

<<烟品广告的奥秘>>

图书基本信息

书名：<<烟品广告的奥秘>>

13位ISBN编号：9787806775233

10位ISBN编号：7806775234

出版时间：2003-11-1

出版时间：广东经济出版社

作者：罗立,罗彬彬

页数：334

字数：361000

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：<http://www.tushu007.com>

## <<烟品广告的奥秘>>

### 内容概要

烟品广告除了要说烟品与生俱来的令人神往的魔鬼气息、俘获人心的仪式美感以及吸烟者物我两忘的精神满足之外，还必须反复诉求四个与烟品息息相关的广告元素，那就是：醇、和、满、神。

随着全球反烟运动的勃兴，烟草企业及其赖以扩张的烟品广告也因此面临前所未有的挑战，已走到了一个十分关键的十字路口，是凄惨地灭亡？还是辉煌地复兴？

这是一本关于烟品(尤其是香烟)品牌与广告的分类研究专著，通过对国内外著名烟品品牌与广告案例的分析，探讨了烟品广告定位、创意、传播以及其他创造性的解决策略。

烟品广告因烟草行业而生，并因应烟草行业的发展而发展。  
在此，愿与你共同探索烟品广告的奥秘。

## <<烟品广告的奥秘>>

### 作者简介

罗彬彬,湖北省荆门市人,1979年生湖北大学管理学学士,现为华中科技大学传播学硕士研究生,师从著名策划家余明阳博士、教授。

先后参与了浙江德仁木业、浙江中捷工业缝纫机、山东双月园房地产、山东三元电子、福建福马食品、福建军豪迪化工、深圳卷烟厂等品牌或企业的策划

## <<烟品广告的奥秘>>

### 书籍目录

1. “烟”风熏得世人醉 1.1 谁偷吸了神的香烟? 1.2 谁创造了烟草业的黄金时代? 1.3 雄关温道,烟草业还能走多远? 2. 存在VS虚无——OLD 烟品广告的内涵与发展趋势 2.1 何为香烟? 2.2 嗜烟者如是说 2.3 烟品广告说什么 2.4 现代烟品广告的发展趋势 3. 戴着枷锁起舞——烟品广告的定位与创意 3.1 定位是纲,纲举目张 3.2 创意需要超凡脱俗想像力 3.3 附入烟海找卖点 4. 挥动神奇的魔棒——烟品广告的表现技巧 4.1 标题,让每个文字动起来 4.2 视觉,让每又眼睛看过来 4.3 听觉,让每个章符跳出来 4.4 故事,让每颗心灵飞起来 4.5 务显神通的表现策略 4.6 各尽其妙的表现风格 5. 道高一尺,魔高一丈——烟品广告的媒体策略 5.1 大众媒体的隐性运用 5.2 其他传播渠道的发活运用 5.3 媒体的选择与组合运用 5.4 新形势下的媒体策略 6. 逐渐放大的烟圈——烟品广告的全案策划 6.1 做不了广告,就做品牌 6.2 独树一帜,形象永不倒 6.3 市场调查,栓视烟枪的准是 6.4 公关,培育不解的烟缘 6.5 促销,随时撩拨你的烟瘾 6.6 整合传播的威力 7. 袅袅烟云遮望眼——烟品广告的误区 8. 路漫漫,其修远兮——戒烟公益广告策略 8.1 揭开面纱,认清香烟的本质 8.2 分量有限,关爱无限 8.3 吸烟人人有关,戒烟人人有责 8.4 挥洒创意,将颧烟进行到底 9. 恨也悠悠,爱也悠悠——优秀烟品广告评析 9.1 优秀烟品广告语(文案)评析 9.2 优秀烟品广告(平面作品)评析 9.3 优秀烟品广告(广播作品)评析 9.4 优秀烟品广告(影视作品)评析 9.5 烟品广告标题集锦

<<烟品广告的奥秘>>

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:<http://www.tushu007.com>