

# 《文案發燒》

## 图书基本信息

书名：《文案發燒》

13位ISBN编号：9787702032430

10位ISBN编号：770203243X

出版时间：2003-6-2

出版社：商周出版

作者：路克·蘇立文 / Luke Sullivan

译者：乞丐貓

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《文案發燒》

## 內容概要

路克·蘇立文是當今一流廣告公司的頂尖創意，他的見解直接、精闢又教人莞爾，蘇立文針對平面、電視、廣播、看板及其他媒體的廣告，提出創作好廣告的實務指正、訣竅及執行概要，除此之外，還不忘告訴你那些可笑的殺伐軼聞。全書辛辣又爆笑，一邊叫人創作好廣告，一邊調侃那些拙劣、無趣又無效的廣告。

## 作者簡介

路克·蘇立文（Luke Sullivan）Fallon McElligott廣告公司的撰文，該公司的知名campaign包括美樂淡啤酒、《時代雜誌》、BMW以及Lee牛仔褲，Fallon McElligott廣告公司是《廣告週刊》（Adweek）一九九六年推選的年度廣告代理商。

蘇立文曾經兩度被《廣告週刊》提名為全美傑出廣告撰文，在等同廣告界奧斯卡的One Show中，蘇立文直接、間接參與因而得獎的獎項，至今已將近二十座。

## 精彩短評

1、神作。

## 章节试读

### 1、《文案發燒》的笔记-第52页

测试策略总比测试表现来得好。这是理想中的理想，有一天当地狱都结冰的时候，所有客户都会这么做。

### 2、《文案發燒》的笔记-第61页

Dean Duckhorn 作品

### 3、《文案發燒》的笔记-第66页

所谓团队作业，不是用完美成形的想法，炫耀给坐在会议室对面的搭档看，重点在于如何一加一变成三。

### 4、《文案發燒》的笔记-第54页

多读你的广告会刊登的刊物。看看其中的文章，了解你的目标消费者都在读什么，先探探路，体会一下把你的广告摆上去的感觉。

### 5、《文案發燒》的笔记-第57页

Helmut Krone说：“我都是先摊开一张白纸，再试着填上有趣的广告。”我在发想平面稿时，也学着他这么做，我会现在白纸上画出一个框框，我认为如果一个创意不能在这个小小的空间内奏效的话，就无效。

# 《文案發燒》

## 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)