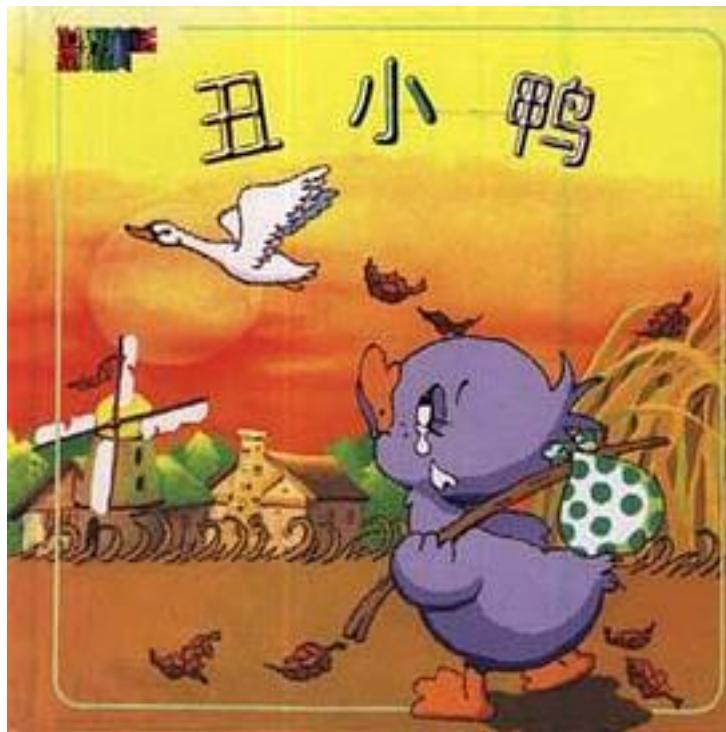


丑小鸭



[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集团旗下成员。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多家公司，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”变“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](#)