

广告天书

肆

.3
:4

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【肆】

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

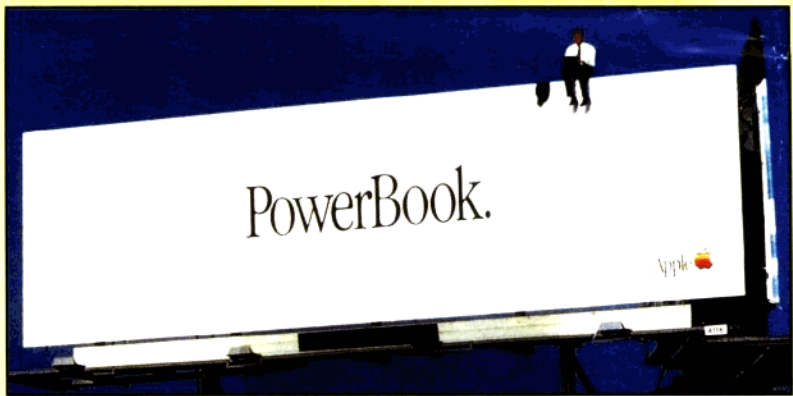
ISBN 7-5356-1494-9/J·1410

广告天书

肆

主编李克

湖南美术出版社



苹果电脑 PowerBook 你注意到那人影了吗

相信设计界的人几乎都知道苹果电脑的名号，可知道他们也出品笔记型电脑？叫做“PowerBook”。

他们这种笔记型电脑到底有多“powerful”呢？你看那户外看板上高高地坐着一位上班族，在这样的环境下都能完成工作，惯用笔记型电脑的新闻工作人员或外务人员应该心里有数了，这笔记型电脑颇不简单哦。

不过，可别被骗了，那“人”是户外看板的一部分，相信高的距离加上添绘的人影，还真容易让高速公路上奔驰而过的驾驶人看走了眼。当然“PowerBook”这个名号也在人们的脑海中留下深刻的印象。

more than 200 dark
to earth, and the dark
the color of the dark
the color of the dark
the color of the dark
the color of the dark

**PEOPLE DREAM THEY CAN FLY.
BIRDS DREAM THEY CAN SKATE.**

 **Rollerblade**



广 告 天 书

轮刀溜冰鞋

呼过丛林，滑过小丘

这则广告文案很美，标题说：人们向往飞翔，鸟儿向往溜冰。进而描述溜冰的乐趣：于是你呼啸过丛林，滑越过小丘，斜翔过弯道……是否也令你心动了呢？

这些广告文案很能挑动人心，画面的色彩及取景也十分讨喜。想想看，你能不能拍到类似这样的景？



Body by Renoir.



BODY BY MARIKA.

★ MORE SPANDEX ★ TOTAL BODY CONTROL ★ NEW **M CONTROL** BODYWEAR BY MARIKA ★

Marika 束身衣

留给消费者诠释的空间

一个是 19 世纪印象派画家雷诺瓦 *Dancer with Castanets* 画中的美女，一个是二十世纪健身品牌 Marika 束身衣中的现代佳丽，这两者之间可以画上等号吗？

同一系列的广告，也有采用其他艺术经典之作与现代美女相比的，像马谛斯的作品便是一例。相信这些广告主要的用意是以象征的手法来表达他们的束身衣可以塑造经典身材吧？

这是一系列视觉强过文字的广告，设计者在版面的布局上可以说是十分地用心，像模特儿的姿势、肤色及衣服颜色的搭配、背景与边框的色彩运用等，让两个本以为不可能协调的画面合而为一。

但是整个广告其实是非常沉默的，也因此而给了消费者很大的诠释空间。像这里的广告，它到底是要拿雷诺瓦的美女作为我们的借鉴呢？还是用现代佳丽为雷诺瓦的美女做迟来的礼赞？那么，你心目中的美女又会是哪一个呢？



BEFORE.



AFTER.

PUT YOUR TV ON STEROIDS.

THE SOUND DYNAMICS HOME THEATER SURROUND SOUND SPEAKER SYSTEM

SD

声动音响

小金鱼变大白鲨

这家多伦多音响公司的广告，想要销售的是装置家庭电影院所需的环境音效。当你家的电视机加装了这套音效系统后，电视里的小金鱼就变成了大白鲨。

广告标题非常耸动：让你的电视摄取一点类固醇（即运动竞赛中所谓的禁药之一），广告中的图还用小字标明了“使用前”与“使用后”。

这样的比喻非常传神，戏而不谑，尤其在奥运会就要展开之际，看了这广告真是令人拍案叫绝。

瑞士电信服务 成就彼此间的梦想

电信事业的发展突飞猛进，许多不可能的梦想都一一实现。这两则电信服务的广告便是以我们曾经有过的梦想为诉求，列举了几个正在发生中的不可能。

值得一提的是广告表现手法十分特殊，整个广告系列都是采用朦胧的蓝调色彩，在适切的位置添加了一条清晰明显的红线条一直延伸到画面外，显示出梦想与远方某个现实的场合仍然相连而未脱节。

画面中以非常小的标题描述着一些事实，像“大家都注意到了，缪勒从来不曾留过地址给我们”是钓鱼人的标题；“办公室只有一条线，电话与传真机怎么能够同时运作？”是高楼的标题。

把原来可能流于单纯讯息告知，没有太多表现机会的广告，变成了感性而充满心理诉求的故事性广告，实在是难能可贵。



THE ST. ENOCH CENTRE
WE'VE GOT IT COVERED

YOU TURN IT ON OR PLUG IT IN THERE'S ONLY ONE PLACE TO FIND IT



THE ST. ENOCH CENTRE
WE'VE GOT IT COVERED

MORE PLACES TO ENJOY A BITE WHILE YOU'RE SHAPPING UP THE BARGAINS



ST. ENOCH CENTRE
AD. 100
PDG

St.Enoch 购物中心

表现手法粗中有细

英国的St.Enoch购物中心做了一系列广告，介绍该中心的百货齐全，而且走在时尚的尖端。

其中无论是介绍电器用品还是饮食广场，都以服饰来作为画面的主架构。表现手法精中有细，活泼脱俗。新新广告人类喜欢搞热闹的，不妨观摩一下，好好发挥你的耐性。



HURRY

爱迪达运动鞋

快到户外走走吧！

爱迪达为宣传民众多做户外运动而做了这则公益广告。重点是说这么美好的大自然风景将来就要开发成都市，河道变成高架道路，浅滩变成购物中心，树木变成多层停车场，还有超市、车站……啧啧！啧啧！还是赶快把握机会，到户外多走走，以免将来空遗憾。

广告的立意实在很不错，不过个人觉得这风景实在不怎么美！只要都市计划做得很好，就算将来变成水泥森林也不觉得有多可惜。摄影师或艺术指导若能再多费点心就好了。可惜！可惜！