矢与紫龙、冰河、瞬及一辉发展出一段至死不渝的友谊，继而发展出一个又一个的精彩故事。

在故事中作品为每位角色设计的身份背景十分细致，以下我们对几位主角进行了罗列，从中大家不难看出日本动漫作品对角色设置上的细致程度。

<<你想到的都是错的>>

1?天马座星矢 年龄：13岁。

身高：165cm。

体重：53kg。

生日：12月1日。

血型：B型。

出生地：日本。

修行地：希腊圣域。

必杀技：天马流星拳、天马彗星拳、天马回旋碎击拳。

本故事的主角。

为了能与姐姐星华重聚，前往圣域在白银圣斗士天鹰座魔铃之下修行，获得天马座的圣衣。

2?天龙座紫龙 年龄：14岁。

身高：172cm。

体重：53kg。

生日：10月4日。

血型：A型。

出生地：日本。

修行地：中国庐山五老峰。

必杀技：庐山升龙霸、庐山龙飞翔、庐山亢龙霸、圣剑、庐山百龙霸。

于中国庐山五老峰天秤座童虎（老师）之下修行。

身穿天龙座圣衣，左臂上装备了号称八十八星座中最坚硬的盾，而右臂则佩带了山羊座的圣剑。

3?白鸟座冰河 年龄：14岁。

身高：173cm。

体重：60kg。

生日：1月23日。

血型：O型。

出生地：俄罗斯。

修行地：东西伯利亚。

必杀技：钻石星尘拳、金钢火焰旋风拳、曙光女神之宽恕、冻结拳、冰棺。

日俄混血儿，母亲因沉船而长眠于西伯利亚海底。

冰系圣斗士，师傅为水晶圣斗士。

4?仙女座瞬 年龄：13岁。

身高：165cm。

体重：51kg。

生日：9月9日。

血型：A型。

出生地：日本。

修行地：仙女岛。

必杀技：星云锁链、星云电光链、星云气流、星云岚（暴风）、哑铃巨波、千重防御迷阵、蛛网陷阱、猎鹰天网、毒蛇吐雾、螺旋型链阵、回力镖攻击、野兽陷阱、连环星云阵。

凤凰座一辉的弟弟，因一辉代替前往死亡皇后岛，改而往传说之岛仙女岛修行。

有自我牺牲的精神，外貌酷似女性。

其躯体更是当代冥王哈迪斯所借用转生的肉体。

如此仔细的角色型造，丰富了观众的想象空间，不但能使观众投入动漫当中，而且能让自己想象成为其中的角色，从而刺中观众的幻想神经。

二、借助超现实的想象空间，以满足观众的幻想 日本动漫作品另外一个能刺中观众幻想神经的法宝，就是它能带领观众走进超现实的想象空间，满足观众对不可能实现之事的幻想。

《哆啦A梦》中有各种来自未来世界能帮助大雄排忧解难的道具，它们能够实现多个超现实幻想；《

<<你想到的都是错的>>

《美少女战士》中的主角具有警恶惩奸的神奇力量；《圣斗士星矢》中的主角具有战胜黑暗势力的必杀技等等，都是一些超越现实的想象，让观众在现实生活中不可能实现的事，透过动漫作品得到满足。

20世纪80年代，世界正处于足球的黄金时代，无论日本国内，还是世界各地，都出现过不少优秀的足球选手，人们常幻想自己国家能成为足球强国。

《足球小将》（Captain Tsubasa）恰逢此时出现。

《足球小将》讲述了大空翼（戴志伟）如何从一名热爱足球的小伙子成为足球明星的奋斗史。他带领球队成为日本全国冠军，然后又带领日本队夺得世青杯，最终成为著名球队的主将。

动漫故事主要分为四部长篇，分别是最初的《足球小将》、目标为争夺世青杯的《足球小将世青篇》、以戴志伟加盟西甲球队——巴塞罗那作为主线的《足球小将通向2002之路》及争取奥运冠军的故事——《足球小将Golden-23》。

在这部动漫作品中，如戴志伟的冲力射球、小志强的猛虎射球、足球队员在比赛中越过重重拦截等出神入化的球技，通过这些天马行空式的足球技巧和无所不能的表现，满足观众对“足球英雄”的幻想。

《足球小将》利用这些足球英雄的经历和表现，制造出了超现实的想象空间，以此满足观众对不可能实现之事的幻想，从而刺中观众幻想的神经。

<<你想到的都是错的>>

编辑推荐

小肥羊为何得以走向世界，肥羊王败在何处？
《海底总动员》怎样打动了我们？
ZARA凭什么席卷全球、缔造神话？
炫紫魅影——安娜苏是如何跻身顶级品牌之列的？
本质 给你想要的答案！

<<你想到的都是错的>>

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>