

# 最新广告公司的文案(精选5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 广告公司的文案篇一

展示浙商领军集团的领袖风范，以体现企业经营思想为主，介绍创始人成长风范为辅，挖掘中国传统文化的博大精深与现代企业管理相结合的精髓。

画册要高档典雅，尽量不要铺金垫银，内部及装帧讲究细节，反映赠予人的用心，诚心交友以及价值。即重内在实际，轻外部奢华。

画册画幅不求大，但主画页场面要求大气恢弘，可用连页展示，图片场景与细部相配套，成长历史与现实成就交相辉映，设计过程是内部策划与明和设计携手合作，创造一本符合万向理念的经典画册。

## 二、画册作用和赠送对象

画册应能起到以下作用：传播本企业精神，介绍创始人和他的团队风范，增进友谊以致纪念。

画册在设计时，通过附加物的增删功能，满足以下三种对象需要：

高层人士，它是一份高档名片；

企业的初期合作者，通过了解，增强认识，取得多赢局面；

关爱企业的有识之士和朋友，它象一面旗帜，有缘相聚在万向。

### 三、画册体现理念的三大组成部份

#### 第一部分 形象外相

万向从这片土地走来；（介绍成长史）

金融企业与国际化发展实景图片与商务虚拟场景；

有必要的話，增加企业宣传光盘（可另起方案）。

#### 第二部分 企业文化

总结万向集团的创始人和他的团队的发展观与思想体系。

#### 第三部分 沟通与感恩

画册作为一种赠品，应赋予纪念和珍藏之意。内附金箔，其厚度、纯度可调。画面用钱潮图案烘托万向标志，或其它木刻形式的图案浮雕其上。另配玉饰（可作挂件）如了解受赠者出生年龄，可预刻十二生肖图案择其之一，令受赠者感觉细微之情和独到关怀，实在无法了解者还可以赠观音像，作为平安顺利之象征，金玉在中国文化它有多种含义：

1、金友玉昆，隐喻你我均为才德高尚之士，2、金兰之交，合作坚固，多方共赢；

3、金枝玉叶，企业发展离不开社会支持帮扶；

4、金科玉律，企业发展理念是要坚定不移的执行；

5、金题玉帛，典藏之本。

## 四、企业文化大纲

### （一）利他共生，大道无华（企业哲学、宗旨）

万向应用这个理念，从萧山走向世界，图例说明，发展史，投资文化，综合实力，跨国经营等。

### （二）上兵划谋，策略致胜（战略目标）

实现三大产业：汽车业、三农、三产旅游业。研究所和 workstation 为企业的战略平台。形成一业为主，跨国运行，三农并进的局面。

### （三）求才若渴，独尊儒德（人才策略）

运用德才观，价值观，公私观，二代投入概念，培养优秀的社会人和企业人，获得多类管理成就奖。

### （四）广采博纳，谦虚谨慎（管理风格）

运用中国古代哲学思想和现代化经营管理相结合的现实。举例：已获一级企业，十大杰出奖，企业收获体系认证金马奖等。

### （五）神兵无诀，胜算权变（经营理念）

大集团小核算，资本运作，国际化运作。企业发展按级数上跃。三农，规模化农业、突破传统农业，均可为证。

### （六）以诚立业、以信谋利（诚信理念）

诚信给企业带来发展良机，十佳诚信，财务公司，控股公司，黄金客户□aaa信用等级。著名名牌、商标为企业带来无形资产和发展良机。

## （七）千秋大业，推崇文化（文化档案）

培养有思想的现代公司，各类奖牌和公司团队精神面貌：一方天，一把手。读书交友、行路创业。

## （八）盛极易衰，求实务新（发展观）

创始人的思想发展，成就和信念，格言，相关图片资料。

以上八块最好由企业策划部门将内容增删，确定后再整理图片文字资料，未有的进行补充，该方案只是一种思路，请大家共同商讨确定，然后可以分工具体落实，最终确定本画册的方案设计。

主标题：最重要的不是外在的美，而是其中流露的思想！

副标题一：诸葛在三国，吴用在水浒，我们在领奥！（模特在舞台，老师在学校，我们在领奥！）

内文：

这里有一些特立独行的人，他们破坏规矩、不按常理出牌，在这里□c.d看到一张纸就能产生89种创意联想□designer认为黑夜是五颜六色、充满图案的□copywriter把煎蛋面称为“法式糖心荷包浇意面”。

你可以相信并称赞他们，或是鄙视他们。

唯一无法忽视的事：就是忽略他们。

因为，他们总有 big ideas□他们总能制造惊喜，让你眼前一亮。

注：

c.d——creative director(创意总监)

designer——设计人员

copywriter——文案人员

副标题二：绝对广告，绝对领奥

内文：

就像电影之于woody allen(服装之于armani)领奥始终执着的追求着广告事业的下一个高峰。

在这里，没有煽情的意大利歌剧，也没有花俏的好莱坞电影。

真正的专业，是在别人盲目的改变时，一如既往的执着追求！

副标题三：满足需求是肯定的，用心服务是必须的！

内文：未完成

## 广告公司的文案篇二

一、企业形象广告语入围名单：

- (1) 作品编号：10597号 牵手百花医药，焕发生命精彩。
- (2) 作品编号：06143号 健康人生路，百花来呵护。
- (3) 作品编号：00316号 健康人生路，百花长相护。

二、陈香露白露广告语入围名单：

- (1) 作品编号：13499号 胃炎溃疡别再误，先服陈香露白露。

(2) 作品编号：10114号 胃不好，生活怎么会好？百花陈香露白露片，修复你的胃，还你美好生活。

(3) 作品编号：00637号 看病何必东奔西走，陈香露白露在家门口。

### 三、藿香正气水广告语入围名单：

(1) 作品编号：0142号 藿香正气水，滴滴传真情。胸闷、胃胀，反酸，就服百花牌藿香正气水。

(2) 作品编号：8023号 百花牌藿香正气水，去除风寒，舒适肠胃。

(3) 作品编号：8106号 百花藿香正气水，居家旅行必备。

### 四、消炎止咳片广告语：

(1) 作品编号：0040号 百花消炎止咳片，止咳消炎更灵验。

(2) 作品编号：5140号 有我无“炎”（言）的承诺，是你止咳（此刻）的感受！

(3) 作品编号：5142号 百花消炎止咳片，消炎止咳更方便。

### 五、谓大夫广告语：

(1) 作品编号：0827号 养胃和胃，还得八味——百花牌八味和胃口服液。

(2) 作品编号：0238号 治胃专家——谓大夫！

(3) 作品编号：4089号 胃痛胃胀不舒服，快找百花谓大夫。

### 六、企业标识诠释：

(1) 作品编号： 002号

1、标识以绿色为基调，象征旺盛生命，蕴涵生机活力，诠释大众健康。

为花蕊，共同组成玫瑰“花”形，使“百花”赫然纸上。

谐统一的生动格局。

来的美好景象。

(2) 作品编号： 241号

关于“百花”医药企业标识的诠释就现有标识看，其文化内涵为：

1、整体上是一朵盛开的花开放在黔北大地上，更象征着百花医药的前程似繁花一样锦绣无限。

企业的员工始终携手并肩，团结一心打造百花品牌。

迎接着风霜雪雨的考验，在新世纪激烈的市场挑战中不断茁壮成长。

4、整个图形为绿色，寓意百花医药具有以人为本的亲合力，又有“绿色、环保、创新”的现代企业理念。

(3) 作品编号： 537号

1、标识以绿色为主色，象征“百花”的天然的医药特性，表现出盎然生机，寓意健康成长。

面意思，并巧妙地勾画出百花拼音的首字母“b”和“h”□可谓独具匠心，妙趣横生，极具艺术美感。

3、标识外围的三片“绿叶”，宛如三片花瓣，围绕中间的心蕊而成一朵盛开的鲜“花”状，使“百花”的寓意表现的淋漓尽致。

形形成一个向心的格局。象征百花人与顾客之间的凝聚力和亲和力。

情暖万家的美好未来。

## xxx医院创意广告文案

[平面版] 主题：礼让多一点，伤害少一点

副标：亚太瑞慈医院微创诊疗中心 宣 创意说明：

1、孔夫子的故乡山东是儒家礼仪发源地，因此提出“礼让”关键词符合地方人文大环境。

主题：礼让多一点，伤害少一点

副标：亚太瑞慈医院微创诊疗中心 宣 镜头一：

吵杂的公路街头，排起了长长的车队，烈日当空。声音：几声车鸣急促而粗暴 镜头二：

吵杂的公路街头，排起了长长的车队，烈日当空。声音：车门打开后重重关上的声音 “走啊！咋不走啊” “前面有车咋走啊？” “叫前面的车走啊” “你去叫啊”

“你在前面你去叫啊”

“我不急着走，你急你去叫” “存心想吵架是吧？” ……  
镜头三：

吵杂的公路街头，排起了长长的车队，烈日当空。



声音：车门打开后重重关上的声音，汽车急速加油的启动声  
“老子看你走不走” 镜头四：

镜头慢慢隐退，转为黑屏。

声音：粗暴的一声两车相撞的声音划过长空。“谁撞我车了？  
谁撞我车了？”

xxx医院形象广告语

一、19件入围广告语

悬壶济世 泰州普济

健康无价 普济有情

普济 让世界专家向您靠近

健康在普济 关爱零距离

选择普济 选择健康

普济 为您健康护航

和谐泰州 人文普济

中外共携手 普济您一生

泰州普济 健康如意

普济医院 健康家园

浓浓普济情 健康伴君行

泰州普济医院 创造健康明天

普渡众生 济世情怀

百姓的普济 健康的希望

普济 护佑您的健康之旅

与国际同步 与健康同行

普济建泰州 健康常相守

普济天下 呵护健康

普济好医院 健康好人生

二、5件优秀作品奖

普济，让百万生命享受阳光

让生命享受阳光——普济医院

与健康同行——普济医院

三羊开泰 普济为怀

普济医院爱心行医

三、被选定的中心广告语（暂定）

人人企盼健康 普济满足愿望

xxx医院的文化文案

1、精神：创新、求实、团结、奉献；

2、价值观：对国家、向社会提供一流的医疗服务，为老百姓

确实解决“看病难、看病贵”难题。

3、责任：对医院——真诚、勤奋、充分发挥主观能动性，为医院建设添砖加瓦；

对病人——周到、热情、把病人当亲人，最大限度地让病人满意；

对同仁——敬业乐群、团结互爱、与同仁携手前进，与医院一道成长。

4、服务理念：患者第一，质量第一

5、信条：

关怀与服务是我们的基本工作；

求实与进取是我们的工作作风；

合作与奉献是我们的团队精神；

学习与创新是我们的前进动力；

质量与效率是我们的追求目标。

### 三、院标的诠释

康平医院的标志为两个英文字体kp组成的环球图案，整体形象富有美感，线条简洁明快，象征着康平接轨国际、走上世界。

标志采用绿色，寓意生命活力组成的健康绿色通道。

### 四、立院之本

- 1、以精湛技术为基础；
- 2、以优质服务为载体；
- 3、全心全意为患者服务；
- 4、永远保持坚定的诚信；
- 5、追求服务完美，使患者满意；
- 6、老百姓医疗的需求，就是医院发展的机遇；

## 五、工作策略

坚持“一个中心”（以质量为中心），把握“两个基本点”（让病人满意，让百姓满意），抓住“三大要素”（技术、人才、服务），实施“四化管理”（管理企业化、技术专业化和行动军事化、服务宾馆化）。

## 六、经营之道

经营方针：以人为本，品牌制胜 激励机制：精神动力和物质保障

## 七、办院思想

以创新精神发展先进独特的医疗技术

以人本精神创造和谐温馨的养疗环境

## 八、服务目标

医患零距离

服务零投诉

诊疗零差错

科室零纠纷

## 广告公司的文案篇三

区域

珍珠半岛 千岛之睛

一岛倾城 繁华所向

珍珠半岛，位于青溪新城的核心位置，是政府重点发展的地区。依托优美的自然环境，以高新技术产业为支撑，大力发展现代服务业等相关产业，高度集中城市的经济、科技和文化力量，并配之以完善的金融、贸易、服务、展览、交通与通讯条件，充分发挥珍珠半岛区块城市东扩的主平台和新城cbd中心的引领和辐射效应，是千岛湖未来城市商务中心。

湖光山色 钟灵毓秀

珍珠半岛风光秀美，三面临湖，群山环绕。湖水清澈碧蓝，随着天光云影的变化，折射出各种深深浅浅的蓝，犹如一块块宝石；山上树木苍翠、形态各异，与湖面交相呼应，成为一幅优美画卷。除此之外，珍珠半岛对11条全长16000米的主次干道进行绿化景观提升，打造银杏景观大道和梧桐生活大道，用海棠、香樟、樱花等丰富城市林荫道，并分区种植大面积花海，勾勒出层次分明的半岛风景线。

清溪如带 繁花盛开

依托自然的山水环境，政府斥巨资于珍珠半岛之上打造大型景观带——中轴溪。中轴溪占地20.6万平方米，全长2.4公里，利用珍珠半岛西高东低的地势走向，引入大型城市中轴水系，

自西向东贯通整个珍珠半岛，经珍珠广场流入千岛湖，成为区块内的景观主轴、文化主轴和商业主轴。清澈见底的溪水，茂密盎然的植被，似一条美丽的丝带飘落在山水之间，成为珍珠半岛一道亮丽的风景。

## 全盛生活 集萃盛景

珍珠半岛区域内规划建设有丰盛的优质城市资源，医院、学校、商业体等一站式配套环境，打造浓郁的生活氛围。

## 品牌

### 大白鲸计划 鲸艳千岛湖

### 北耕南拓 布局中国

大白鲸计划是由大连圣亚旅游控股股份有限公司联手多个战略合作伙伴共同启动的文化产业链贯通工程，着手打造室内儿童乐园、第五代海洋公园、水（海）岸城等文化旅游休闲及城市配套复合型产品，计划用十年打通产业链，打造成中国的“蓝色迪士尼”。目前大白鲸计划文旅产业已在全国布局30余城市，逐步实现北耕南拓，布局中国大战略的宏伟目标。

### 美好生活 鲸心筑就

大白鲸计划依托于主品牌之下，创立了文旅产业发展集团以及住宅产业发展集团，二者同体而生，相辅相成，前者致力于在全国构建起一条完整的海洋文化全产业链，打造中国中国蓝色迪士尼，后者则将紧跟步伐，以“美好生活运营商”为品牌理念，充分发挥住宅产业发展集团匠筑豪宅的专业及经验，在每一座有”大白鲸“的城市打造”未名山”系精奢住区，为更多城市带来“鲸”喜。

## 全城瞩目 鲸艳千岛

中国首个以体验式湖海文化景观为核心的复合型旅游项目——“大白鲸”千岛湖文化主题乐园预计将于2019年建成，项目位于珍珠半岛区块西端，总投资约10亿元人民币，占地约6万平方米。充分将大白鲸海洋文化、古城文化、湖泊文化相融合，是集旅游、旅水下城市、白鲸馆、千岛湖秀场三大功能区，配合项目内的主题商业和旅游配套商业，打造内容丰富、功能齐全的文化主题乐园。

## 区域价值 鲸喜预见

“大白鲸”千岛湖文化主题乐园的建成，不仅将吸引众多游客，带动珍珠半岛的价值飞跃，更将加快千岛湖旅游资源的迅速集聚，助力千岛湖及淳安在长三角区域主题公园集群中脱颖而出，并推动杭州大旅游休闲空间格局的打造。本案作为大白鲸计划下住宅事业部打造的精奢住区，与主题乐园同体而生，为居者带来与众不同的生活氛围，并依托其价值带来资产的稳定保值。

## 商业

### 领御千岛 “鲸”天财富

### 门户之位 价值鲸人

珍珠半岛，千岛湖重点发展区域，鲸mall街据守中轴系景观带源头，地理位置得天独厚，举步珍珠半岛“行政中心、商务中心、演艺中心”等，“图书馆、博物馆、科技馆”三大馆配套为邻，高度汇集城市经济、文化、科技力量，构筑投资价值，引爆财富商机。

### 与鲸为伴 财富鲸人

大连圣亚“大白鲸计划”空降千岛湖，将打造世界最大淡水水族馆，水下秀场、水下世界等。鲸mall街由大白鲸计划下住宅事业部打造，与大白鲸主题乐园同体而生，依托其价值，将充分发挥三大场馆的辐射效应，带来庞大的财富力量。

百万客流 商机鲸人

大白鲸千岛湖文化主题乐园建成后，预计年客流量将超百万，鲸mall街扼守水族馆唯一出口动线，与大白鲸主题乐园同享百万消费群体，承接游客旺盛的消费力；并依托周边众多服务业、高新技术产业项目，以及区域内住宅项目的数万居民，形成稳定的客流，为投资者创造无限商机。

玲珑旺铺 回报鲸人

30-100m<sup>2</sup>单/双层独立店铺，户户临街，面积小，总价低，经营灵活，易于出租，并可自由组合与改造。铺内均设置排烟设施，满足餐饮在内的多种业态。有效控制投资成本，撬动鲸人回报。

## 广告公司的文案篇四

我们给少数人一个舞台，让多数人来羡慕

如果人生的操练给了你一大堆原则，却至今没能找到一个目标。那么我们就送你一个，谈不上多么高远，但至少给你的人生添彩加分。

如果你已经有了人生的目标。那么我们就帮你实现，然后更新,,,

no[]有要求就不能嫌高。这个世界之所以太不完美，就是因为我们对它的要求太低。



## 招聘岗位——

### 策划师(2人)任职要求:

我们需要的的军师并非决胜于千里之外，短兵相接是我们工作的主要内容，很多时候我们的工作更像是庖丁解牛，亦或是依托专业素养的项目医师，再或者是灵敏的猎犬能够嗅出市场的异动。

你需要携带你的案例与我们面谈

我们将准备好恰如其分的待遇与晋升渠道 期待与你并肩作战!

薪资待遇：月薪000元，保险，补贴，年终奖金

### 策划助理(2人)未来策划师的必经之路

你需要这个机会，我们也需要这样的人才，当机会降临的时候 我希望你有能力抓住。

薪资待遇：月薪000元，保险，补贴，年终奖金

薪资待遇：月薪000元，保险，补贴，年终奖金

### 置业顾问(10人)任职要求:

这个职位充满了挑战和压力，我们希望你勤奋和韧劲

拥有洞悉客户需求的敏锐直觉

再难对付的客户，你也能善意地沟通； 有较好的客户关系维护经验及能力

时间就装在你心里，不会跑快也不会跑慢，因为时间不只属于你，也属于你的客户和你所从事的事业。

好吧，先把你的简历发到邮箱或者面对面交流

薪资待遇：基本工资+提成，保险，补贴，年终奖金

## 广告公司的文案篇五

1、要求将zippo打火机和zero可乐结合在一起的创意。

我的创意：

主题：我们在一起——zippo与zero的结婚请帖。

文案：我终究是用火热的心，打动了温柔如水的你。

自此

水火相容。

——是谁说，水火不相容？

将此文案写于请帖中，请帖则做成系列的卡通可爱风格。

画面是zippo和zero的甜蜜“结婚照”。

封面、内页、封底都要做出来。

2、要求为一个生活杂志取名，名内必包含“丰泽”二字

我的创意：

命名为：常若丰泽

此名称的含义：取自姚华《曲海一勺·述旨》中：“小令数语，常若丰泽，套词连章，自成机杼。”的“常若丰泽”

给其杂志赋予时时刻刻为大众带来利益之意。

3、要求仿左岸咖啡的文案随意取一品牌或商品进行仿写

原文：

我的创意：

谭木匠梳子。

清晨阳光刚洒进窗内/是一天中清静的时候/也是喧闹即将开始的时候/镜子中不太精神的人/正在默默的梳着发/整个环境里/只有镜中的她和我/她梳发是为了赶走整夜的忧伤/我梳发是为了迎接新的一天/我用着谭木匠/梳走自己一夜的忧伤。