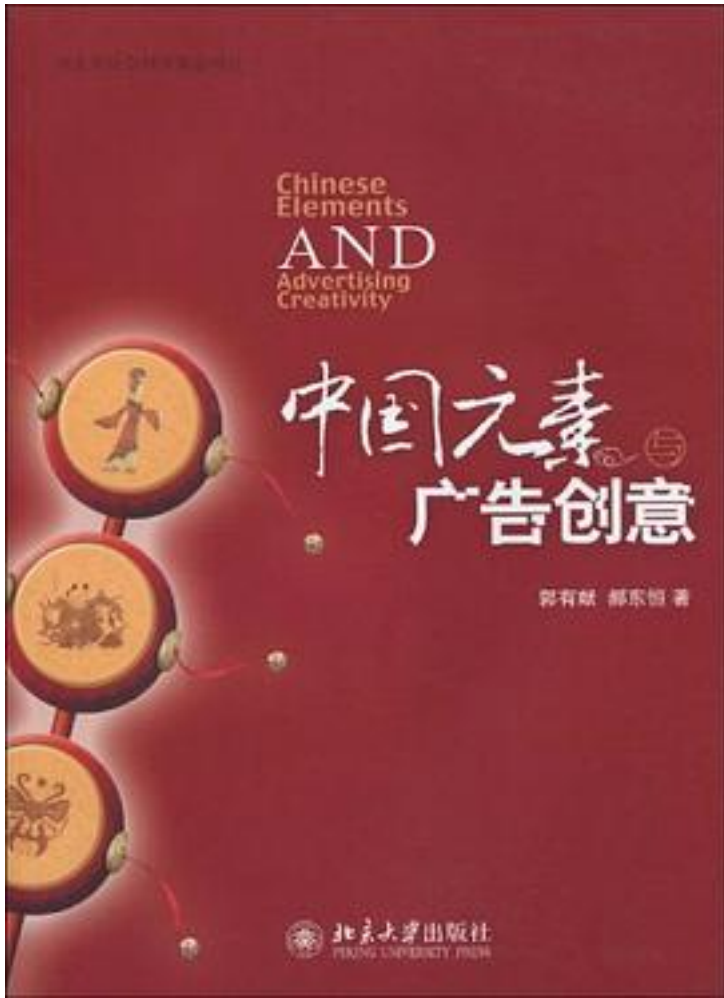


中国元素与广告创意



[中国元素与广告创意_下载链接1](#)

著者:郭有献，郝东恒

出版者:

出版时间:2010-1

装帧:

isbn:9787301161722

《中国元素与广告创意》内容简介：2008年8月8日晚上8点，北京奥运会开幕式艺术表演中“中国元素”的运用，让全世界观众领略了中国传统文化的魅力，也让许多人第一

次知道了“中国元素”。于是，“中国元素”热在广告创意、艺术设计、艺术表演、营销策划等领域骤然兴起，成为主要表现符号和诉求主题。

“中国元素”主要指中国人创造、传承、反映中国人文精神和民俗心理、具有中国特质的文化元素，包括有形的物质文化元素和无形的精神文化元素。

《中国元素与广告创意》从物质文化和精神文化两个层面对中国元素与广告创意的关系进行讨论。目的是唤醒广告创意人员的文化意识，从广告创意视角普及传统文化，在对大量优秀广告作品的分析、解构、赏评中，使广告从业者和在校大学生能够理解中国元素对广告创意的灵感启迪和思路开发，引导其创作出富有中国文化品位和深刻内涵的广告作品。

《中国元素与广告创意》从思维上建立了中国元素与广告创意的关联性，明确地将中国元素引入广告创意表现，强调中国元素在广告创作中的表达作用，认为中国元素是广告创意的文化根本和灵感源泉。

作者介绍:

目录: 第一章 人生哲理与广告创意
第二章 家庭伦理与广告创意
第三章 治国思想与广告创意
第四章 经济伦理与广告创意
第五章 生态智慧与广告创意
第六章 养生文化与广告创作
第七章 宗教信仰与广告创意
第八章 文学艺术与广告创意
第九章 两性文化与广告创意
第十章 图腾禁忌与广告创意
第十一章 饮食文化与广告创意
第十二章 节日文化与广告创意
第十三章 服饰文化与广告创意
第十四章 民俗事象与广告创意
第十五章 民间游戏与广告创意
第十六章 民间器物与广告创意
附录 中国元素让世界疯狂
· · · · · · [\(收起\)](#)

[中国元素与广告创意_下载链接1_](#)

标签

中国元素

广告

设计

广告学

广告书

文案策划

新闻传播

廣告學

评论

好差好古老

一些例子让人眼前一亮

一个骗子

中国元素需要新的诠释，书中能囊括的，只是很微小的一部分。

对中国元素在广告创意中的运用进行了系统的梳理、介绍，书中附有大量广告案例、图片。

从做国内广告角度来说，了解中国传统元素十分必要，这本书是必备了

[中国元素与广告创意 下载链接1](#)

书评

[中国元素与广告创意 下载链接1](#)