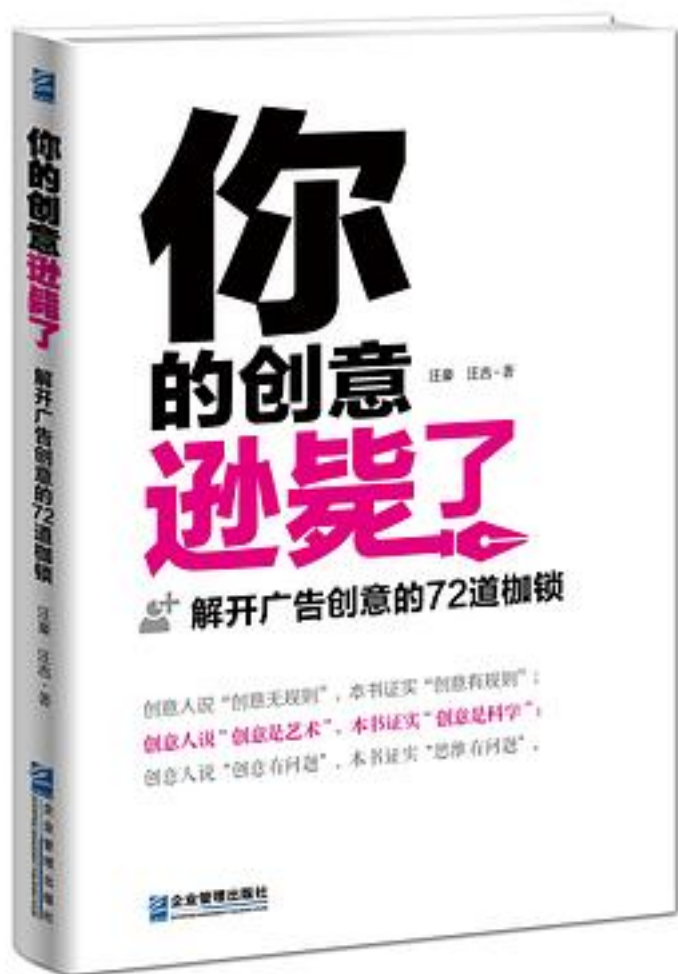


你的创意逊毙了：解开广告创意的72道枷锁



[你的创意逊毙了：解开广告创意的72道枷锁_下载链接1](#)

著者:汪豪,汪吉

出版者:企业管理出版社

出版时间:2014-5-1

装帧:平装

isbn:9787516407684

为何你的创意总是“逊毙了”？

为何你冥思苦想却出不来一个好创意？

为何总有人创意那么“惊世骇俗”？

作为浸淫广告创意10余年的“疯子”与“怪咖”，作者总结了妨碍创意的72道“枷锁”，并设计了“解开枷锁”的72道独特训练方法。

希望通过本书的分享和训练，你能创意“不绝”，创意“非凡”。

创意人在说“创意无规则”，本书将证实“创意有规则”。

创意人在说“创意是一门艺术”，本书将证实“创意是一门科学”。

创意人在解决“创意问题”，本书想解决“‘中国人’的问题”。

为此，本书将揭示创意的72个“极简密码”，为你解开创意的72道“枷锁”，让你从72个方向冲破创意的重重障碍。

作者介绍:

汪豪，广告讲师，创意怪咖，跨界策划人。自视为创意界的疯子、商业界的“异端”和教育界的“坏孩子”。著有《不同凡响：广告策划之道》，推崇“极真”与“极简”的商业思想。

汪吉，营销实战专家、资深企业管理咨询顾问，国家注册建造师、造价师、房地产经纪师、物业管理师。在通讯、互联网和地产行业摸爬滚打多年，曾供职于中国电信、中国网通，担任过IT、支撑、企划、市场、运营、管理等高管职位。

目录: 第一篇 创意人生

关键词一：心灵枷锁

No.1 好奇心

No.2 敏感

关键词二：性格枷锁

No.3 严肃

No.4 幽默

关键词三：思维枷锁

No.5 保守

No.6 逻辑

No.7 思维

关键词四：心态枷锁

No.8 玩乐

No.9 “钱”

第二篇 创意学习

关键词五：知识枷锁

No.10 读书

No.11 时代

No.12 案例

关键词六：专业枷锁

No.13 大学

No.14 专业书

关键词七：地位枷锁

No.15 “大师”

No.16 “自以为是”

关键词八：记忆枷锁

No.17 手记

No.18 “梦”

第三篇 创意方法

关键词九：视觉枷锁

No.19 视觉创意 I

No.20 视觉创意 II

No.21 视觉创意 III

No.22 视觉创意 IV

关键词十：声像枷锁

No.23 声像创意 I

No.24 声像创意 II

No.25 声像创意 III

No.26 声像创意 IV

关键词十一：文案枷锁

No.27 文案创意 I

No.28 文案创意 II

关键词十二：媒体枷锁

No.29 媒体创意

第四篇 创意表现

关键词十三：低调枷锁

No.30 “不同凡响”

No.31 “感叹”

关键词十四：矫情枷锁

No.32 “核心”

No.33 “直截了当”

No.34 “极简”

关键词十五：人心枷锁

No.35 游戏心态

No.36 “煽情”

No.37 “造梦”

关键词十六：对比枷锁

No.38 对比 “革命”

关键词十七：明星枷锁

No.39 “不要脸”的广告

第五篇 创意受众

关键词十八：受众枷锁

No.40 “关心”

No.41 “心声”

No.42 “你”与“你们”

关键词十九：谎言枷锁

No.43 “真诚”

No.44 “说谎”

第六篇 创意客户

关键词二十：客户枷锁

No.45 “爱客户”

No.46 “懂客户”

关键词二十一：关系枷锁

No.47 你的角色

No.48 谁是“上帝”？

No.49 不抛弃，不放弃

关键词二十二：产品枷锁
No.50 产品！产品！
No.51 “可爱的”客户
第七篇 创意流程
关键词二十三：时间枷锁
No.52 “急于求成”
No.53 “满足”
No.54 “毅力”
关键词二十四：“变”的枷锁
No.55 “换位”
No.56 “生硬”
关键词二十五：“度”的枷锁
No.57 复杂化
No.58 创意“过头”
关键词二十六：会议枷锁
No.59 “头脑风暴”
第八篇 创意提案
关键词二十七：提案枷锁
No.60 “对牛弹琴”
No.61 怎么卖创意 I
No.62 怎么卖创意 II
关键词二十八：信念枷锁
No.63 “捍卫创意”
No.64 “直面冲突”
第九篇 创意职场
关键词二十九：天分枷锁
No.65 “天分”
No.66 “享受”
关键词三十：伙伴枷锁
No.67 创意伙伴
No.68 “异类”
关键词三十一：“你”的枷锁
No.69 “风格”
No.70 “虚名”
关键词三十二：创意人枷锁
No.71 “自我创意”
No.72 创意“诫条”
后记：世界因我们而美丽
• • • • • ([收起](#))

[你的创意逊毙了：解开广告创意的72道枷锁 下载链接1](#)

标签

创意

文案

广告创意

广告

课程相关

文案方法类

们店

2014

评论

两颗星都给广告案例

一本写创意的书，全是否定标语，让人不爽。唯一可取是列举的几个广告。

发现这本书在豆瓣居然评价人数不足！没有书评！

从内容看是有实战经验的广告人，就是写的太浅了，与书名不太相符。里面的图片案例非常不错（虽然和正文没什么大关系）。

这本书，里面的文字基本都是略过的，倒是一幅接着一幅的广告图片加上一丢丢的介绍文字还值得一读，感觉一般吧。

讲创意的各种方法和理论，对于我这种文案小白来说还是收获蛮多的。作者的言语有些

武断。

[你的创意逊毙了：解开广告创意的72道枷锁_下载链接1](#)

书评

[你的创意逊毙了：解开广告创意的72道枷锁_下载链接1](#)