

广告文案作品

一、七度空间

广告主题：国潮少女正当道

品牌调性：少女元气感、时尚个性、玩乐一族

传播\营销目的：

1. “国潮”近几年快速崛起，正逐渐出现在各类消费品中，服饰、饮料、化妆品等都在加入这场跨界融合的国货新潮流中。恒安集团作为民族企业，旗下的七度空间更是塑造了一个时尚的少女品牌。作为国货，七度空间希望能够借助当代大学生及 00 后心目中所理解的国潮理念，为七度空间未来的推广规划提供指导性建议，抢占市场份额。

2.通过广告文案、平面、影视作品等形式，融合中国古代文化及古代元素，使七度空间与“国潮”产生紧密联系，塑造七度空间玩转时尚，紧跟潮流的品牌印象，同时提升消费者对七度空间品牌的好感度，助力品牌年轻化、潮流化。

文案作品：

翩若惊鸿 婉若游龙 焕发自由灵动

扶摇直上 御风飞行 赋予无限轻盈

绕指柔和 亲肤细腻 呵护天然肌理



文案创意：“翩若惊鸿，婉若游龙”引用了《洛神赋》中名句，体现仙女的灵动自由。“扶摇直上，御风飞行”化用《庄子·逍遥游》中的著名典故，体现仙女的轻盈洒脱；而且富有力量感，表达了新时代少女的活力与冲劲。最后一句化用“绕指柔”典故，突出产品的柔软亲和。该文案使用了中国古典元素，以体现“国潮”、“国风”，并突出了产品带给人的舒适体验。同时，每一行文字都押韵，读起来朗朗上口，富有节奏感。总之，该文案希望能传达一个理念：选择七度空间，就是选择安心、舒心与开心，每一月都是元气满满的仙女。

二、霸王洗发水

广告主题关键字：防脱、天然、中药、草本、陪伴、国风国潮、年轻化、健康养生

品牌调性：年轻化、有趣、体现防脱梗

传播\营销目的：

- 1.霸王品牌不是古老的、不是古板的，霸王中草药防脱产品也不是等脱发了才使用的产品，而是从洗、护、养三位一体出发，全面养护秀发的产品。
- 2.在传承中药文化的同时，霸王也是一个年轻的、有趣的、拥抱年轻一代消费人群的品牌。
- 3.呼吁消费者保持一种健康的生活方式，让秀发回归本身，展现自然乌黑、亮丽浓密的东方秀发之美。

文案作品：

对镜悲歌，青丝几何？

考研打工，脱发日多。

草本良方，乌发滋长。

何以解油？唯有霸王。

文案创意：化用诗歌现国风国潮，强调霸王洗发水生发防秃的功效，体现霸王是年轻人的“解忧剂”

三、和彩云网盘

广告主题：记录美好，共享生活

品牌调性：产品属性：不限速、安全； 品牌调性：轻松、好玩、温暖

传播\营销目的：提高和彩云网盘品牌知名度、树立和彩云网盘形象、实现平台流量引入。

文案作品：

- 1、生活点滴，和彩云来记忆
- 2、不限速的网盘，不设限的人生
- 3、哲学家洛克曾说：“自我”就是记忆，就是记住过去的那部分心灵。和彩云为你，珍藏每一份“自我”。
- 4、云销雨霁，彩彻区明，和我们一起，留住生命的每一份美丽

文案创意：用简洁、易于传播的话语，突出产品特性