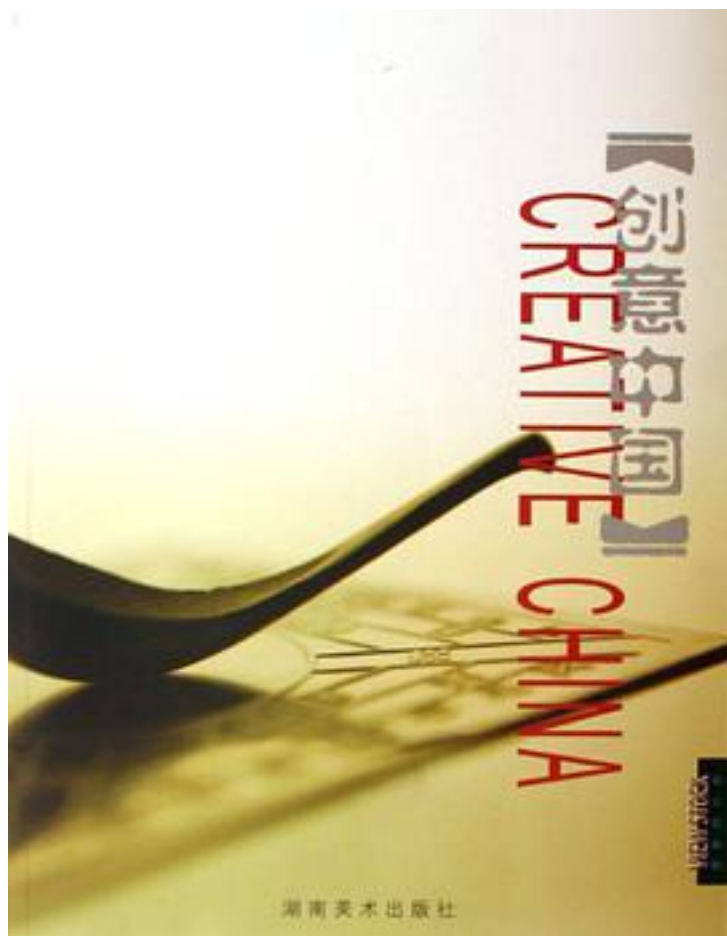


创意中国



[创意中国_下载链接1](#)

著者:本社

出版者:湖南美术出版社

出版时间:2006-7

装帧:简装本

isbn:9787535624505

这几年图片市场似乎繁荣了，大大小小的、国产进口的图片公司也突然多了起来，动辄几十万、上百万张的图片在图片库的网站上排列着，但奇怪的是，当你希望找到一张有用的图片时，却发现这并不是一件容易的事情，于是，我们开始思考图片的价值。

什么才是真正有价值的图片？

凭借从业十余年的经验编者们都知道，当今的中国广告已很少再用洋人充门面了，随之而来的则是对于作品本土化的强烈需求。于是，我们聚焦中国传统文化，以此作为我们特色产品，把“原创作品”呈现给你。

这不同于拿来的西方图片，也不同于只把“洋头”换成东方面孔的代用品，对广告人而言，真正精彩、有亲和力的创意一定纠葛着浓厚的本土情节。

在市场上缺乏中国图片的年代，“简单”作品也有机会大赚一笔，包子卖出鲍鱼价，随便拿拿台相机，拍几张前门楼、琉璃瓦就已经算是流行作品了，时过境迁，商业图片想要真正在市场上站得住，就一定得是有想法、够精彩、称得上作品的东西。创意作品、素材图片以及铺天盖地的垃圾图片都终将会有各自的去处，市场逐渐成熟了。

作者介绍:

目录:

[创意中国_下载链接1](#)

标签

设计

艺术

评论

[创意中国_下载链接1](#)

书评

[创意中国_下载链接1](#)