

广告天书

壹

3
1

主编李克
湖南美术出版社

本图书版权由台湾动脑杂志社提供
广告天书【壹】

策 划：李 克

责任编辑：李 克 章小林

设 计：陈媛媛

湖南美术出版社出版·发行

湖南省新华书店经销

深圳利丰雅高电分制版有限公司电分制版

深圳彩帝印刷实业有限公司印刷

开 本：889 × 1194 120 × 120

印 张：2.5

2001年9月第一版

2001年9月第一次印刷

印 数：1—4,000

定 价：16.00元

ISBN 7-5356-1487-6/J·1403

广告天书 壹

主编 李先

湖南美术出版社

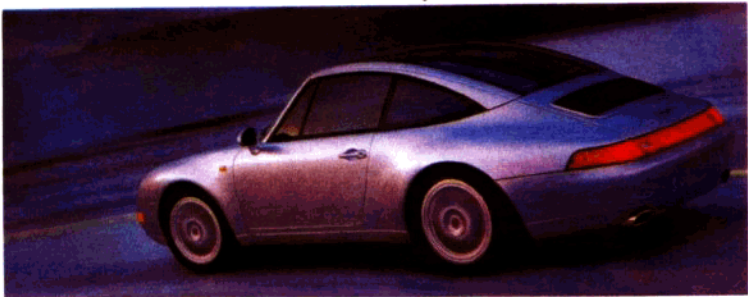


加拿大卑诗省林务局

往日美景与今日惨状的强烈对比

欢迎你到林木苍翠的卑诗省来玩……但是如今呢？因为营火死灰复燃而引发的一场森林大火，让这座森林公园变成了一片焦土！

为屏弃这人为疏失所造成的遗憾，也为警惕悲剧不再发生，广告公司帮林务局做了一系列防治森林大火的户外公益广告。广告就放在灾后现场，让人看到往日美景与现在满目疮痍的对比，真是不胜唏嘘。警惕也立即生效，真可以算是一种强效的广告！



The Porsche 911 Carrera
with glass roof.
Now you can enjoy the sun
in your open Road.

PORSCHE

保时捷汽车

向天空的飞机 Say Hello

这则广告的版面设计可能显得有点传统，但是文案内容可真是很那个！

它说：有玻璃车顶的保时捷。现在当你驶过飞机时，可以向在天空的它招手了。够夸了吧？对于老字号新特色的车种，有时口气狂一点，消费者看了不觉反感，客户也觉得窝心，广告人真聪明。

Nikon 照相机

有趣的摄影课

Nikon 为大众消费者设计了一个八小时的摄影课程，让大家学习基本的拍照常识和一些曝光技巧。开班的广告利用教材中的摄影要点，配上有趣的画面来作表现。

这里所介绍的一则是说：拍摄野生动物时，请用变焦镜头。广告虽小，说服力倒是很强，而且记忆点也很深刻。

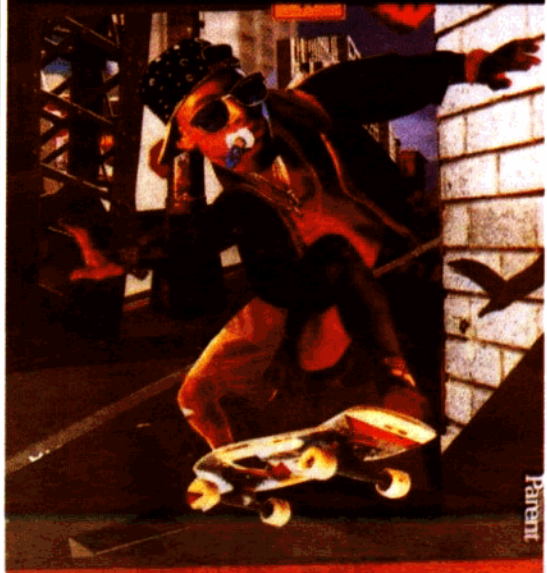
积架汽车

折旧率低的抢手车

这是一则黑白的杂志广告，标题说：“他的邻居总是说：‘有一天我会把这部 1994 年的积架卖掉。’”他一直在耐心地等待那一天的到来。

广告标题虽然有点长，但是把画面的故事交代得很清楚，等着买车的邻居以很绅士的方式，表达出他对积架车的渴望，令人印象深刻又莞尔。广告中不但表现了积架车种受到很仰慕的程度，更显示了积架的折旧率很低，即使是旧车种也还十分抢手。

GET BIG UN



Parent

YOU NEED TO MAKE UP FOR YOUR SMALL THING.

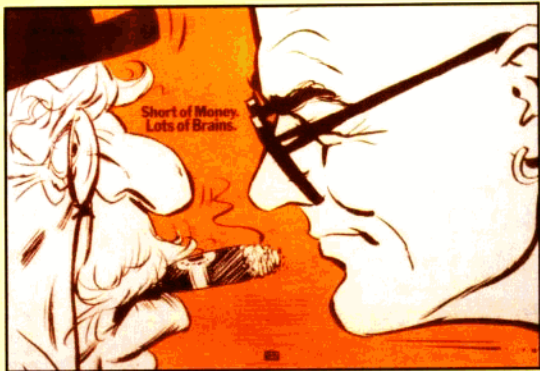
反滥用枪公益广告

买一枝大枪，弥补你的小“弟弟”

近年来，美国社会青少年滥用枪枝的情形日益严重，因此，推出了好几则劝导青少年不要使用枪枝的广告。

想想看，会想到用枪的孩子都是些什么样的孩子，找一个偶像型的乖乖牌喊两句口号？他们会听你的好言相劝才怪！所以，得说些重话才行：“买一枝大枪！如果你觉得你的‘弟弟’太小有需要弥补的话。”

此外，这些公益广告对于画面的处理也十分用心，都是那些特定对象平日所接触的生活空间与活动。藉此吸引这些孩子的注意，进而希望对广告中的诉求能有一点感觉。



股票小铺

强调年轻炒股人的优势

瑞典青年持股协会以股票小铺的名义，做了一系列广告，鼓励年轻人购买股票。其中，应用了许多年轻人与经验老成的炒股者之间的对比，强调年轻人做股票的优势。

例如：没权利，有胆子。没背景，有前途。没影响力，有点子等。并且以漫画的手法来做表现，用色大胆，很讨年轻一代的注意与欢心。



MILK

服立刻打虫公司

让痛恨蟑螂的你，看了很爽

这则广告实在没什么好说的，概念清楚而简单，画面有趣又不恶心。在创意上虽然显得有点传统、有点安全，但仍能让人印象深刻。主要还是因为表现手法高明，让痛恨蟑螂的人，看了觉得很爽。