

<<实战广告案例（第3辑）>>

图书基本信息

书名：<<实战广告案例（第3辑）>>

13位ISBN编号：9787300084329

10位ISBN编号：730008432X

出版时间：2007-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李文龙 穆虹

页数：311

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>

## <<实战广告案例（第3辑）>>

### 内容概要

在经历了最初的拿来主义后，中国创意人也逐步开始了自己的思考，创意表现不是单纯的图形或影像设计，其本质是“人”学，核心是与人沟通，广告范畴内的创意表现则是实现广告策略的载体。

广告与其他行业的不同点，也是广告人的快乐所在：失败创意的失败原因都大同小异，而成功的创意却各有各的成功。

所以对于创意人来说，成功的经验只能让人成功一时，我们必须忘记成功，不断创意。

这也是作者坚持不懈地做这件事的原因——汇集当下的成功案例并呈现给读者，对于读者来说，是解读别人成功的原因，并赶快忘掉其过程；而对于编者来说，要在读者忘记过程之前，找到下一个精彩的当下。

## &lt;&lt;实战广告案例(第3辑)&gt;&gt;

## 书籍目录

IT类 想要酷睿TM2请举手——“英特尔酷睿TM2”处理器《举手篇》系列创意 聚光灯下的明星——“英特尔酷睿TM2”双核处理器广告创意设计 设计我的地盘——“动感地带”天津大学旗舰店环境创意 M—copy扩大“我的地盘”——中国移动“动感地带”M—copy创意表现房地产类 看得见风景的融域——“融域”全程推广创意 传统就是力量——“中华坊”前期形象推广平面广告浅析 融于山水之间的乐土——“雪山水城”创作思路 你的房子打动了谁？——“发现之旅”楼盘影视广告诞生记 彰显优势飙升价值——房地产广告的表现策略 汽车/工业品类 天生爱修车——“幼狮汽修”品牌提升创意表现 凤铝创造安全可靠——“凤铝铝材”品牌占位之道 家电/日化、家庭用品/服饰类 原汁原味原生态——“容声”冰箱上市创意案 不同的地域 共同的欢乐——“海尔”专卖店Tvc创意执行 突出差异前瞻未来——“力诺瑞特”太阳能热水器创意策略 清扬的世界——“清扬”洗发水富媒体广告创意 妈妈发现专家解答——“强生婴儿”《发现篇》整体形象推广策略 小电流击中大批淑女——“美加净”多效修护润手霜TVC创意策略 带着枷锁一样跳芭蕾——“冷酸灵”牙膏新广告的台前幕后 品牌建设“逆”向切入——“强生婴儿”《为妈妈的爱喝彩》Tvc创意 颠覆传统赢取市场——“欧莱雅Men Expen”广告创意 粉“可爱”“粉”受淑女喜爱——“美加净”护手霜TVC广告创意策略 做有创意的名人广告——“喜临门”床垫影视广告创意策略 品牌变身——“与狼共舞”品牌延伸案 未来无限可能谁敢应战——第一届“李宁杯”设计大赛平面广告解析 疯狂主妇有力量——“白猫漂水”TVC《功夫篇》创制记录 超级变变变——“三菱”电机空调之Move eye广告创意 旅游娱乐/交通/城市形象/金融保险类 三江明珠人神共居——贡山旅游形象TVC广告创意策略 让信念走得更远——九华山旅游形象电视广告片策略评析 时尚品位精品体验——“木棉花”打造个性化商务酒店 彰显魅力激发活力——武汉市户外广告和夜景亮化规划纪实 颠覆城市创意——郑州城市形象定位及电视广告片策略 时间历练勋章——中国银联纪念币礼品设计 成长与理财共舞——民生银行太原分行“少儿成长账户”创意 品牌有礼了——交通银行品牌礼品诞生实录 长袖善舞飞天归来——中国金汇通用航空公司品牌形象设计 用色彩感染你我——烟台城市宣传片创意阐述 芭提雅的魅力“剪刀手”——“2007 Young Lotus创意大赛”形象片创制纪实 偷得半日闲 游趣山水间——“凤凰乡村游·体验新农村”游画创作记 药品/保健品类 双明星再造论——“六神”花露水创作纪实 以奥运标准 赢取竞争地位——强生“邦迪”创可贴广告创意 “笑疗”掀起必奇风暴——“必奇”蒙脱石散上市的欢乐处方 用实力战胜一切——荣昌“肛泰”广告创意策略 心育灵犀一点通——“三九胃泰”影视广告创作 传承六百年的美——“太太美容口服液”《桃花篇》创意构思 “透出来”的产品气质——“999强力枇杷露”创作纪实 食品饮料类 畅享中华地道滋味——康师傅方便面“中华美食”系列广告创意 创意创意——“农夫汽茶”电视广告创意 广东人喝茶喝疯啦——“碧生源”常润茶影视广告策划案 势不可当的力量——“百事”活动广告创意设计 注意蜂蜜牛奶来了——卫岗乳业“蜂蜜牛奶”创意解析 王老吉的红海与蓝海——“王老吉”凉茶创意策略案 心缘心愿——农夫山泉“饮水思源”系列公益广告创意表现 贺岁片就是中国味——“汇源果汁”2007春节贺岁广告创制纪实 有能量才有力量——“惠尔康”葡萄糖品牌形象转换策略 烟酒类 千年延承的文化盛宴——“家谱酒”儒家思想输入创意案 小瓶子里扬大帆——“金巴酒”瓶型设计侧记 媒体其他类 小蚂哥养成记——安徽电视台影视频道形象包装创新纪实 媒体包装的策略创意化——浙江电视台卫星频道形象创意表现案 下一把雨伞撑起天空——“全国首届思想道德公益广告大赛”参赛纪实 为人民服务——浙江民生休闲频道形象改版 超级大玩家——《灵游记Online》公测活动富媒体广告创意 维港两岸响——“国际共融艺术节”标识和宣传语设计 快乐中国高端崛起——《变形计》摇身一变换来 赞誉无数选送单位简介

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>