

丑小鸭



[丑小鸭 下载链接1](#)

著者:谭启明

出版者:中信出版社

出版时间:2009

装帧:平装

isbn:9787508615790

这是一本关于广告创意的非常有趣的书。作者以独特的视角观察了广告创意这一奇妙领域，通过展示和分析广告作品，让读者清晰领略了奥美公司团队的创意精神。

本书最大的特点是：揭示了杰出创意的特质，清楚地展现了一般创意、优秀创意和杰出创意的区别。作者用简明轻松的语言向读者讲述了广告创意从“丑小鸭”变“天鹅”的故事。当然，这些故事发生在广告界，而不是童话书里。

作者介绍:

谭启明

奥美集团全球创意总监和集团全球创意理事会(WW Creative Council)主席，拥有超过20年的广告从业经验。他自1999年起担任奥美集团亚太区联席董事长兼执行创意总监，推动奥美亚太成为亚洲最重要的创意发源地。奥美亚太连续七年被《Campaign Brief Asia》评为“年度最佳创意网络”，被公认为亚洲地区最具创意的代理商，也是全球最成功的创意网络之一。从2009年开始，谭启明在纽约和奥美全球各分公司之间开展工作。同时继续统管亚洲的创意业务。

关于奥美

奥美是WPP集团麾下成员。作为全球最大的传播集团之一，WPP集团在世界范围内为本土、跨国及全球签约客户提供全方位传播服务。奥美与众多全球知名品牌并肩作战，创造了无数市场奇迹，它们包括：美国运通（American Express）、福特（Ford）、壳牌（Shell）、芭比（Barbie）、旁氏（Pond's）、多芬（Dove）、麦斯威尔（Maxwell House）、IBM、柯达、摩托罗拉(Motorola)……

奥美自1986年率先进入中国大陆以来，始终以成为中国最大的国际整合传播集团为愿景，专注于品牌服务。目前，奥美在北京、上海、广州、福州、香港以及台湾等地设有分公司，为众多本土及国际的著名品牌，提供全方位的专业服务和策略咨询。奥美将本地资源和国际网络融合一体，创造针对中国市场的强势营销活动。随着国内外客户在中国市场日趋活跃，奥美中国正成为最国际化的本土公司，也是最本土化的国际公司。

目录:

[丑小鸭_下载链接1](#)

标签

广告

创意

奥美

设计

广告创意

丑小鸭

无阅读不创意非设计怎广告

思维

评论

1、作品要符合调性；2、要减少多余元素；3、创意需要不断打磨才能达到最好的画面表现；4、以上三句读后感是我花这三十块钱的全部收获。。。

半小时读物。

同一主题的优劣案例比较。

呃…不是一本实用的创意书

我能说骗钱么，我能说甘愿被骗钱么

你的字体还敢再大点嘛？

从优秀到卓越的最佳例证

没看到什么实在的东西~~

衡量创意好坏的标尺。

案例真的不够多。

一个伟大的创意可以弥补设计糟糕或图片低劣造成的缺陷，但是再多的艺术修饰也拯救不了一个愚蠢的创意。

始终觉得好的广告仍需要创意，但它“绝不是向人炫耀你有多聪明”。这是我第一次读关于广告专业的书，也是我觉得专业书里，少有的好书。

很薄，不过还是有收获的

普陀分馆 中文书刊外借室 F713.8/3736 归还

想法真心不错。

在图书馆看的。。。。自己应该不会买

广告这回事，一说都懂，一做都错。

图挺有意思的

少但是好。

花了一学期在看

[丑小鸭_下载链接1](#)

书评

太喜欢这本书了。
大字、图文并茂，文字简炼、通透，看起来非常舒服，如同醍醐灌顶，如同里面说的“要使你的广告更速效，更犀利，更简洁，并且更加切中要害”，书本身，我觉得也做到了。
虽然书不算厚，但我也看得很慢，因为要琢磨，对比，这样才可以更好地理解。丑小鸭和天...

是一本关于广告创意的书。用简洁明了的语言讲述广告创意从“丑小鸭”便“天鹅”的故事。每个人每天收到的看到的听到的广告都太多了，除了你亲近的人，没人会特意去翻找你写的广告。人们都不喜欢广告，更不愿意花时间去读它们，它们对你创作这些广告所经历的种种苦难可不会关心...

把广告思维变成书本，这一点奥美真的做得比较好。对于入行有些年份的广告人来说，这本书可以算是一种经验的整理，对于小白来说，可以算是一些有用的分享，总的来说对于有经验的人，书会比较浅。书本内容摘取如下：
1.首先，你要接受的事实就是“没有人喜欢你”。 2.一则平面广...

唯一的规则就是没有任何规则。这句话你可能从创意同仁那听过好多次了这就意味着你不应该创作像这本书一样的作品—因为它们束缚了创意，但是，正如你所看到的，我们已经写了它，因此，很显然，我们并不同意上面的看法。事实上，创作广告有很多规则可循，只不过，没有一个人愿...

上周看的时谭启明前辈的《丑小鸭：奥美的创意观点》，书大概只有100多页，作者在书中举了许多案例以及配上各种可爱的插图，非常具有趣味性，读起来非常轻松愉快。读后我简单归纳为四部分。 1) 聊聊广告那些事
一则平面广告的平均寿命只有3秒。因此如何让用户停下来观...

全彩铜版纸印刷，看到有童鞋评论说，字体印得很大，一页word的内容出了一本书神马的。。。的确字是印刷得比较大，前天在当当买的，昨天到的，晚上两个小时就看完了。。。就算是这样，寥寥数字能够启发读者思考足矣~我不是广告行业的人，而是希望能够通过广告来广而告之商品...

很欣赏这书的创意级别案例：每思考一步，改进一步，都会有不一样的视觉效果。里面所举例的广告案例绝大部分都是非常有创意，而暗藏很多专业知识，都可以给我们带来某种启迪。它并没有过多的教条主义，作者对读者以开明的态度相待：真正好的和伟大的创意不可能光凭借鉴就可产...

[丑小鸭_下载链接1](#)