

广告天书

壹



主编李克

PDG

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

广告天下

壹

主编 李光

湖南美术出版社

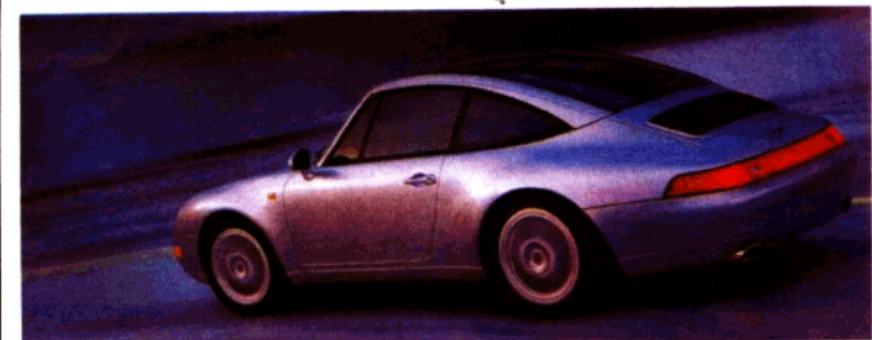


加拿大卑诗省林务局

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 new 911. Design with aerodynamics, aerodynamics, performance. For further information, contact 800-227-4444.

The new 911. Design

with aerodynamics

New 911. Design with aerodynamics

and more. Much more.

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。

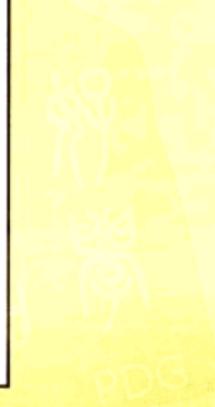


Tip #26

Try a zoom lens when photographing nature.

The Nikon School

It's never too late to learn when it comes to getting the most out of your camera. If you're interested in learning more about nature photography, where you can shoot anything from nature's composition to action shots, consider taking one of our classes. You'll get the chance to learn from experienced teachers who have a passion for what they do. And you'll have the opportunity to learn at your own pace, in a comfortable environment, and take a class with the friendliest people.



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。



My mother's day and "Sunday with my big girls"

ANSWER $\frac{1}{2} \pi r^2 h = \frac{1}{2} \pi (1)^2 (2) = \pi$



卷之三十一

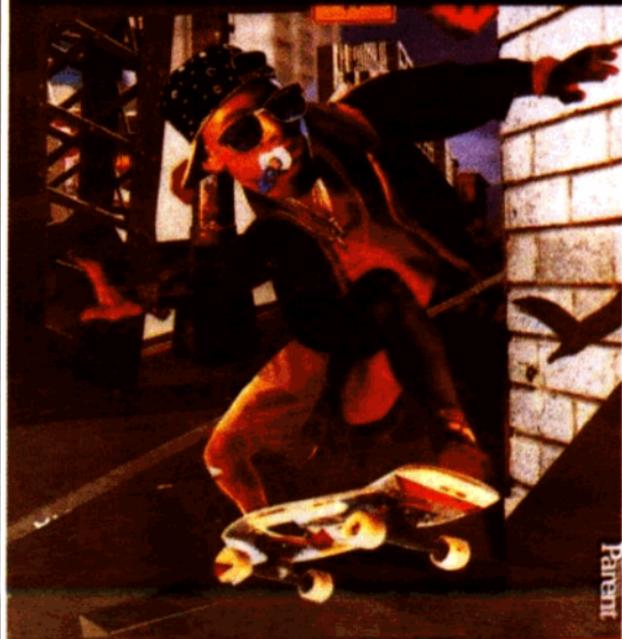
积架汽车

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 THE BIG GUN



Pearl

IF YOU NEED TO MAKE UP FOR YOUR SMALL THING.

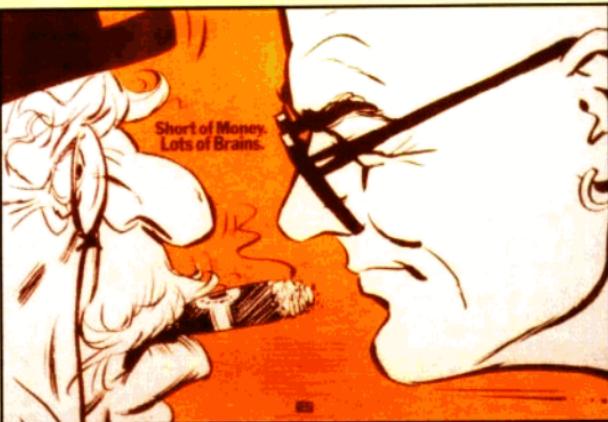
反滥用枪公益广告

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。



flick
advertising

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。