一狮广告策划设计会展会务发布会展览展示大型活动执行一条龙

产品名称	一狮广告策划设计会展会务发布会展览展示大型活动执行一条龙
公司名称	上海一狮广告有限公司
价格	800.00/套
规格参数	
公司地址	中国 上海 上海 浦东新区 苗圃路400-5-601
联系电话	86 021 68878256

产品详情

啰嗦几句广告创意

1．商品情报型这是最常用的广告创意类型。它以诉示广告商品的客观情况为核心，表现商品的现实性和真实性本质，以达到突出商品优势的目的。2．比较型这种类型的广告创意是以直接的方式，将自己的品牌产品与同类产品进行优劣的比较，从而引起消费者注意和认牌选购。在进行比较时，所比较的内容最好是消费者所关心的，而且要是在相同的基础或条件下的比较。这样才能更容易地刺激起他的注意和认同。比较型广告创意的具体应用就是比较广告。在进行比较型广告创意时，可以是针对某一品牌进行比较，也可以是对普遍存在的各种同类产品进行比较。广告创意要遵从有关法律法规以及行业规章，要有一定的社会责任感和社会道德意识，避免给人以不正当竞争之嫌。在我国，对于比较广告有严格的要求，所以在进行比较型广告创意时一定要慎之又慎，不要招惹不必要的麻烦或纠纷。3．戏剧型这种广告创意类型既可以是通过戏剧表演形式来推出广告品牌产品，也可以在广告表现上戏剧化和情节化。在采用戏剧型广告创意时，一定要注意把握戏剧化程度，否则容易使人记住广告创意中的戏剧情节而忽略广告主题。4．故事型这种类型的广告创意是借助生活、传说、神话等故事内容的展开，在其中贯穿有关品牌产品的特征或信息，借以加深受众的印象。由于故事本身就具有自我说明的特性，易于让受众了解，使受众与广告内容发生连带关系。在采用这种类型的广告创意时对于人物择定、事件起始、情节迭宕都要做全面的统筹，以使在短暂的时间里和特定的故事中，宣传出有效的广告主题。在我国国内这几年的电视广告中，不少是故事型的广告创意，如“ 南方黑芝麻糊 ”广告、“ 孔府家酒 ”的广告、“ 沱牌酒 ”的广告等。5．证言型这种广告创意有两层涵义：一是援引有关专家、学者或名人、权威人士的证言来证明广告商品的特点、功能以及其它事实，以此来产生权威效应。前苏联心理学家肖 · 阿 · 纳奇拉什维里在其《宣传心理学》中说过：“ 人们一般信以为真地、毫无批判地接受来自权威的信息。 ”这揭示了这样一个事实：在其它条件相同的状况下，权威效应更具影响力，往往成为第一位的作用。在许多国家对于证言型广告都有严格限制，以防止虚假证言对消费者的误导。其一，权威人的证言必须真实，必须建立在严格的科学研究基础之上；其二，社会大众的证言，必须基于自己的客观实践和经验，不能想当然和枉加评价。

6．拟人型这种广告创意以一种形象表现广告商品，使其带有某些人格化特征，即以人物的某些特征来形

象地说明商品。这种类型的广告创意，可以使商品生动、具体，给受众以鲜明的深刻的印象，同时可以用浅显常见的事物对深奥的道理加以说明，帮助受众深入理解。7．类推型这种类型的广告创意是以一种事物来类推另一事物，以显示出广告产品的特点。采用这种创意，必须使所诉求的信息具有相应的类推性。如一个汽车附助产品的广告，用类推的方法宣传为：“ 正如维生素营养你的身体，我们的产品可营养你的汽车引擎。 ”8．比喻型比喻型广告创意是指采用比喻的手法，对广告产品或劳务的特征进行描绘或渲染，或用浅显常见的道理对深奥的事理加以说明，以达到帮助受众深入理解，使事物生动具体、给人以鲜明深刻的印象。比喻型的广告创意又分明喻、暗喻、借喻三种形式。例如，皇家牌威士忌广告采用借喻，在广告中宣传：“ 纯净、柔顺，好似天鹅绒一般 ”。塞尼伯里特化妆公司粉饼广告采用暗喻，宣传自己的粉饼为：“ 轻轻打开盒盖，里面飞出的是美貌 ”。国外一家家电公司采用借喻，广告自己微波炉的简易操作性，其广告语为：“ 我家的猫用××微波炉烤了条鱼吃 ”。

9．夸张型夸张是“ 为了表达上的需要，故意言过其实，对客观的人、事物尽力作扩大或缩小的描述 ”。夸张型广告创意是基于客观真实的基础，对商品或劳务的特征加以合情合理的渲染，以达到突出商品或劳务本质与特征的目的。采用夸张型的手法，不仅可以吸引受众的注意，还可以取得较好的艺术效果。10．幽默型幽默“ 是借助多种修辞手法，运用机智、风趣、精练的语言所进行的一种艺术表达。 ”采用幽默型广告创意，要注意：语言应该是健康的、愉悦的、机智的和含蓄的，切忌使用粗俗的、生厌的、油滑的和尖酸的。要以高雅风趣表现广告主题，而不是一般的俏皮话和耍贫嘴。11．悬念式悬念式广告是以悬疑的手法或猜谜的方式调动和刺激受众的心理活动，使其产生疑惑、紧张、渴望、揣测、担忧、期待、欢乐等一系列心理，并持续和延伸，以达到释疑团而寻根究底的效果。12．意象型意象即意中之象，它是有一些主观的、理智的、带有一定意向的精神状态的凝结物和客观的、真实的、可见的、可感知的感性征象的融合，它是一种渗透了主观情绪、意向和心意的感性形象，意象型广告创意是把人的心境与客观事物有机融合的产物。在采用意象型广告创意时，有时花很多的笔墨去反映精神表现，即“ 象 ”，而在最后主题的申明上都仿佛弱化，其实对受众来说，自己可以理解其内涵，即“ 意 ”。在意与象的关系上，二者具有内在的逻辑关系，但是在广告中并不详叙，给受众自己去品味“ 象 ”而明晓内在的“ 意 ”。可见，意象型实际采用的是超现实的手法去表现主题。13．联想型联想是指客观事物的不同联系反映在人的大脑里而形成了心理现象的联系，它是由一事物的经验引起回忆另一看似不相关联的另一事物的经验的过程。联想出现的途径多种多样，可以是在时间或空间上接近的事物之间产生联想；在性质上或特点上相反的事物之间产生联想；因形状或内容上相似的事物之间产生联想；在逻辑上有某种因果关系的事物之间产生联想。例如，台湾爱达广告公司为人addias球鞋进行的广告创意：广告标题：“ 捉老鼠与投篮——两色底皮面超级篮球鞋 ”广告图画：一只球鞋，一只小猫。广告正文：“ 猫在捉老鼠的时候，奔跑、急行、回转、跃扑，直到捉到老鼠的整个过程，竟是如此灵活敏捷，这与它的内垫脚掌有密切的关系。同样的，一位杰出的篮球运动员，能够美妙地演出冲刺、切入、急停、转身、跳投、到进球的连续动作，这除了个人的体力和训练外，一双理想的篮球鞋，是功不可没的。新推出的addias两色底皮面超级篮球鞋，即刻就获得喜爱篮球运动的人士的赞美。因为，它有独创交叉缝式鞋底沟纹，冲刺、急停不会滑倒。因为，它有7层不同材料砌成的鞋底，弹性好，能缓解与地面的撞击。因为，它有特殊功能的圆型吸盘，可密切配合急停、转身、跳投。因为，它有弯曲自如的鞋头和穿孔透气的鞋面，能避免脚指擦挤压，维护鞋内脚的温度，穿久不会疲劳。 ”在上述广告创意中，“ 捉老鼠与投篮 ”的标题和“ 一只球鞋，一只小猫 ”的图看似都是“ 风马牛不相及 ”的，但是，广告主创人员则巧妙地利用联想把它们联系起来，给人以新颖、奇妙之感。反过来分析，如果去掉“ 猫捉老鼠 ”的内容，在整个广告创意中剩下的只有打篮球得有一双好的篮球鞋，这鞋子怎么怎么好，广告效果肯定不如原来的广告创意所产生的社会效果。14．抽象型抽象是与具象相对应的范畴。它是隐涵于具体形象内部的质的规定性。在广告创意中采用抽象型的表现方法，是现代广告创意活动中的主要倾向之一。也就是说，在现代广告主题的创意表现上，越来越多的广告主和广告公司并不以广告的具体形象的表现为主调。而在某些时候更多地采用抽象式的内涵来表现。这种创意一旦展示在社会公众面前，从直观上难以使人理解，但一旦加以思维整合之后，就会发现，广告创意的确不凡。广告创意并不局限于以上所列示的类型。还有如：解说型、宣言型、警示型、质问型、断定型、情感型、理智型、新闻型、写实型等等，在进行广告创意活动中，均可加以采用。

1、把它颠倒过来2、把它摆平 3、把缩小 4、把颜色变换一下 5、把它变为圆形 6、使它更大
7、把它变为正方形 8、使它更小 9、使它更长 10、使它闪动 11、使它更短 12、使它发出火花
13、使它可以看到 14、点燃它 15、使它逾起一般情况 16、使它发萤光 17、把它放进文字里 18、使它沉重
19、把它插进音乐里 20、使它成为引火物 21、结合文字和音乐 22、使它成为引火物
23、结合文字、音乐和图画 24、参加竞赛 25、结合音乐和图画删除文字 26、参加打赌 27、不要图画
28、使它成为年轻型的 29、不要文字 30、使它成为壮年型的 31、沉默无声 32、把它分割开 33、使它重复
34、保守地说 35、使它变成立体 36、夸张地说 37、使它变成平面 38、当替代品卖 39、变换它的形态
40、发现新用途 41、只变更一部分 42、减掉它 43、使它成为一组 44、撕开它 45、为捐献或义卖而销售
46、使它化合 47、鼓励它 48、用显而易见的 49、机动化 50、把要素重新配置 51、电气代 52、降低调子
53、使它活动 54、提高调子 55、使它相反 56、割开它 57、它像是某种东西的代替品 58、混合在一起
59、使它罗曼蒂克 60、改用另一种形式表现 61、增添怀旧的诉求 62、使它的速度加快
63、使它看起来流行 64、使它缓慢下来 65、使它看起来像未来派 66、使它飞行
67、使它成为某种物品的部分代替 68、使它浮起 69、使它更强壮 70、使它滚转 71、使它更耐久
72、把它切成片状 73、运用象征 74、使它成为粉状 75、它是写实派 76、以性欲作诉求
77、运用新艺术形式 78、使它凝缩 79、变为摄影技巧 80、使它弯曲 81、变换为图解方式 82、使它成对
83、使它变更形式 84、使它倾斜 85、用图画说明你的故事 86、使它悬浮半空中 87、使用新广告媒体
88、使它垂直站立 89、创造新广告媒体 90、把它由里向外翻转 91、使它更强烈 92、把它向旁边转
93、使它更冷 94、摇动它 95、增加香味 96、把它遮蔽起来 97、变换气味 98、使它不对称 99、把它除臭
100、使它不对称 101、将它向儿童诉求 102、反它隔开 103、将它向男士诉求 104、使它与其他相敌对
105、将它向妇女诉求 106、使它锐利 107、价钱更低 108、变更它的外形 109、抬高价格 110、要它绕一周
111、变更成份 112、把它框起来 113、增加新成份 114、把它卷成一圈 115、拧搓它 116、把它填满
117、使它透明 118、把它弄成空的 119、使它不透明 120、把它打开 121、用不同背景 122、把拼错
123、用不同环境 124、给它起我上绰号 125、使它富有魅力 126、把它封印起来 127、使用视觉效果
128、把它移转过来 129、使用另外的物料 130、把它捆包起来 131、增加人的趣味 132、把它集中起来
133、变更密度 134、把它推开 135、置于不同的货柜 136、使它成为交替的 137、变换包装
138、使它凝固起来 139、使密度增加 140、使它溶化 141、小型化 142、使成凝胶状 143、增加至最大限
144、使它软化 145、把它除掉 146、使它硬化 147、使它轻便 148、使蒸发变为汽化 149、使它可以折叠
150、加上抑扬顿挫 151、趋向偏激 152、使它更狭窄 153、如夏天炎热 154、使它更宽广 155、如冬天寒冷
156、使它更滑稽 157、使拟人化 158、使它成为被讽刺的 159、使它更暗 160、用简短的文案
161、使它发光 162、用冗长的文案 163、使它灼 164、发现第二种用途 165、使它更有营养
166、使它合成在一起 167、把它倒进瓶中 168、把它当作用具来卖 169、把它倒进罐中 170、使它清净
171、把它放进盒中 172、把它倒进壶中 173、把它倒进缸中 174、把它弄直 175、把它褶曲
176、把它缠起来 177、提升声誉 178、免费提供 179、以成本价出售 180、提供特价 181、增加慰藉的诉求
182、提供维护服务 183、运用不同的织法 184、使它变成香郁宜人 185、使它变成酸的 186、使它濡湿
187、使它脱水 188、使它干燥

您还在为ppt背景烦恼吗？

您还在为名片纸张烦恼吗？

您还在为一张小图ps烦恼吗？

您还在为一张折页设计烦恼吗？

您还在为几张页面简单排版而烦恼吗？

您还在为产片外包装设计而烦恼吗？

您还在为一个卡通形象设计而烦恼吗？

您还在为庆典活动策划而烦恼吗？

您还在为促销礼品而烦恼吗？

您还在为活动背景板设计而烦恼吗？

您还在为x展架易拉宝道具而烦恼吗？

您还在为展会搭建执行而烦恼吗？

您还在为印刷品打样而烦恼吗？

您还在为礼品丝网印刷二烦恼吗？

您还在为灯箱设计制作安装一条龙服务而烦恼吗？

您还在为淘宝装修设计而烦恼吗？

您还在为网站建设美化更新而烦恼吗？

您还在为微信营销方案而烦恼吗？

您还在为广告道具采购而烦恼吗？

您还在为吉祥物制作品而烦恼吗？

呵呵，下面张图的卡通形象是什么材质做的，您想知道吗？？？？

＊＊＊＊＊＊＊＊★☆专业策划机构★☆狮子王创意基地★☆您的高级市场销售助理★☆全案线上线下操盘手★☆15年设计4a经验★☆价格便宜服务100％

品牌cis\\vi\\ui，找狮子王

电话：68878256

标志、名片、折页、海报、店铺、动画、包装、演示、卡通、造型、展会、礼品、道具、全案设计

品牌形象就从名片开始，您的名片还是老样子吗？

更多关联设计（以下图标）分别可点击查看：

更多关联设计（以下图标）分别可点击查看：

更多关联设计（以下图标）分别可点击查看：

创意设计印制咨询qq:652414876，微信：ys1997com,实体店电话：68878256，追求王者风范＋啰嗦沟通总结＋高效专业执行＋真心交朋友＝狮子王。完