

# 《商业宣传片私作品：文案、创意

## 图书基本信息

书名：《商业宣传片私作品：文案、创意、策划》

13位ISBN编号：9787568004546

出版时间：2015-1

作者：任立民

页数：240

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)

# 《商业宣传片私作品：文案、创意

## 内容概要

本书作者以从业二十多年的经历，从理论和案例两个角度，阐释了商业宣传片的创意、策划与文案出炉的全过程。让所有相关行业者读到了最恰和实际的知识，并可以直接用之于实际工作当中。

# 《商业宣传片私作品：文案、创意

## 作者简介

任立民。擅长影视文案策划，视频营销专家，杭州左轮风影视广告公司创始人。其宣传片特点是：在影视与广告间完美跨界，通过极具洞察力的文案、创意、策划，为客户提供实效的视频解决方案，成功案例达300多个。

## 书籍目录

### 案例篇

#### 家纺类

梦想演说家的一跳——博洋家纺推介会宣传片  
让文字游离在刀锋边缘——博洋家纺形象宣传片

#### 城市类

说什么？把那个词找出来——德清招商形象宣传片  
走过历史要3000年，感受历史只要8分钟——华清池环幕立体宣传片  
拿什么承载天堂之城的完整想象——杭州3D城市宣传片

#### 地产类

山水融合成就御者——山水御园宣传片方案  
重新定义尊贵——杭州萧山国际机场俱乐部形象片  
创意不等于创异——杭州萧山机场俱乐部3D宣传片

#### 建筑类

以小见大，让责任更细腻真实——基投集团宣传片文案

#### 典礼类

用文字快刀斩乱麻——阿里会展招商宣传片  
主旋律下的感性力量——浙江妇联“群英会”女浙商VCR  
画龙点睛，用文案俘获人心——“魅力女浙商”盛典片头VCR  
两句话打开心灵的闸门——“魅力女浙商”推荐理由及颁奖词视频

#### 服务类

拿什么温暖业主——绿城服务宣传片没有风格便是战略错误——雅克设计10周年宣传片  
迟到的，要做领跑者——和诚汽车宣传片

#### 美容类

聚光灯下的梦工厂——华山宣传片互动更为生动——华山宣传片之专家篇  
向梦工厂跨界——华山宣传片之年轻篇

#### 政府类

政府可以讲故事——钱江新城10周年成果展示之新杭州人篇  
背后的发现，真正的主角——钱江新城10周年成果展示之人文篇  
感受大地的呼吸——杭州市土地利用规划多媒体演示片  
化繁为简的秘密武器——杭州高新区招商宣传片

#### 制造类

有些力量注定不可复制——西子联合宣传片  
一匹黑马如何诞生——奥田宣传片提案  
改变一点点，感觉大不同——横店集团得邦照明宣传片  
用概念突围——科恩厨房电器宣传片  
如何让众口不再难调——中控集团宣传片  
“短、平、快”有这么简单——九阳净水系统教育宣传片  
知心方能知新——九阳烟机品牌宣传片提案

#### 周年庆类

简单文字，何以动人——日发20周年文艺演出开篇宣传片  
千言万语化作十句话——孕之彩10周年宣传片提案  
挖掘品牌背后的思考——东方通信50周年宣传片  
最好的答案通常不在熟悉的路上——保亿20周年宣传片

#### 快速消费品类

用两页纸快速拿下单子——祐康集团形象宣传片  
找好切入点，向流水账说不——农发福地宣传片方案

#### 理论篇

# 《商业宣传片私作品：文案、创意

文案

互补、态度、故事、逻辑、和谐、感觉、销售力

策划

品牌源点维护、打造代表产品、持续挖掘故事理念设计

创意.

形式vs内容、主线、视觉载体、大气&国际化、叙事

后记

# 《商业宣传片私作品：文案、创意

## 精彩短评

- 1、作者文笔好与文化积淀有。
- 2、套路大合集，实用派
- 3、挺生动

## 精彩书评

1、《商业宣传片私作品》从作品名称便可看出，这本书正是以作品的角度对商业宣传片进行实践和理论的阐述。在当今信息化的时代下，广告宣传的形式内容更加丰富多彩。本书作者任立民先生作为实践商业化宣传片的先驱，通过长期对商业宣传片的研究，总结了全书形形色色的成功案例。浅读此书，让我获益匪浅的是书中众多成型的商业宣传片的思路和经验，让我这种广告业菜鸟耳目一新。大量的成功的实践案例昭示着商业宣传的前景和此书的价值，无论学习或者借鉴都能从这些案例中找到属于自己的读后感。细细深读，正如博导何清超在序言中所言：“本书谈及的是宣传片，但也折射出广告业的艰苦与孤独”。我以为正是这翻滚的信息化时代给广告人带来太多的压力，没有创意、没有策略随时会被时代的浪潮淹没。学校没有教我们如何制作商业宣传片，正如没有叫我们如何不被淘汰。正是凭着这份觉悟“师夷长技以自强”，只有不断的更新自己才能更好地与时代兼容。作为广告人，苦点累点并不可怕，可怕的是面对产品没有头绪。不断地打破限制自己大脑的条条框框，更好地强化业务素质，更好地贴近前辈们所引领的大时代，是我学习这本书的目的，也是这本书的目的之一吧！

# 《商业宣传片私作品：文案、创意

## 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)