



**B** 新思维 新视觉 新媒体  
**Brand new**  
给您独一无二的创意体验!

# 高氏杰

## 广告主画面创意思路方案

**OSÉNS**<sup>TM</sup>  
欧赛斯

创意主角



## 高氏杰

有心思，有巧思

要品质更品位

时尚不前卫

随意不随便

讲究不将就

合体更得体

# 品牌价值：贤淑得体

贤淑得体



贤：贤惠  
淑：淑女  
得体：恰当



言谈举止大方得体，通情达理，有修养

# 创意思路

正向思考

贤淑得体女性的特征？

# 贤淑得体代表女性

## 提取元素

一级元素：盘发、佩饰（如珍珠）、自信笑容

二级元素：流苏、扇子、花、琴棋书画



长孙皇后

流苏  
盘发  
佩饰



薛宝钗

流苏  
盘发  
佩饰  
扇子  
花  
琴棋书画



彭丽媛

盘发  
佩饰  
自信笑容



赵雅芝

佩饰（珍珠）  
自信笑容



贾静雯

盘发  
自信笑容



奥黛丽赫本

盘发  
佩饰  
自信笑容

# 贤淑得体的女性：

- ▲ **性格**：积极乐观、豁达、智慧、从容、淡定、善良体贴、端庄贤淑、大方得体、优雅、通情达理、温柔
- ▲ **兴趣爱好**：会有自己的兴趣爱好，如画画、乐器、阅读等
- ▲ **影视剧中的代表人物**：《渴望》-刘慧芳    《名媛望族》-顾心兰    《花样年华》-苏丽珍    《胭脂扣》-如花



# 代表贤淑得体女性的事物？

# 代表事物

- ▲ “**鹅蛋脸**” 是中国传统典型的美人脸，从相貌来看，这种脸型的女孩，五官比例搭配匀称，往往能给人温柔善良、贤淑得体的感觉。
- ▲ 简约利落的**盘发发型**使人看上去得体大方，充满稳重贤淑的女人魅力。
- ▲ **旗袍**可以体现女性贤淑得体、典雅、温柔、清丽的性情与气质。
- ▲ **琴、棋、书、画**，下棋观画，谈琴读书，勾勒出女子多才多艺，大方得体、贤淑、柔静之美。
- ▲ 一方水土养一方人，**江南水乡**的文化、细腻温润，培养女性贤淑得体、温婉的气质。
- ▲ **阅读**，是一种修养，它能让女性由内而外的散发出贤淑得体的气质。
- ▲ **做手工活**（如十字绣、花艺）的女人，给人以贤淑，得体，文雅的感觉。
- ▲ .....

# 创意点



反向思考（从得体考虑）

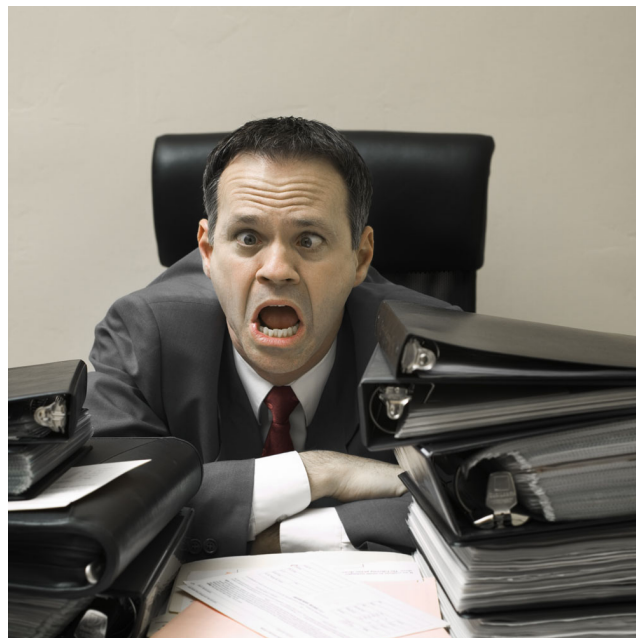
如果不得体，会怎样？



相对于“得体”来说，“贤淑”是更注重内在修养，其外在直观性没有那么突出，因此，反向思考，我们将目光转向“得体”。我们分析研究“得体”与“不得体”，思考如果“不得体”，会产生什么样的效果以及影响，通过生活中会出现的问题来呈现此创意。

# because

不得体,  
则会失礼、无礼、不雅、突兀、不恰当、不  
适合、夸张、另类、格格不入、奇葩.....



# SO

## 创意点

得体



VS

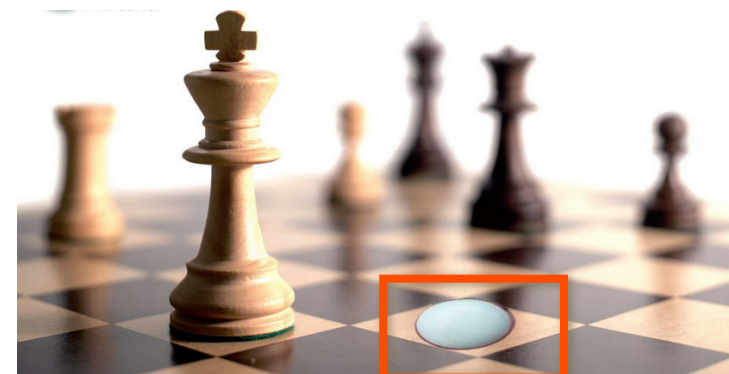
不得体



宴会穿着



下棋



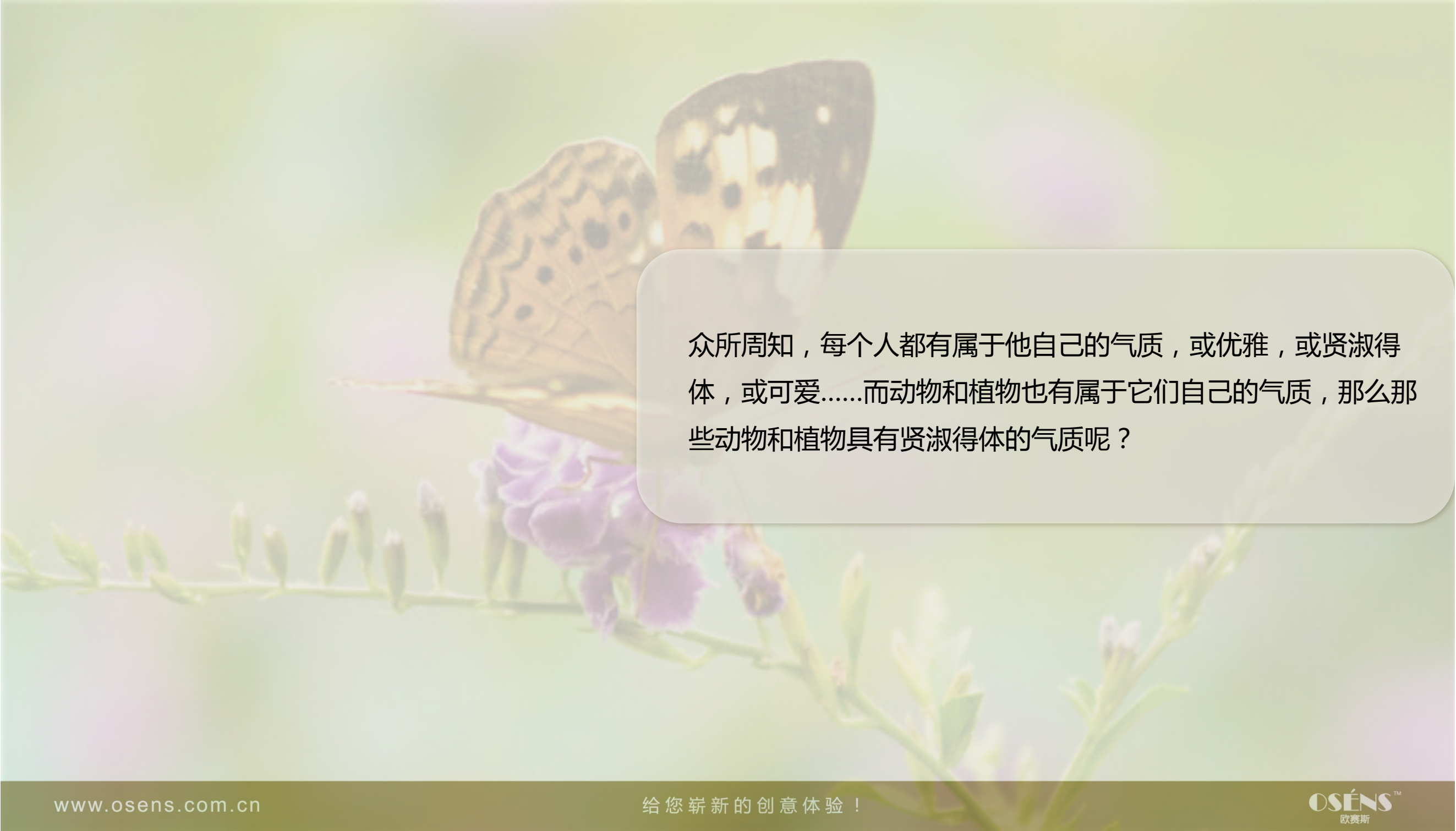
# 创意呈现方式

同一个场景，同一个物体，呈现得体与不得体两种形式



横向思考一：

除了人，  
还有什么贤淑得体的？



众所周知，每个人都有属于他自己的气质，或优雅，或贤淑得体，或可爱.....而动物和植物也有属于它们自己的气质，那么那些动物和植物具有贤淑得体的气质呢？

# 创意点

动物、植物也贤淑得体！

先天



# 创意点

动物、植物也贤淑得体！



装扮



造型

后天

横向思考二：

贤淑得体的女性容易  
拥有什么？

美丽的女性，容易拥有爱情.....

真诚善良的女性，容易拥有人们的信赖.....

睿智的女性，容易拥有人们的赞赏.....

有思想的女性，容易拥有人们的佩服.....

幽默风趣的女性，容易拥有人们的喜爱.....

⋮

那么，

贤淑得体的女性容易拥有什么？





# 创意点

能够表现 “爱、幸福、 尊重 ”的事物



花



温馨、浪漫的色彩



爱心



家



戒指



温馨、尊重的场景

纵向思考

竞争品牌是如何体现  
品牌价值的？

# 竞争品牌：雅莹女装

2014春夏广告：

采用符合品牌价值内涵的女模特，在不同场景中，从不同的举止、眼神、妆容、所做的事情（玩石品茗、闻花赏鲤等）上体现品牌价值“优雅、精致”；除了女模特，还有其他的人，如孩子、男人、其他女人，以他们衬托女模特的优雅、精致；除了人，采用的元素较多的是花，鲜花与衣服上的花朵图案，将衣饰的美感变现的更加淋漓尽致。



# 竞争品牌：玖姿女装

2014秋冬广告：

采用大气富有冲击力的恢弘意境，来烘托品牌价值优雅。采用女模特，在不同辽阔的场景中，从不同动作、眼神、装着上流露出优雅的气质；衣服的精致与绚丽背景的大气与粗砺，形成鲜明对比，使得品牌价值更加凸显。

**提取元素：欧洲女模特、与品牌价值对比的场景**



# 竞争者分析总结：

从竞争品的广告画面来看，选择符合品牌价值的女模特作为广告的主画面，是女装广告呈现的主要方式，因此，高氏杰可以考虑此种呈现方式。

选择适合的场景环境（如国风场景环境、对比场景环境）和道具（如花、茶具），对呈现品牌价值起到了良好的烘托作用，因此建议高氏杰可以采用此种呈现方式。

# 创意点



欧赛斯创意人

| 项目团队 | 人数 | 姓名          | 工作内容   | 职责                  |
|------|----|-------------|--------|---------------------|
| 客户总监 | 1  | Peter He    | 项目总控   | 对项目整体方向的把控和执行监督     |
| 策划经理 | 1  | Leon Li     | 策划工作   | 负责项目策划、提炼及创意思路      |
| 设计总监 | 1  | Yvonne Yang | 视觉主画面  | 负责项目设计工作质量把控及核心环节设计 |
| 文案   | 1  | Una Liu     | 文案撰写   | 负责品牌策略规划的文案撰写、文案梳理  |
| 设计师  | 2  | Gary/Lily   | 设计执行工作 | 负责具体的设计表现           |

# Thank You

感谢您的观赏!

**B** 新思维 新视觉 新媒体  
**rand new**  
给您独一无二的创意体验!

上海欧赛斯文化创意有限公司

Shanghai Osens cultural innovation Co.Ltd

上海市长宁区江苏路121-123号中西大厦9D(近武定西路)

9D, Zhongxi building, No.121-123, JiangSu Road,  
Shanghai, China 200050

Tel:086-21-51001811

[www.osens.com.cn](http://www.osens.com.cn)

# 版权声明

版权所有

未经上海欧赛斯文化创意有限公司书面授权，不得以任何方式翻译、  
拷贝、仿制和转载本文件任何一部分或全部文件。

