



鑫三才 XINSANCAI WENHUACHUANBOYOUXIANGONGSI
汤俊峰 杨学军◎主编

严 谨 / 策划

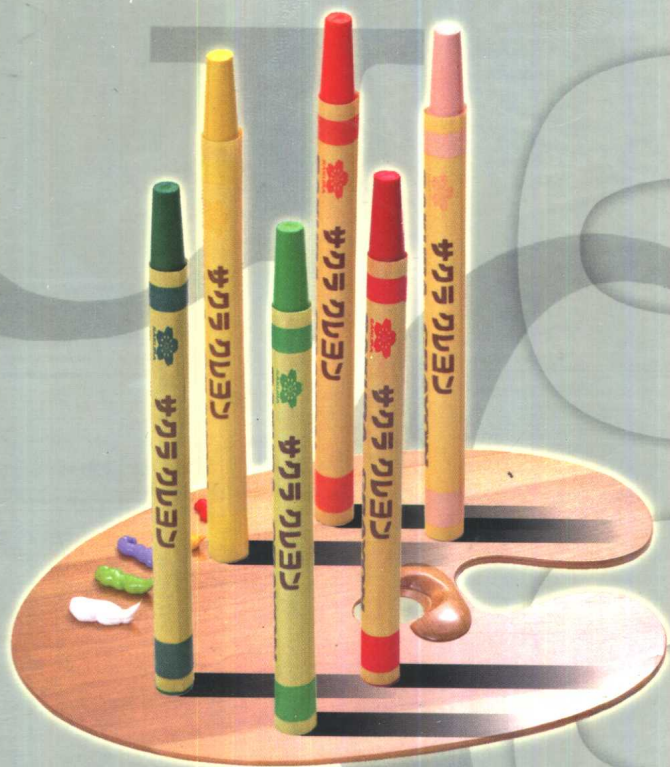
成功案例丛书

001

CHENGGONGGUANGGAO

成功广告案例评析

ANLIPINGXI



中国商业出版社

成功案例评析丛书

成功广告案例评析

孔祥宇 张玉荣
成华军 张振华 编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

成功广告案例评析/孔祥宇等编著. —北京:中国商业出版社, 2001.5

ISBN 7-5044-3853-7

I. 成… II. 孔… III. 广告-案例-分析
IV. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 18762 号

责任编辑:刘毕林

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
北京星月印刷厂印刷

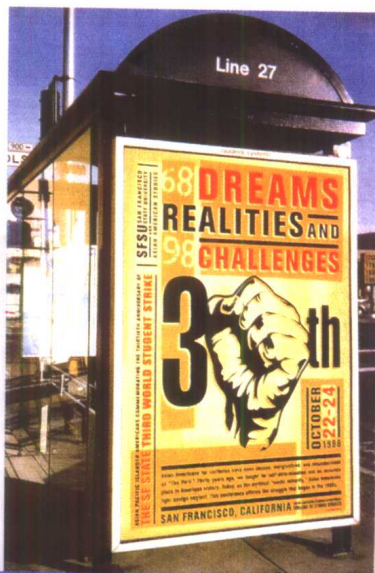
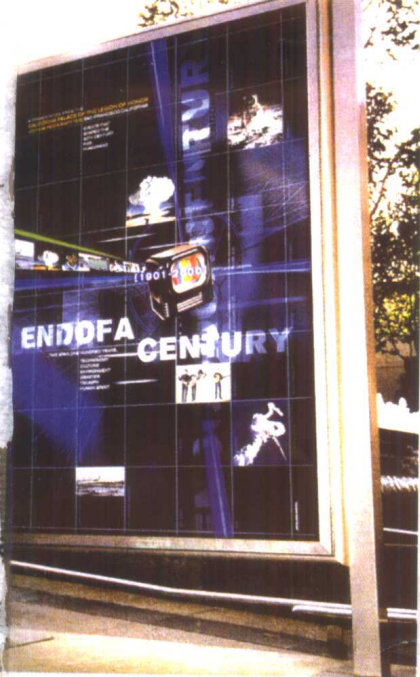
*

850×1168 毫米 32 开 14 印张 250 千字
2001 年 5 月第 1 版 2001 年 5 月第 1 次印刷
定价:28.00 元

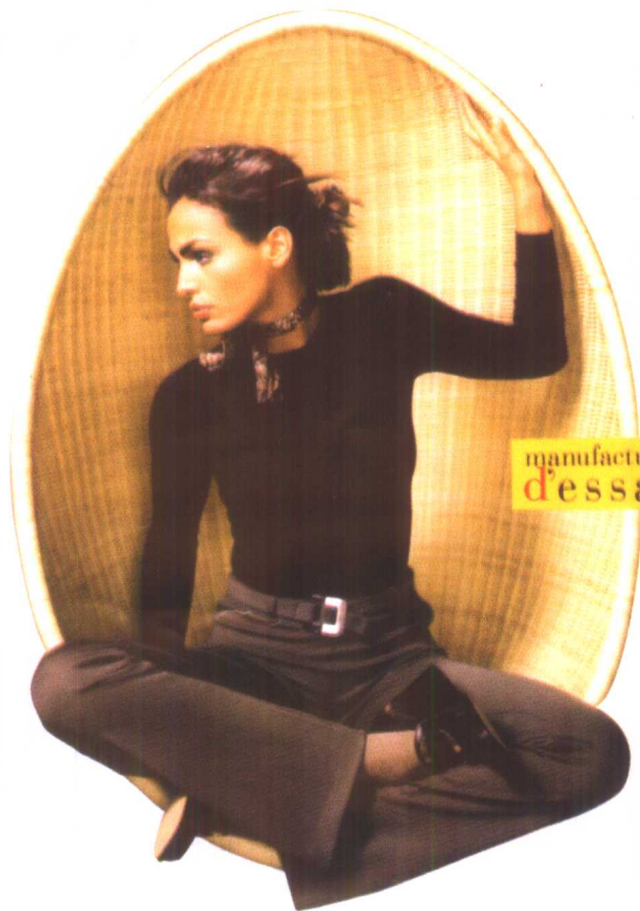
* * * *

(如有印装质量问题可更换)

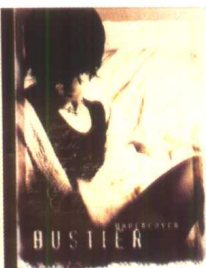
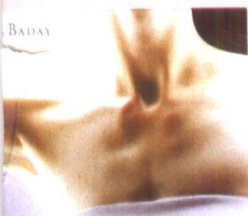
户外广告
创意



时装广告
创意



manufacture
d'essa



识别系统
创意



THE SU SYSTEM

THE SU SYSTEM
The SU System is a comprehensive system of identification for the Syracuse University community. It includes a variety of products, from clothing to stationery, all featuring the SU logo in a consistent, stylized format.

THE SU SYSTEM
The SU System is a comprehensive system of identification for the Syracuse University community. It includes a variety of products, from clothing to stationery, all featuring the SU logo in a consistent, stylized format.



THE SU SYSTEM



PLAYERS OF THE GAME



Antwuan Ponds
SYRACUSE LB
14 Tackles

Ken Oxendine
VIRGINIA TECH RB
104 Rush Yds
2 TD



海报招贴 创意

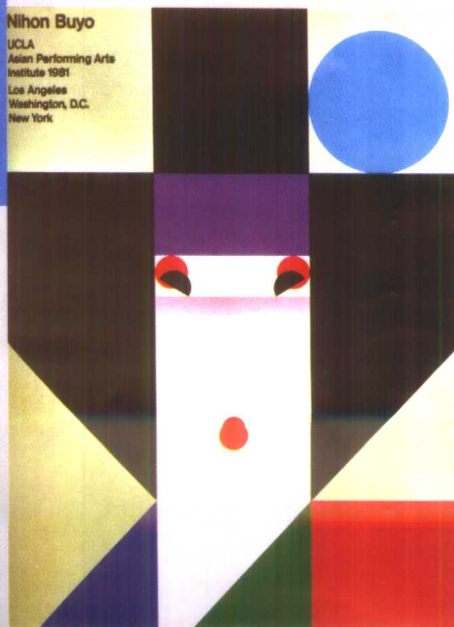
روز حقوق بشر

۱۳۴۵ - ۱۰ آذر ۱۳۷۶

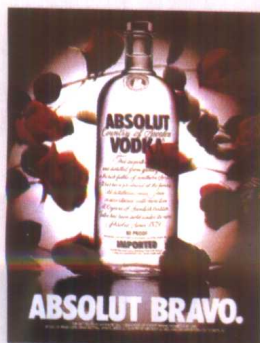
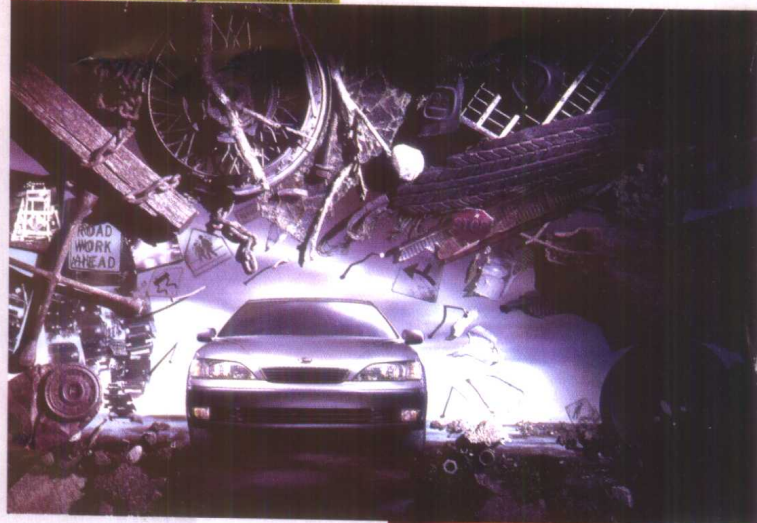
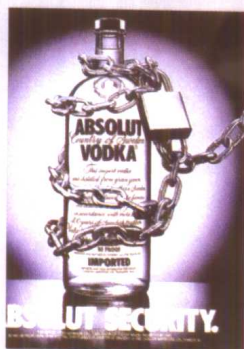
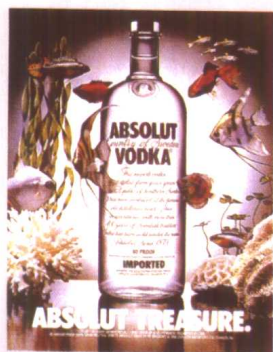
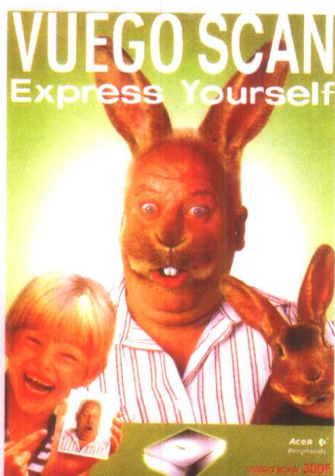


Nihon Buyo

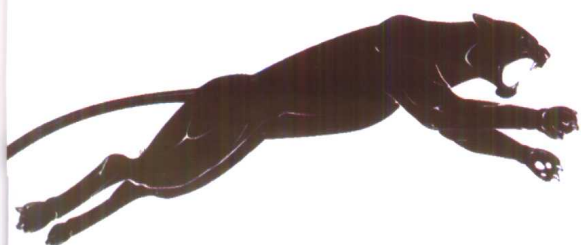
UCLA
Asian Performing Arts
Institute 1981
Los Angeles
Washington, D.C.
New York



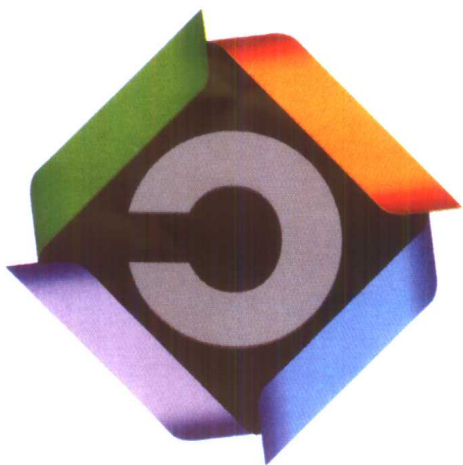
影视广告
创意



标志
创意



PANTHER



EURO LEVIN



◆ ATTIC ◆


TEPLICK
LASER SURGERY CENTERS

报刊杂志 创意



He's got his father's eyes.
Cataracts and all.

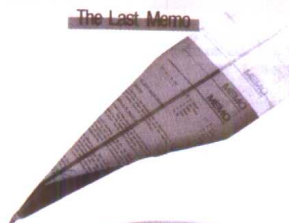
to the fact that children do think eyes larger than life. With genetic disorders that cause eye and/or vision loss conditions.

The persistence of the five thousand families with highly unique children eye research centers is a testament to a greater ability to understand and face the many other limiting eye conditions. In fact, the techniques and treatments we developed help restore or preserve the vision of tens of thousands of people every year. With your support we could help help more.

Please send your deductible contribution (tax or 20 treated) Send: Dept. TB, Eye Research, 2001-2014, to: Eye Research Institute.

If you see the light, chances are more visually impaired children will, too.

EYE RESEARCH INSTITUTE
Don't close your eyes to the problems of blindness.

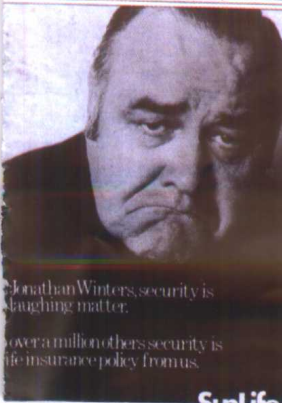


**Now there's a better way
to run an office.**

Today's office paper strategy became obsolete as data became integrated into systems. All communications can be performed electronically, instantly. Imagine how much time will be saved when you and your colleagues can retrieve and update information from any location simultaneously without leaving your desks. You can schedule meetings and locate drivers, as well as plan and organize information in your central database. Meetings can then be reviewed and scheduled with the click of a button.



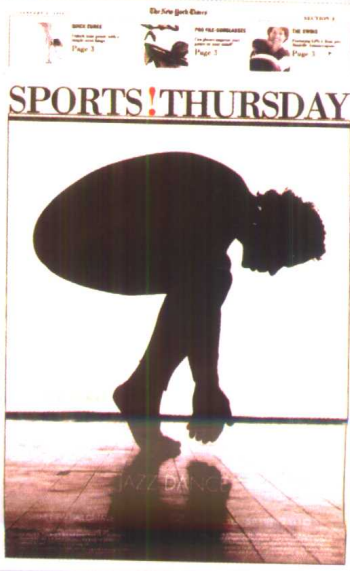
Over 200,000 systems installed worldwide



Jonathan Winters, security is a laughing matter.

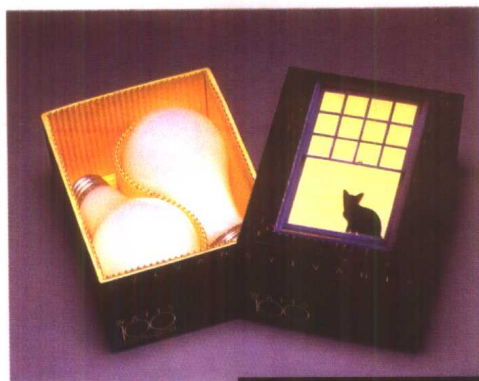


AN EXHIBITION
THE MUSEUM OF FINE ARTS BOSTON



7/ JAZZ DANCE

产品包装
创意



《成功案例评析》丛书编委会

主编：汤俊峰 杨学军

顾问：李作敏 董国兴

编委（按姓氏笔划为序）：

孔祥宇 冯云舫 李庆堃

成华军 张玉荣 张振华

张洪涛 杜芝霞 胡玄能

郭洪太 奚敏敏

总 序

案例教学法，最著名的当属哈佛商学院的 MBA 案例教学法。用此种方法，哈佛培养出了许多世界一流的管理大师。当今地球村中最令人羡慕的职业之一——著名跨国公司的 CEO，许多人都出身于哈佛商学院。哈佛商学院自然声名鹊起，哈佛商学院的案例教学法，也被视为培养高级管理人才最成功的方法。

案例教学法是否始自哈佛商学院，我没有考证过，但案例教学法因哈佛商学院而闻名却是无人质疑的。当人们津津乐道哈佛与哈佛的案例教学法时，我却想起了另外一些事情。孙子编《十三篇》时，只是写了一些战法，没有写战例，因为那时战例还积累得不多，但当明人编写兵书时，就出来了《百战奇略》，每一战法都配有一个战例，作为将军们的读物和培养将军的教科书是再好不过的了。哈佛的案例教学法是否源自《百战奇略》的战例教学法或由其脱胎而来，我不得而知，但我想不管是战例教学法，还是案例教学法，作为培养实践型人才的一种有效的方法，是不会错的。这点已被历史和现实证明。

人们常把商场说成战场，把商业竞争说成商战，我想其含义大概在于其残酷性。优胜劣汰，少数人成功，多数人失败，开始时诸侯纷争，最终只是几强称霸。世界商战史上的钢铁行业、石油行业、汽车行业，其纷争莫不如此。新兴的 IT 业也正重复上演着这一剧目，只不过大幕刚刚拉开而已。

如何在残酷的竞争中生存发展下去，除了具有必要的管理技能之外，更要有管理才干。要增长才干，系统的理论学习固

然重要，更重要的是在实践中学习。但是每个人的实践局限性是很人的，不可能事事亲历，案例学习就提供了一个极好的方法。置身案例的背景、环境中，分析利弊得失，制订应对策略，推测发展结果；经过这样大量案例的学习训练，读者的头脑中就储备了丰富的应对策略，在实践中遇到类似的问题，就多了几条备选方案。这正是本套丛书编写者的初衷。当然，“尽信书则不如无书”，不可像赵括用兵那样生搬硬套。时过境迁，背景、环境、条件、人物都发生了变化，过去的战略、策略和技巧未必适合今天，还是要具体问题具体分析。我们相信，随着读者才干的增长与经验的积累，会创造出更为辉煌的业绩，用自己的经营实践，书写出更为经典的案例，在比尔·盖茨、亚科卡、李嘉诚、包玉刚等名字的后面，增加更多为世人景仰的名字。

本书在编写时，采用案例加评析的方法。案例的叙述力求做到客观、具体，脉络清晰，便于读者自己进行分析；评析力求一针见血、矢矢中的，给读者以启发。为了便于企业管理者参考，我们编写了实务进阶，对每书所涉及的领域内的技能与技巧，作了较为系统的介绍。

以加入 WTO 为新的发展契机，21 世纪的中国将继续在改革与开放中保持国民经济的稳步快速发展，这一进程为当代人提供了更为广阔的舞台。我们相信，在这个舞台上一定会演出更多、更为壮观的剧目。

李行敏

2001 年 4 月 15 日

目 录

总 序	(1)
第一篇 食品类广告	(1)
[案例 1] 阿香婆辣酱	(3)
[案例 2] 龙口粉丝	(5)
[案例 3] 麦当劳	(7)
[案例 4] 美国土豆	(9)
[案例 5] 南方黑芝麻糊	(12)
[案例 6] 洽洽瓜子	(15)
[案例 7] 双汇火腿肠	(17)
[案例 8] 喜年来蛋卷	(20)
实务进阶——广告创意之技法	(24)
第二篇 酒及饮料类广告	(41)
[案例 9] 汾阳杏花酒	(43)
[案例 10] 保健运动饮料	(45)
[案例 11] 韩国美极士碳酸牛奶	(47)
[案例 12] 可口可乐	(50)
[案例 13] 雀巢咖啡	(54)
[案例 14] 宁红好喝茶	(58)
[案例 15] 娃哈哈果奶	(63)
[案例 16] “绿之源,螺旋藻”	(66)
[案例 18] 骄杨爽啤	(70)

[案例 19]	汾煌可乐	(74)
[案例 20]	伯德威瑟啤酒	(78)
[案例 21]	美国啤酒	(80)
实务进阶——广告文案写作之技法		(82)

第三篇 医药及化妆品类广告

[案例 22]	“白加黑”感冒药片	(103)
[案例 23]	江西江中草珊瑚含片	(106)
[案例 24]	洁尔阴洗液	(108)
[案例 25]	九胃泰	(110)
[案例 26]	灭蟑螂药	(112)
[案例 27]	奥妮皂角洗发液	(114)
[案例 28]	六神牌花露水	(116)
[案例 29]	宝洁公司玉兰油	(117)
[案例 30]	力士洗发水	(119)
[案例 31]	昂立一号药品	(122)
[案例 32]	天山雪莲药垫	(125)
[案例 33]	天伦高血压治疗仪	(128)
[案例 34]	柯得智力宝	(133)
[案例 35]	汇仁牌乌鸡白凤丸	(137)
[案例 37]	宝迪电疗仪器广告	(141)
[案例 38]	哈磁驱虫消食片——妈妈篇	(144)
实务进阶——广告文案写作之技法		(147)

第四篇 工业品及装饰品类广告

[案例 39]	艾维思出租车公司	(169)
[案例 40]	宝利来照相机	(171)
[案例 41]	德国一打字机广告	(173)

[案例 42]	日本丰田汽车公司广告	(175)
[案例 43]	ICI 得利涂料广告	(177)
[案例 44]	美国石膏公司	(179)
[案例 45]	北京王麻子刀剪铺	(181)
[案例 46]	雪铁龙汽车	(183)
[案例 47]	杜邦	(185)
[案例 48]	正大集团	(188)
[案例 49]	富亚涂料	(191)
实务进阶——广告活动决策之要素		(195)
第五篇 电器电子用品广告类		(213)
[案例 50]	长虹电视	(215)
[案例 51]	联想电脑	(217)
[案例 52]	美的空调	(219)
[案例 53]	美国贝尔电话公司	(221)
[案例 54]	上凌空调	(224)
[案例 55]	万家乐电器	(226)
[案例 56]	爱立信手机	(229)
[案例 57]	摩托罗拉寻呼机	(232)
[案例 58]	威力洗衣机	(236)
[案例 59]	西冷空调	(238)
[案例 60]	美国太平洋电话公司	(241)
[案例 61]	菲利浦电器	(244)
[案例 62]	小霸王电脑学习机	(247)
[案例 63]	东宝电器	(250)
[案例 64]	方正电脑	(253)
[案例 65]	法国明星洗衣机	(256)
[案例 66]	步步高无绳电话——尴尬篇	(258)