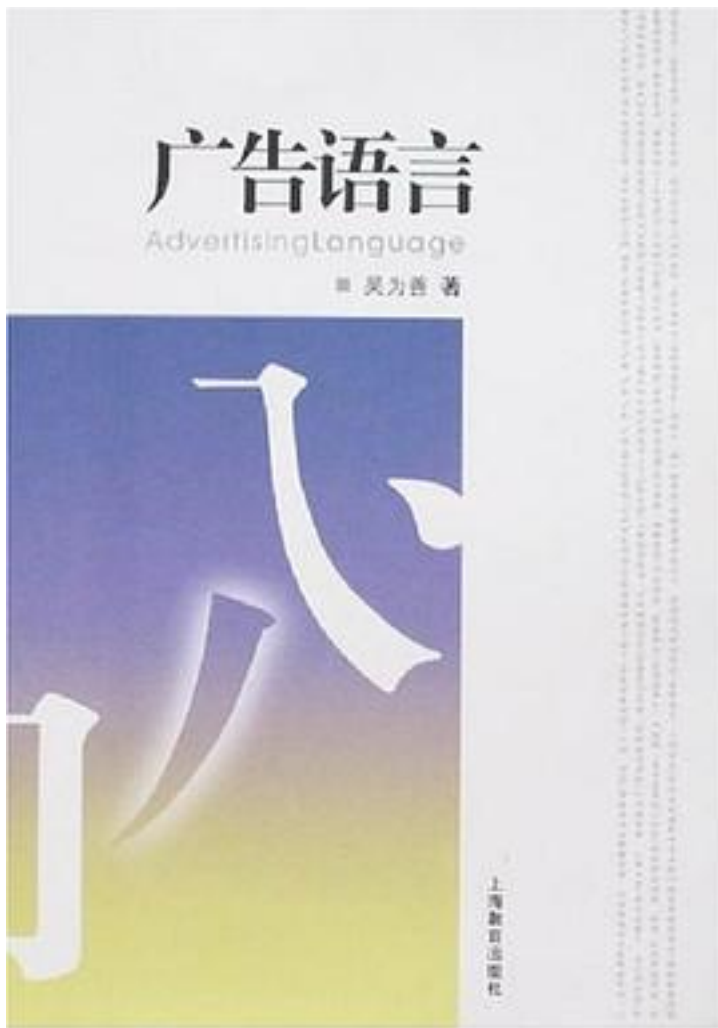


# 广告语言



[广告语言\\_下载链接1](#)

著者:吴为善

出版者:上海教育

出版时间:2007-10

装帧:

isbn:9787544414029

在商业传播中，一切传播作品的终端形式只有两种：一类是图形，另一类是语言。图形

在传播中固然具有重要作用，但我们要充分认识到这样一个事实，真正支撑整个商业传播的是语言形式的符号。近些年来，一系列语言符号的概念、理念引导着整个市场：“绿色”是环保的象征，“宏餐饮”是都市大规模餐饮集团的经营理念，“以内养外”代表了标本兼治的美容观念，“顾客就是上帝”，成了服务行业的信条。这些语言符号的概念、理念体现了企业和商家的经营思想和价值观，传递了一种市场的消费观念和时尚追求，成为社会公众消费的“理由”。因此，在当今的市场经济背景下，具有价值的、能为广大消费者所认可的语言符号是商业传播的信息载体。

作者介绍:

目录:

[广告语言\\_下载链接1](#)

标签

语言文字

文案

广告语

广告

工具书

评论

-----  
[广告语言\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[广告语言\\_下载链接1](#)