

# 《欧美广告精选赏析》

## 图书基本信息

书名：《欧美广告精选赏析》

13位ISBN编号：9787561429150

10位ISBN编号：7561429150

出版时间：2004-11

出版社：四川大学出版社

作者：卫军英 编

页数：231

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《欧美广告精选赏析》

## 内容概要

《欧美广告精选赏析》从整个广告发展着眼，把进入20世纪以来的现代广告作为自己参照的对象。显然，我们试图用这样一种方式，在描述广告发展轨迹的同时，力求展示出一幅色彩缤纷的广告长卷，把趣味性的阅读和令人心旷神怡的观赏融为一体，也许这正是传统文字符号传达进入到当今视觉符号之际，一种新的阅读方式的尝试。从广告本身来看，其表达方式本身就是文字形式与图像形式的一种组合运用，因此这种选择具有必然意义。当然，在跨度一百多年的广告星河中选取最为耀眼的星斗，我们很难断言自己的选择是最有价值的，但是这些广告以及广告所代表的品牌，却确实实实在广告发展史中具有极大的代表意义。也许它们现在已经陨落了，但是当年也曾经像哈雷慧星般受到人们的关注，因此在星河灿烂的广告长河中，它们也理应受到我们的关注。我们深知，完成一部至善至美的广告典例著作，就像是遥望月中嫦娥那样，简直就是可望不可及的事情，但是“美人如花隔云端”却并不妨碍我们“溯游从之，宛在水中央”。

# 《欧美广告精选赏析》

## 书籍目录

序曲第一章 传统广告的终结 一、概述：消费经济的兴起 二、广告改变了早餐食谱 三、太阳亲吻达的新奇士 四、绘画效果在广告的运用 五、时尚女性的广告冲击 六、汽车开始闯入公路第二章 独特的销售说辞 一、概述：强销的广告概念 二、为了一支骆驼香烟 三、巧克力的独特卖点 四、味道好极了的咖啡 五、寻找至尊的独特个性第三章 探寻内在戏剧性 一、概述：为产品寻找趣味 二、牛仔鼻祖李维斯 三、月光下收获绿巨人 四、精彩纷呈的威威啤酒 五、经典名贵的马爹利 六、芝华士吸引男人的“眼睛” 七、自由驰骋的宝马汽车第四章 雍容华贵的形象 一、概述：广告创造出个性 二、成宝路的生财之道 三、阿迪达斯的年轻激情 四、创造科学奇迹的杜邦 五、来自英伦的绅士 六、独眼包装哈撒威衬衫 七、风靡世界的麦当劳第六章 唯美形式的滥我觞 一、概述：伟大形式的张力 二、花旗银行娱乐化追求 三、联邦快运的戏剧化效果 四、奥尔巴克百货的变脸 五、艾维斯宣称只是第二 六、大众甲壳虫以小制胜第六章 定位以策略取胜 一、概述：告别创新时代 二、百事，新一代的选择 三、七喜的“非可乐”定位 四、沃尔沃打造最安全的车 五、泰诺为对手重新定位 六、嘉士伯声称可能是最好的 七、米勒自己定位淡啤酒……第七章 竞争正千姿百态第八章 性感和象征诉求第九章 娱乐获得注意力第十章 变换的媒体时代

## 精彩短评

- 1、很推荐，个人非常喜欢目录逻辑顺序很好例子也很细致书的前面还有彩印图片推荐给动心的朋友~
- 2、整个书只有前几页的图片是彩色的之后的图是黑白的而且很是模糊整个书的纸质也不是很好这本书是在当当买的第一本书也是到目前为止唯一失败的一本
- 3、看不出来编这本书是为了什么，专业知识一点都没提到，而且语言也淡而无味，无论是分析还是感性体悟都不到位。川大老师就这个水平？最郁闷的是，粗粗翻了一半，至少发现了两个错别字.....失望。
- 4、我是一个很喜欢广告的人，当然了，我们国内省级电视台的广告，不包括在内。在国外，广告不仅是一道风景线，更是一种艺术的象征。在国内，或许我们的生活环境有关系，大家对这些不是很看重，我想有一天，我们也可以做出很好很优秀的广告。
- 5、很多经典广告，业内人士应该了解的。
- 6、很经典,很详细,很全面.个个类型的平面广告都有.很好.稀饭.真心推荐.
- 7、摘录此书目录，以备查用。

## 目录

### 序曲

#### 第一章 传统广告的终结

- 一、概述：消费经济的兴起
- 二、广告改变了早餐食谱
- 三、太阳亲吻达的新奇士
- 四、绘画效果在广告的运用
- 五、时尚女性的广告冲击
- 六、汽车开始闯入公路

#### 第二章 独特的销售说辞

- 一、概述：强销的广告概念
- 二、为了一支骆驼香烟
- 三、巧克力的独特卖点
- 四、味道好极了的咖啡
- 五、寻找至尊的独特个性

#### 第三章 探寻内在戏剧性

- 一、概述：为产品寻找趣味
- 二、牛仔鼻祖李维斯
- 三、月光下收获绿巨人
- 四、精彩纷呈的威威啤酒
- 五、经典名贵的马爹利
- 六、芝华士吸引男人的“眼睛”
- 七、自由驰骋的宝马汽车

#### 第四章 雍容华贵的形象

- 一、概述：广告创造出个性

- 二、成宝路的生财之道
- 三、阿迪达斯的年轻激情
- 四、创造科学奇迹的杜邦
- 五、来自英伦的绅士
- 六、独眼包装哈撒威衬衫
- 七、风靡世界的麦当劳

## 第五章 唯美形式的滥我觞

- 一、概述：伟大形式的张力
- 二、花旗银行娱乐化追求
- 三、联邦快运的戏剧化效果
- 四、奥尔巴克百货的变脸
- 五、艾维斯宣称只是第二
- 六、大众甲壳虫以小制胜

## 第六章 定位以策略取胜

- 一、概述：告别创新时代
- 二、百事，新一代的选择
- 三、七喜的“非可乐”定位
- 四、沃尔沃打造最安全的车
- 五、泰诺为对手重新定位
- 六、嘉士伯声称可能是最好的
- 七、米勒自己定位淡啤酒

## 第七章 竞争正千姿百态

- 一、概述：多元时代的竞争策略
- 二、可乐双雄的世纪大战
- 三、宝洁联合利华逐鹿中国
- 四、柯达与富士此消彼长
- 五、奔驰的王者风范
- 六、MCI挑战AT&T

## 第八章 性感和象征诉求

- 一、概述：展示女性世界的魅力
- 二、性感广告的朦胧尝试
- 三、夏奈尔成为香水皇后
- 四、力士做出美丽的承诺
- 五、露华浓不仅出售香水
- 六、夏纳广告的性感情节

## 第九章 娱乐获得注意力

- 一、概述：关键是抓住眼球
- 二、塑造运动偶像的耐克
- 三、迪斯尼出售换了的富翁
- 四、劳力士精确创造身价
- 五、迪塞尔演绎黑色幽默

## 第十章 变换的媒体时代

- 一、概述：广告在信息革命中延伸

## 《欧美广告精选赏析》

二、放之四海皆准的IBM

三、移动通信的先驱——诺基亚

四、回复青春的摩托罗拉

五、惠普服务创造网络精髓

六、英特尔有一颗奔腾的心

8、usp等的概念从50年到70年代左右的详细评析广告的历程和理念的变化，通过经典事例来解析。

9、里面的广告虽然都很经典，但是有一定的历史了，已经被分析地不能再分析了，建议需要进行广告作品的广告学系的学生不要购买！广告赏析最好是原创的，并且要有自己独特的见解，这些被别人嚼烂的东西我们也分析不出新颖的东西出来了！

10、大概講述了歐美廣告史 舉例並分析了一些經典的廣告 主講usp的方法 讀著讀著覺得好乏味 過於沈悶

11、这本书偶喜欢，阅读以后有助于进一步增长广告知识，其他书籍没有这么具体的内容。上课的时候信手捏来就成了，很好用！

1、摘录此书目录，以备查用。目录序曲第一章 传统广告的终结一、概述：消费经济的兴起二、广告改变了早餐食谱三、太阳亲吻达的新奇士四、绘画效果在广告的运用五、时尚女性的广告冲击六、汽车开始闯入公路第二章 独特的销售说辞一、概述：强销的广告概念二、为了一支骆驼香烟三、巧克力的独特卖点四、味道好极了的咖啡五、寻找至尊的独特个性第三章 探寻内在戏剧性一、概述：为产品寻找趣味二、牛仔鼻祖李维斯三、月光下收获绿巨人四、精彩纷呈的威威啤酒五、经典名贵的马爹利六、芝华士吸引男人的“眼睛”七、自由驰骋的宝马汽车第四章 雍容华贵的形象一、概述：广告创造出个性二、成宝路的生财之道三、阿迪达斯的年轻激情四、创造科学奇迹的杜邦五、来自英伦的绅士六、独眼包装哈撒威衬衫七、风靡世界的麦当劳第五章 唯美形式的滥我觞一、概述：伟大形式的张力二、花旗银行娱乐化追求三、联邦快运的戏剧化效果四、奥尔巴克百货的变脸五、艾维斯宣称只是第二六、大众甲壳虫以小制胜第六章 定位以策略取胜一、概述：告别创新时代二、百事，新一代的选择三、七喜的“非可乐”定位四、沃尔沃打造最安全的车五、泰诺为对手重新定位六、嘉士伯声称可能是最好的七、米勒自己定位淡啤酒第七章 竞争正千姿百态一、概述：多元时代的竞争策略二、可乐双雄的世纪大战三、宝洁联合利华逐鹿中国四、柯达与富士此消彼长五、奔驰的王者风范六、MCI挑战AT&T第八章 性感和象征诉求一、概述：展示女性世界的魅力二、性感广告的朦胧尝试三、夏奈尔成为香水皇后四、力士做出美丽的承诺五、露华浓不仅出售香水六、夏纳广告的性感情节第九章 娱乐获得注意力一、概述：关键是抓住眼球二、塑造运动偶像的耐克三、迪斯尼出售换了的富翁四、劳力士精确创造身价五、迪塞尔演绎黑色幽默第十章 变换的媒体时代一、概述：广告在信息革命中延伸二、放之四海皆准的IBM三、移动通信的先驱——诺基亚四、回复青春的摩托罗拉五、惠普服务创造网络精髓六、英特尔有一颗奔腾的心

2、我是一个很喜欢广告的人，当然了，我们国内省级电视台的广告，不包括在内。在国外，广告不仅是一道风景线，更是一种艺术的象征。在国内，或许我们的生活环境有关系，大家对这些不是很看重，我想有一天，我们也可以做出很好很优秀的广告。

# 《欧美广告精选赏析》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)