

——十堰日报传媒集团广告经营经典策划案例精选

策之道

主编 李东晖
副主编 王清 王世昌



 中国出版集团
 世界图书出版公司

十堰日报传媒集团广告经营经典策划案精选

策之道

主编 李东晖
副主编 王清 王世昌



中国出版集团



世界图书出版公司

图书在版编目(CIP)数据

策之道：十堰日报传媒集团广告经营经典策划案例精选 / 李东晖主编. —广州：世界图书出版广东有限公司，2014.9

ISBN 978-7-5100-8589-5

I. ①策… II. ①李… III. ①广告—策划—案例
IV. ①F713.81

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第211703号

策之道——十堰日报传媒集团广告经营经典策划案例精选

责任编辑 李 瑞

出版发行 世界图书出版广东有限公司

地 址 广州市新港西路大江冲25号

http: //www. gdst. com. cn

印 刷 武汉市金港彩印有限公司

规 格 787mm×1220mm 1/16

印 张 12

字 数 218千

版 次 2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

ISBN 978-7-5100-8589-5/F·0157

定 价 98.00元

版权所有，翻版必究

履 痕

万事策为先，广告经营也不例外。广告创意与策划在广告经营中起着至关重要的作用，好的策划会使一则广告达到四两拨千斤“金”、事半功倍的效果。广告处在报业“四轮驱动”（内容、发行、广告、品牌推广）的重要一环。近年来十堰日报传媒集团按照产业化运作规律进行布局，从传统的“采编为主”转向内容、品牌、广告、发行、印刷、管理同步发展，从单一的“内容为王”发展为“多元化”核心竞争力，初步形成“四报九网两刊两端一栏两微信”（《十堰日报》、《十堰晚报》、《十堰手机报》、《十堰惠农手机报》，秦楚网、十堰政府网、25°生活网、房产在线、伯乐网、楚之游、十团网、十堰车友网、乐GO汽车网，《十堰Magazine》、《大悦风尚》，游十堰客户端、秦楚网客户端，公共阅报栏，十堰晚报微信、秦楚网微信）的媒体矩阵。十堰日报传媒集团广告经营总公司长期致力于广告策划的研究，对每一则广告都经过周密细致的研究分析后，形成广告文案，然后再反复推敲，最终拿出可行的优质高效的方案进行操作，从而避免了盲目性。通览本书，我们发现十堰日报传媒集团广告经营呈现以下三个特点。

（1）新闻策划与广告策划深度融合。将新闻策划与广告策划巧妙融合，既凸现案例的新闻价值，又提高案例的商业价值。2010年第四届世界传统武术节期间，立足新闻与广告、历史与美学、服务与特色共融，推出了《道和天下》特刊。武当山是道教祖庭，策划巧妙地提炼出道教核心——八卦，分乾、兑、离、震、巽、坎、艮、坤八部分，对应八种自然现象天、泽、火、雷、风、水、山、地，将房地产、医疗、通讯、财经、旅游等行业尽收其中，一线串珠，形散神聚，使每一版块既相对独立又互为一体。为使每章每节有“动”有“静”，和太极八卦的“动静有度”相统一，《道和天下》将每版块的亮点冠以“十堰印象”进行高度提炼，包括“一座城市的光荣与梦想”，“一场盛会的绽放与灵光”，“一座名山的探寻与解读”，“一方水土的追溯与品味”，“一部调水的壮歌与史诗”，“一项产业的崛起与壮大”，“一方民生的滋养与眷顾”，“一张名片的打造与凝思”，“一介品牌的成长与见证”，“一个市场的觉醒与破题”。

（2）线上策划与线下活动互动。策划的多元为销售的成功提供多种可能，线上与线下相互促进是一种有益的探索。2013年5月1日前夕，为五堰商场策划的婚礼年代秀摒弃了常规的自我营销模式，线上宣传与落地活动互为补充。一方面报纸版面推出新闻稿件，《十堰Magazine》推出《新婚口袋书》，另一方面在十堰的“王府井”表演一场盛大的婚礼年代秀。现场观者如堵，每人都免费获得一本《新婚口袋书》。活动一出，婚礼年代秀被新华网等全国30余家网站放在头条。2009年，受全球性经济危机影响，十堰城区的房子逾发难卖，危难之际我们策划了2009年湖北（十堰）精品楼盘县市巡展，巡展到每一个县市区，纸媒出版特刊，现场活动造势。此项活动受到回乡置业者和县市置业者的热烈欢迎，帮卖房难的开发商缓解了燃眉之急。

（3）策划创新与地域特色结合。创新即是活力，没有创新就没有未来。况且传媒业本来就是日新月异的一个行业，新思路、新技术不断更新。2010年4月16日，受3D电影启发策划出中国第一份3D报纸，旋即在全国掀起一股3D浪潮。2011年3月，湖北省县域经济会在十堰召开，《十堰日报》策划推出108版特刊。一叠100余版的报纸如果要做到整齐，要么装订要么用外包装。策划人员创新思路，将特刊外包装设计为筒状，且外包装图案用《十堰日报》要闻版面，筒状报纸版面上有省委书记李鸿忠赴黄冈团风移民安置点亲切看望慰问郧县移民的彩色照片。在筒状包装的手提带上缀上一颗绿松石吊坠（可以代表十堰走向世界的名片）。一连串创新实现了特刊的可读性、便携性、收藏性，会后与会代表均赞不绝口。无独有偶，2012年2月，省委、省政府在十堰召开现场会，研究支持十堰打造区域性中心城。此时，十堰正值初春，万物勃发。《十堰日报》出版特刊，策划人员将特刊包装设计成信封形式，用粉红色作底，意寓温暖、温馨，上书“送给与会代表的一封信”，与会者拿到特刊如沐春风，备感亲切！

正是这些策划到位的优质经典广告策划，使得十堰日报传媒集团的广告经营创造了一个又一个辉煌，翻越了一座又一座高峰。在这个过程中我们用“责任意识、集体智慧、团队精神”书写的发展业绩，汇聚了全社同仁的心血、智慧和汗水，凝成一串闪光的履痕。这些履痕，或深或浅，或大或小，或隐或现，或巧或拙，镌刻在我们的脑海里、心田上、记忆中。

温故而知新。站在传媒转型的历史节点，正值十堰日报传媒集团发展处于较好时期，将集团广告经营经典策划案例集成书，旨在总结过去几年广告策划在广告经营创收中的重要作用，增强集团广告策划意识，指导和鼓励集团广告经营总公司在未来的发展中，依靠集体智慧创新广告策划，为集团广告经营创收、为十堰日报传媒集团的事业发展，做出积极的更为突出的贡献！

是为序。

雷 勇

2014年4月16日

编委会

主 编 李东晖

副 主 编 王 清

执行主编 黄小彦 陈 洁

编委会委员（按拼音顺序排列）

陈 洁	陈 文	郭艳丽	郝新颖
黄小彦	雷 勇	李 毅	刘经华
刘 青	吕 伟	毛以国	欧阳龙
王 伟	魏 欣	吴可新	徐 双
杨晓华	殷佳佳	张小溪	郑荣英



《十堰Magazine》二维码：



APP软件



新浪微博



微信

目录/Contents

壹 十堰最富年味的春节消费白皮书 欢乐Style中国年	-----001
贰 国庆特刊《向祖国汇报》策划案 一部辉煌60年的十堰文本	-----011
叁 第四届世界传统武术节特刊策划案 道和天下	-----017
肆 新思域上市推广策划案 寻车记	-----029
伍 《健康消费大全·四大名著》策划案 求新，匠心独运	-----037
陆 《天宫“医”号》特刊策划案 展精尖科技 奔杏林天宫	-----045
柒 “阳光温暖一座城”策划案 大声说出你的爱	-----051
捌 《十堰日报》第三届美丽女人节策划案 跟我一起变美丽	-----061
玖 《大运“惠”》特刊策划案 无中生有的精彩	-----069
拾 人商百货整体迁至北京路系列报道策划案 小策划大影响	-----077
拾壹 五堰商场平面模特大赛策划案 瞄准，向时尚射去	-----083
拾贰 人民商场时尚之“履”营销策划案 高跟鞋女王争霸赛	-----089

拾叁	2013五堰商场婚礼年代秀策划案 穿越时空的爱恋	-----101
拾肆	2011年“金九银十”刚需置业报告策划案 圆心的优势	-----111
拾伍	2009年湖北(十堰)精品楼盘巡展策划案 经济危机下的楼市突围	-----117
拾陆	湖北房地产(十堰)年度总评榜策划案 角逐“地产奥斯卡”	-----125
拾柒	十堰首届“裸婚”婚庆博览会策划案 给婚姻加“蜜”	-----137
拾捌	“十一消费大全”策划案 致无尽岁月	-----143
拾玖	《十堰晚报·消费大全》十年回顾 十年躬耕带来品牌力量	-----155
贰拾	《十堰Magazine》大型新闻专题策划“东方圣玉”后记 十堰风物第一传	-----159
贰拾壹	十堰日报传媒集团“特色设计”之探究 报纸特刊的包装与创意	-----167
贰拾贰	十堰日报传媒集团办活经营性专刊之探究 精准策划下的战略出击	-----177

壹

我们缺少的不是过“年”的激情，而是庆
“年”的新方式与新载体。

策划案例：2013十堰最富年味的春节消费白皮书

实施时间：2013年元月中旬

创 新 点：给营销插上文化和娱乐的翅膀

十堰最富年味的春节消费白皮书

欢乐Style中国年

□李毅

喜庆的春联，火红的灯笼，热气腾腾的饺子，不绝于耳的爆竹声，绽放夜空中的美丽烟花……过年了！

2013新年将至之际，本刊推出《欢乐Style中国年》特别策划，为你打造一册最富年味的春节消费手册，解读深层的年俗文化，盘点趣味的年味故事，搜罗新兴的庆年方式，推荐创意的消费主张，让你呼吸到浓浓年味的同时，玩转这个欢乐Style中国年！

T04—T09 楼宇篇

T10—T13 家居篇

T14—T21 年货篇

T22—T29 美食篇

T30—T32 通讯篇

T34—T42 健康篇



策划思路

“江南style”这么火，正好信手拈来：串起年俗文化，佐料年味故事，翻新庆年创意，端出消费新主张……

- 一场举国同庆的盛会叫春节。
- 一段辛苦甜蜜的旅程叫春运。
- 一间牵挂相思的屋子叫老家。
- 一次囤积购物的过程叫办年货。
- 一顿丰盛团圆的晚餐叫年夜饭。
- 一声美好祝福的问候叫拜年。
- 一种新兴庆年的方式叫春节游。
- 一抹全民膜拜的颜色叫中国红。
- 一个吉祥如意的符号叫中国结。
- 一份民族凝练的情愫叫中国情。

第一部分

一场举国同庆的盛会叫春节

文化解析

中国年是春节的别称。因为春节是中国最为隆重的节日，全球华人华侨都庆祝春节，故名中国年。春节，即农历新年，俗称过年，一般指除夕和正月初一，与清明节、端午节、中秋节并称为中国汉族的四大传统节日。“春节”一词已入选中国世界纪录协会中国最大的节日，位居中国四大传统节日之首。2006年5月20日，“春节”民俗经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。在民间，传统意义上的春节从腊月初八的腊祭或腊月二十三、二十四的祭灶开始，一直延续到正月十五，其中以除夕和正月初一为高潮。春节历史悠久，起源于殷商时期年头岁尾的祭神祭祖活动。春节期间，中国的汉族和很多少数民族都要举行各种活动以示庆祝。这些活动均以祭祀神佛、祭奠祖先、除旧布新、迎禧接福、祈求丰年为主要内容。活动丰富多彩，带有浓郁的民族特色。现在随着中国软实力和硬实力的不断提升，中国年正在慢慢国际化，受到世界各地人们的追捧，过中国年的人越来越多，中国“年味”正在蔓延全球！

第二部分

一段辛苦甜蜜的旅程叫春运

文化解析

春运是中国在农历春节前后发生的一场大规模的交通运输压力现象，以春节为中心，共40天左右，对铁路、公路、航空进行专门运输安排的全国性交通运输高峰。中国春运被誉为人类历史上规模最大的周期性的“人类大迁徙”。在这40天左右的时间里，有30多亿人次的人口流动，占世界人口的1/2，相当于全国人民进行两次大迁移，创造了多项世界之最、中国之最。



《汽车周刊》封面

招商线索

有一种寒冷叫“忘穿秋裤”，有一种拥挤叫“渴望自驾”。亲，你可曾为一张回家的车票彻夜排队？是否感受过春运途中的摩肩接踵？是否想在这个春节出行之前买一部属于自己的车？

相关部室：汽车部

第三部分

一间牵挂相思的屋子叫老家

文化解析

老家指在故乡的家庭。老家是什么？老家就是那座山城、那条河道、那片绿色的小树林、那间四世同堂的屋子、那张慈父慈母爬上皱纹的脸……老家意味什么？意味着生命的根基。即使没有生在这里也没有长在这里，但是这血脉、这基因、这些与生俱来的东西是永远不会改变的，世世代代都不会改变。老家，不管她是穷是富，是美是丑，都是精神家园的一部分。爱她，敬她，想她，梦她，念她，品她……你才是个有根底的人，睡得更安稳，活得更踏实。

招商线索

在外打拼的人啊，回到久违的老家，是否发现装满童年回忆的老房子不再那么光鲜，甚至墙角有些剥落的痕迹？是否察觉到鬓角添了银丝的父母双亲，总爱站在新楼盘的广告牌前驻足欣赏？给他们一个更安稳舒适的家吧！

相关部室：房产部

第四部分

一次囤积购物的过程叫办年货

文化解析

过年，是中国人几千年来最大的事！过年之前要做很多准备，要买很多东西，吃的、用的、穿的、戴的、耍的、供的，干的、鲜的、生的、熟的，统称“年货”，而这个采购的过程则被称为“办年货”。除了置办过年期间的食材以外，人们会买糖果、干果、水果、巧克力、曲奇饼等供亲戚朋友来拜年时享用，也可当作去别人家拜年时送的礼物。有老人的家庭多数喜欢自己晒制，老人不在身边的年轻人也会买些现成的年货。据说，在农村，有的农户甚至要花上整个腊月的时间来置办这些年货。在置办年货的点点滴滴中，喜庆气氛次第展开。

招商线索

今年年货买点啥，钱多的买切糕，钱少的买年糕！日子一进入腊月，年味就越来越浓，家家户户都开始置办年货，腊肉、腌鱼、酱鸭、腌火腿，甚至小核桃、冬笋……置办年货，去这些地方吧！

相关部门：商场部

第五部分

一顿丰盛团圆的晚餐叫年夜饭

文化解析

年夜饭又称团圆饭，是农历除夕的一餐。这一天人们准备除旧迎新，无论相隔多远，工作多忙，总希望回到自己家中团聚，吃一顿团团圆圆的年夜饭。因此年夜饭也叫“合家欢”，是人们极为重视的家庭宴会，表现出中华民族家庭成员的互敬互爱，这种互敬互爱使一家人之间的关系更为紧密。家人的团聚往往令一家之“煮”的父母长辈在精神上得到安慰与满足，老人家眼看儿孙满堂，一家大小共叙天伦，过去的关怀与抚养子女所付出的心血总算没有白费，这是何等的幸福。而年轻一辈，也正可以借此机会对父母的养育之恩表达感激之情。

招商线索

热热闹闹的春节就要到了，而春节最为期盼和重要的莫过于合家团圆的年夜饭。在鞭炮声中，全家人围坐在一起，共同辞旧迎新。如何把年夜饭吃得精致、吃得健康就有讲究了。欢乐年夜饭，你想在哪儿吃？如何吃？

相关部门：综合部

第六部分

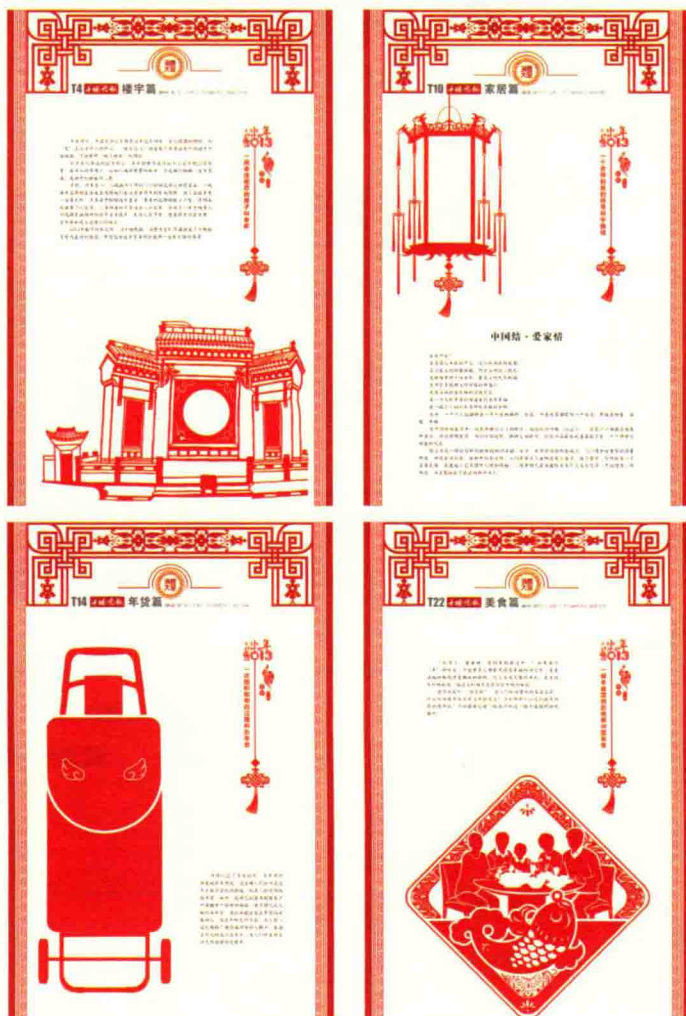
一声美好祝福的问候叫拜年

文化解析

拜年是民间的传统习俗，是人们辞旧迎新、相互表达美好祝愿的一种方式。我们通常知道的是正月初一家长带小辈出门谒见亲戚、朋友、尊长，用吉祥语向对方祝颂新年，幼者叩头致礼，谓之“拜年”。主人家则以点心、糖食、红包（压岁钱）热情款待。古时“拜年”一词原有的含义是为长者拜贺新年，包括向长者叩头施礼、祝贺新年如意、问候生活安好等内容。遇有同辈亲友，也要施礼道贺。随着时代的发展，拜年的习俗亦不断增添新的内容和形式。现在人们除了沿袭以往的拜年方式外，又兴起了礼仪电报、手机飞信、网络微

- 1 楼宇篇小封面
- 2 家居篇小封面
- 3 年货篇小封面
- 4 美食篇小封面

1	2
3	4



博、电子贺卡等新的拜年方式。

招商线索

大年初一，人们穿戴一新走亲访友，相互拜年。可是，路途遥远伤不起，异地恋爱伤不起，独自在外伤不起！如何向远方的亲朋好友拜年呢？提前筹集你的数码装备吧！手机、电脑、可视电话一样也不能少！飞信、微博、私信一项都不能落！

相关部门：通讯部

- 1 通讯篇小封面
- 2 健康篇小封面

1

2



第七部分

一种新兴庆年的方式叫春节游

文化解析

春节黄金周由于五一长假被取消更显“珍贵”。一年的辛劳奔波早已疲惫，高楼大厦的城市环境早已呆腻，公式化的生活更是让人觉得麻木。都市里虽然也有让人放松的地方，可哪里比得上自然界的盛景——青山绿水、高原海子、阳光沙滩、林海雪域。于是，你想背起行囊，在这个岁末好好奖赏自己。你可以去南方的海岛，在寒冷的冬天感受沙滩的热度；你也可以去北方的冰天雪地，泡温泉、高山滑雪，尽情地释放着自己的疲惫；当然，你还可以到异国他乡，感受不同的文化，体验不一样的春节。

招商线索

春节将至，空气中充满着新年的味道。你是想安安分分地“快乐到家”，还是想体验一把

《人再囧途之泰囧》里的冒险奇遇？目前，各大旅行社的春节游线路已经全面上市。下面就为您搜索最全面的旅游攻略，推荐最值得一去的好地方。

相关部室：《旅游周刊》

第八部分

一抹全民膜拜的颜色叫中国红

文化解析

红色是中华民族最喜爱的颜色，甚至成为中国人的文化图腾和精神皈依。中国红氤氲着古色古香的秦汉气息，延续着盛世气派的唐宋遗风，沿袭着灿烂辉煌的魏晋脉络，流转着独领风骚的元明清神韵，是嘉兴南湖的红色航船，是八一南昌的炮火连天，是井冈山上的星星之火，是雪山草地的赤胆忠心，是新时代中国人民红红火火的日子，是新中国不断提升的综合国力。中国红渗进百姓生活，从朱门红墙到红木箱柜，从张灯结彩的绸布到本命年的腰带佩饰，从孩子的贴身肚兜到深闺女儿的红头绳，从医院符号的红“+”字到红十字会、红丝带运动，从一颗红心到面色红润……中国红与生命、健康结下不解之缘。

招商线索

中国红代表着平安、喜庆、福禄、康寿、健康、生命力，意味着百事顺遂、驱病除灾、逢凶化吉、弃恶扬善……从2013年的第一个月份开始，规划好你的养生大计。春节期间，嗨翻全场，更要HOLD住健康！

相关部室：医疗部

第九部分

一个吉祥如意的符号叫中国结

文化解析

中国结，它身上所显示的情致与智慧正是中华古老文明中的一个侧面，是由旧石器时代的缝衣打结，推展至汉朝的仪礼记事，再演变成今日的装饰手艺。周朝人随身佩戴的玉常以中国结为装饰，而战国时代铜器上也有中国结的图案，延续至清朝中国结真正成为流传于民间的艺术。当代多被当成室内装饰、亲友间的馈赠礼物及个人的随身饰物。因其外观对称精致，可以代表中华民族悠久的历史，符合中国传统装饰的习俗和审美观念，故命名为中国结。中国结不仅造型优美、色彩多样，同时作品的命名，如“吉庆有余”、“福寿双全”、“双喜临门”、“吉祥如意”、“一路顺风”等都代表热烈浓郁的美好祝福，是传达衷心至诚祈求和心愿的佳作。

招商线索

挂中国结、剪窗花、贴福字、裱对联……多么喜庆有爱的“手工课”。新年将至，快动手把你的爱家布置一新吧！

相关部室：家装建材

第十部分

一份民族凝练的情愫叫中国情

文化解析

为何40天的春运里会有30亿人次的大流动？

为何一台央视春晚能吸引亿万眼球的关注？

为何有钱没钱，挤破了头也要回家过年？

……

回家过年是中国人特有的情愫。对回家过年的重视和尊重，如同对历史、对传统、对文化的尊重与认同，这种情愫铭刻在每个中国人心里，流淌在每个中国人的血液里。

春节是中国人一年中最重要的节日。勤劳朴实的中国人给春节赋予了悠长、深厚的情结。首先，它是团圆节。春节一到，无论身在何处，无论冰霜雪雨，都无法阻挡游子与家人团圆的步伐。所以，每逢春节，最繁忙最拥挤的地方总是车站、机场。挤挤挨挨、人头攒动，把所有用于形容人多拥挤的词儿用在一处来形容都不为过。看上去拥挤不堪的场面，体现着中国人心中最为质朴的情感，那就是早日与家人团聚的拳拳之心。其次，它是迎春之节。春节古时叫“元旦”，“元”者始也，“旦”者晨也，“元旦”即一年的第一个早晨。汉武帝时，司马迁创造了《太初历》，确定了正月为岁首，正月初一为新年。春是四季之首，所以人们便把农历正月初一定为春节。“春季里来百花开”，春季是一年中最美丽的季节，因此，人们欢度春节也寄托了迎接美好及希望的情结。春节期间，红梅飘香，至爱亲朋，同事战友，你来我往，相互祝福，也蕴藏着有福不独享、大家共欢乐的人间真情，可谓把美好与希望播撒人间的“博爱”也。