

十个为什么



[十个为什么 下载链接1](#)

著者:陈国辉

出版者:广西师范大学出版社

出版时间:2020-1

装帧:

isbn:9787559814807

本书从十个方面对广告行业的现状进行了深度剖析。互联网的时代如何进行营销？如何根据品牌特性和消费者群体进行创意输出？如何在众多作品中脱颖而出？作者针对目前的社会现象和广告从业者的焦虑状态深入分析，并结合众多国内外案例进行阐述，帮助读者了解现状的同时寻找相应的出口，让从业者不再盲目追随热点。

作者介绍:

陈国辉 (Bill Chan)

从事广告行业二十余年，2000年从香港来到内地，曾先后于上海智威汤逊、上海博达大桥、北京麦肯、北京奥美等公司担任创意部主管。2016年，他创立发记广告有限公司，同时负责文案。他喜爱时尚、创意和文字，业余时间经营公众号“越穿越穿越”，并尝试设计不同的时尚商品。他曾多次担任国内外广告奖评委，包括ADfest、D&AD、中国4A金印奖等。

目录: 01为什么要追
02为什么那么多专有名词
03为什么是IP
04为什么要引起争议
05为什么有短视频
06为什么不分享
07为什么要slogan
08为什么要年轻化
09为什么要做强品牌
10为什么不用焦虑
· · · · · (收起)

[十个为什么](#) [下载链接1](#)

标签

广告

陈国辉

艺术设计

广西师范大学出版社

2000

藏书

营销，文案，广告，热点，10万+

子

评论

挺好的。最起初的认识 最基本的常识。

半小时可以读完，不似书，像微博合集。十个为什么，广告业常见问题答疑，通俗直接。品牌年轻化和年轻化品牌，难得能几句话就说清楚了。

Bill的书，我等了15年，从2004年跟着他做实习生开始。虽然听他讲话感觉不清不楚（香港人讲普通话再加上有点低音炮），但读他写的文字还是很舒服的，不做作不矫情，非常通俗易懂且逻辑清晰。这本书不是教科书，我的感觉是它要让大家在以后的创作中要多自问，自问这回事，不做营销和传播，用在别的地方也是通的。作序一的是咱们传播系主任金老师，老金写文字也不华丽，很真实的。序二是Mayan作的，他写“今天他竟然出书了！”真的说了我很想说的话，以为等不到，终于面世了。

其实不如做成在线课程讲，这些字数凑280页算作一本“书”还是不够格，没这种留白法的。

这是网络长文，不是出版物。

感觉像是一本随笔的合集……问题大多在表面聊聊，并没有深入展开讲讲。最重要的是，全书字太少了。留白也不是这样留的。

我喜欢这个排版！但是作为一本两百多页的书确实内容有点少了

虽然只有简简单单的十个问题，但每一个都是我们目前所面临的困惑，力荐

[十个为什么 下载链接1](#)

书评

[十个为什么 下载链接1](#)