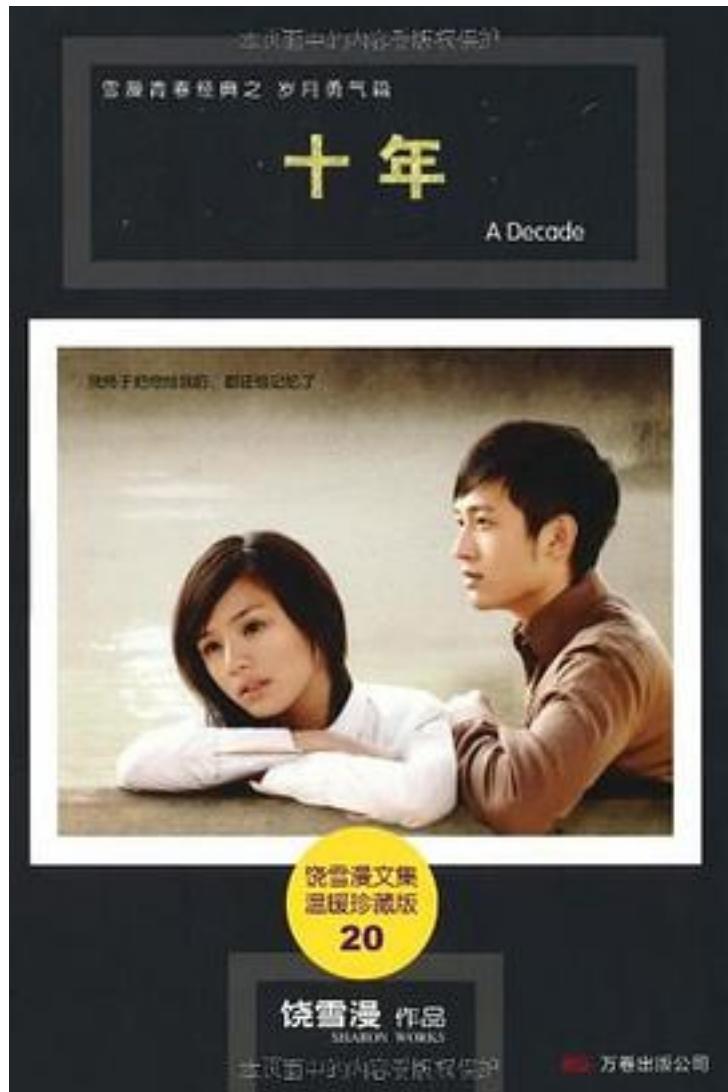


十年



[十年 下载链接1](#)

著者:陈耀福

出版者:中信出版社

出版时间:2015-9-1

装帧:平装

isbn:9787508653358

《十年：给创意人的一百封信》是一本图文并茂的广告创意书，是著名广告人陈耀福（Norman Tan）在过去十年给一家广告杂志写的十年专栏结集。与其他的专栏不同，这里的专栏，全部采用手写明信片的形式，短小、凝练，三五句话便直达要点或直戳人心，又兼有幽默与豁达。寄给广告人，也寄给芸芸众生；反应整个华文广告生态，也记叙人心。与广告一样，Norman的明信片也是有图、有文案、有To Who（消费者）、有概念，充满着灵感与创意，相信无论广告人还是其他行业的人士，都能有所会心、有所启发。

作者介绍：

陈耀福(Norman Tan),亚洲著名广告人，生于新加坡，现任智威汤逊北亚区首席创意长兼中国区主席。

台北广告界将其早年带来的广告创意影响力称为“陈耀福现象”。

拥有丰富的国际及亚洲广告节评奖经历，曾多次担任各大广告节的评审或评审主席。广告创作获奖无数，只在2014年便赢得了全球及亚洲区域各种广告节共十个全场大奖，及法国戛纳广告金奖，同年在业界《龙吟榜》大中国区创意总监评选中蝉联第一。在2014年度亚洲权威广告媒体Campaign

Brief的亚洲创意排名报告中，被评选为大中华区创意总监第一名。

2015年，为中国广告界一举拿下权威的D&AD黄、白铅笔及美国One Show两支金铅笔的荣誉。

从事广告创意工作多年，对这个行业及服务品牌充满热情及使命感，定期为时尚杂志撰写专栏，并致力于公益广告创作。

《十年》一书，是陈耀福的第一本著作。

目录: 从CMYK说起

广告不扰人

接地气

用梦想骗你一辈子

一刻宁静

把老板换掉

沉淀的空间

解码

你的年薪有多少

东京没有脚

· · · · · (收起)

[十年_下载链接1](#)

标签

广告

创意

陈耀福

设计

艺术

随笔

散文

文学

评论

梦想没有脚，你要自己走向它。

这个是现任老板的新书，形式挺与众不同，是写了十年的明信片，还穿插了几篇散文，内容都是有关广告，所以行业外的人应该兴趣不大。只是有一件事是可以共享的，坚持做有趣的事，终有一天会像这样结个好果子。陈耀福是新加坡人，做美术的，写的中文文章倒还不错。

每一个创意都源于经历，所以啊，还是要多出去看看。

创意人读起来温暖 共鸣 很喜欢

广告创意人出得书还是蛮有创意的 有一百张明信片组成 其实穿插了几片文章

最喜欢的两篇是《广告不扰人》和《把老板换掉》…

不会写文案的设计师不是好creative 坚持十年 对这行是真爱吖 广告很苦却有它的魅力

for plan B

果真是，创意十足。没什么好评论的了。

可以作为广告入门。在方所1个小时翻完。

for the few sparkling moments

广告创意的沉思

真是一般啊

挺有趣的，就是有些案例不太明白，陈老师也喜欢广告狂人哪

Norman说的话很实在

做梦都没想到高中和全部第一名在走廊吹水的内容被实现了，想要放弃的那一刻想一
想自己还有什么可以改进的，就又往前走了几步。R先生很失望，但是我还是想试一试
能不能重燃希望。

那时的广告人多么幸福

很喜欢书里的明信片，有些很有创意。

小有创意的广告书，其实看起来挺快的，不用买

太有意思了！十年120张明信片，明信片内容是图片注脚或见闻或发散的想法，广告创意，用梦想骗你一辈子，梦想没有脚，你要走向它。下次写明信片不用愁了:)真是缘分

应该会一直翻看

[十年 下载链接1](#)

书评

形式很有趣，一个明信片一段话，有的读不懂，有的内容也十足有趣。最大感受，做好广告，还是要有更多的阅历，看得多，自然输出的也不一样。摘取几个比较喜欢的内容，融入自己的看法。1、给你一个空间，你有多少发挥的可能，你的极限到哪里...

在几乎快要忘记自己的广告梦想的时候看到这本书。【先说说梦想从何而生的吧】读小学的时候，有一种班干部的头衔叫宣传委员，我觉得宣传委员是一种病毒，携带该病毒的人喜欢在公共区域展示才艺，喜欢传播内容（当时黑板报的阅读率可不低），喜欢收获反馈，最好是赞许。而这种...

十年_下载链接1