

最新广告策划创意费用一般是多少 创意广告策划的条件和技术(模板5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

广告策划创意费用一般是多少篇一

1、创意策划的基本原理：

2、创意策划的重要条件：

(1) 创意策划形成的前提——动机、目的；

(2) 创意策划形成的基础——知识积累；

(3) 创意策划方法的过程——选择性、可变性；

(4) 创意策划实现的关键——联想、假设；

3、创意策划的定律：

创意策划=条件+技术

3、创意策划的种类：

(1) 超序相干法——天马行空法；

(2) 拉线相干法——巨蜘蛛吐丝法；

(3) 超大系统法——万花筒法；

- (4) 非系统法——王子创意法；
- (5) 创意原子弹——创意裂变法；
- (6) 氢弹创意法——创意大聚变风暴法；
- (7) 意场感应法——上山下乡法；
- (8) 创意魔牌——创意游戏法；
- (9) 集中导向法——综摄法；
- (10) 头脑风暴法——“bs”法；

4、创意的制造过程(心理操作过程)：

- (1) 提出问题：掌握问题产生的途径，增强问题意识，列举属性，寻找缺点和希望点，产生好奇心。
- (2) 确定问题：确定问题的目标、中心、焦点、动机、目的。
- (3) 寻找资料和有关资料的积累：围绕目标、动机，搜索与创意动机有关的资料。
- (4) 弄清问题：搞懂问题的表述形式，找出问题的框架和细节(聚焦目标、分化问题、把握要点、扩展重点)，寻找问题的新表述形式。
- (5) 生成思路 and 选择思路。
- (6) 进行思考组合。
- (7) 创意生成、总结及实施。

广告策划创意费用一般是多少篇二

(一)创意主题:

健康邀您传递爱——健力宝

(二)创意表现:

盛夏，夜晚，11点，房间狭小，灯光昏黄，没有风扇，儿子17岁，高三，在埋头复习功课，汗水由鬓角划过脸颊，渗透了他的衣服。这时爸爸左手拿了一把芭蕉扇，右手拿了一瓶健力宝，走了进来，一边给儿子扇扇子，一边把健力宝放在儿子的面前。儿子抬头，四目相对。父亲的眼里充满了无限的怜爱，儿子的心里却像打到了五味瓶，翻江倒海。但他们的眼里都在闪烁着同一样东西——亮晶的液体。

某某年后，父亲，蓝色制服，头发花白，两腮胡渣。晚上七点，下班，他一手扶着腰，步履蹒跚，想要坐下来歇歇。在空荡荡的房子里，他看到了儿子的照片，正出神。

伴随着一声“爸”，门被打开了。儿子提着两提健力宝，西装革履，四目相望……

广告策划创意费用一般是多少篇三

甲方:

乙方:

根据《中华人民共和国合同法》及国家有关法律、法规的规定，甲、乙双方在平等、自愿、公平、诚实信用的基础上，经友好协商，就甲方委托乙方制作 项目，签定本合同，并共同遵守。

一、制作内容

注：以上金额已经包含制作费、运输费、安装费及其他费用(未尽事项见附件)

二、合同期限：

乙方应于甲方支付首付款日__日内向甲方提供设计图，设计图经甲方确认后__日内开工备料，至 年 月 日前制作安装完成，工作周期 日。

三、合同金额及付款方式

(一) 本合同总金额为：人民币 元(人民币大写 元整)。

(二) 付款方式：本合同按以下方式分 次付款：

1、合同签订后，计人民币元，作为首付款，乙方开始进行合同内容制作；

2、合同签订后，计人民币元；

3、乙方制作、安装完成后，经甲方会同乙方验收合格后合同所余款项，计人民币 元；

4、以上付款甲方以 ____的方式支付，乙方在收到以上款项时须向甲方开具国内等额有效发票，若乙方不能提供国内有效发票，甲方有权代扣代缴税金。

四、验收标准：

项目制作内容、材质按第一条或合同附件约定为准，验收质量以达到甲方认可效果为准。

五、违约责任

(一) 甲方应按合同规定付款，如延期付款，每延期一日按应付款金额的 %向乙方支付违约金，延期付款超过 日乙方有权停止工作或终止合同。

(二) 如因乙方原因造成未能按期完成制作内容，每延期一日，乙方按合同总额的 %向甲方支付违约金；延期超过 日甲方有权终止合同并要求乙方赔偿因延期交工造成的损失。

(二) 甲方应在合同签定后 日内向乙方提交设计所需的全部图文资料并承担资料的真实性责任。

(三) 甲方对已经签字认可的或正在制作过程中的设计稿有权利提出修改意见，但应承担由此引起的费用，并相应顺延工作时间。

(四) 乙方有义务为甲方的知识产权保密。

(五) 如因乙方制作质量未达到设计标准，甲方有权终止本合同，乙方应退还甲方预付的全部制作费，并承担合同总金额的_____%的赔偿金；甲方也可以根据具体情况与乙方协商解决，甲方有权酌情扣费，并要求乙方对因此而造成的损失进行赔偿。

六、不可抗力条款

由于不能预见、不能避免和不能克服的自然原因或社会原因，致使本合同不能履行或者不能完全履行时，遇到上述不可抗力事件的一方，应立即书面通知合同其他方，并应在不可抗力事件发生后十五天内，向合同其他方提供经不可抗力事件发生地区公证机构出具的证明合同不能履行或需要延期履行、部分履行的有效证明文件。由合同各方按事件对履行合同影响的程度协商决定是否解除合同、或者部分免除履行合同的责任、或者延期履行合同。

七、争议的解决

凡因执行本合同所发生的或与本合同有关的一切争议，合同双方应通过协商解决；协商不成，任何一方均可向_____人民法院起诉。

八、其它

(一) 本合同附件“项目工作要求及费用明细”与本合同有同等效力，双方在签订本合同时也应应在附件上签字盖章。”

(二) 本合同如有未尽事宜，经双方友好协商，可另行签订补充协议，补充议与本合同具有相同的效力。

(三) 本合同一式 份，甲、乙双方各执___份，均具同等法律效力。本合同自双方签字并盖章之日起生效。

特别条款：在与本协议相关的任何洽商、谈判、协议签订、协议执行的各个环节中，如果乙方以任何非正当形式腐蚀甲方人员，则甲方有权立即终止本协议，并保留向乙方要求经济赔偿和追究法律责任的权利。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

法定代表人(签字)：_____法定代表人(签字)：_____

_____年___月___日_____年___月___日

广告策划创意费用一般是多少篇四

在中国，嘉里粮油(隶属马来西亚华裔创办的郭兄弟集团香港分公司)旗下的“金龙鱼”食用油，来一直以绝对优势稳居小包装食用油行业第一品牌地位。

调和油这种产品是“金龙鱼”创造出来的。当初，金龙鱼在引进国外已经很普及的色拉油时，发现虽然有市场，但不完全被国人接受。原因是色拉油虽然精练程度很高，但没有太多的油香，不符合中国人的饮食习惯。后来，金龙鱼研制出将花生油、菜籽油与色拉油混合的产品，使色拉油的纯净卫生与中国人的需求相结合，使得产品创新终于赢得中国市场。

为了将“金龙鱼”打造成为强势品牌，“金龙鱼”字品牌方面不断创新，由最初的“温暖亲情，金龙鱼大家庭”提升为“健康生活金龙鱼”，然而，在多年的营销传播中，这些“模糊”的品牌概念除了让消费者记住了“金龙鱼”这个品牌名称外，并没有引发更多联想，而且，大家似乎还没有清楚地认识到调和油导师是什么有什么好。

，“金龙鱼”又一次跳跃龙门，获得了新的突破，关键在于其新的营销传播概念“1：1：1”。看似简单的“1：1：1”概念，配合“1：1：1最佳营养配方”的理性诉求，既形象地传达出金龙鱼由三种油调和而成的特点，又让消费者“误以为”只有“1：1：1”的金龙鱼才是最好的食用油。

十年磨一剑，金龙鱼在20才让中国的消费者真正认识了调和油，关键在于找到了一个简单的营销传播概念。

广告策划创意费用一般是多少篇五

乙方：_____

甲、乙双方本着平等合作、互惠互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方作为“_____”的策划推广(包括广告创意、设计、制作、发布代理，以及营销、招商、推广的计划、策略、提案)事宜，达成如下一致协议：

1、合作范围

甲方委托乙方作为“_____”（以下简称“项目”）的策划推广，全权负责本项目的广告创意、设计、制作、发布代理，以及营销、招商、推广的计划、策略、提案等合作事宜。

2、合作期限

委托期为_____年_____月_____日至_____年_____月_____日。本协议合作期限届满前一个月，经协商同意，双方可续签合作协议。

3、广告投放总额

本协议合作期间，本项目广告投放总额不低于_____万元人民币。

4、工作内容

5、双方责任与权力 甲方的责任和权力：

6、收费条例

7、知识产权

本合同所完成之成品或所确认之设计稿件，在所有款项结清后，其所有权归属甲方所有。在所有权归甲方后，乙方仍有权未经甲方同意，用所设计之作品参与公益、专业、行业或各类组织机构的竞赛评比活动。但乙方不得用于除此之外的其他目的与事项。

8、违约责任

9、中止合作的条件

任何一方违反本协议或各分项目合同各项规定的，对方有权

书面通知对方予以及时纠正;如一方不能及时纠正,则另一方有权中止本协议或各分项合同的执行。

10、其他

甲乙双方可在协商一致情形下,以附件形式补充其他条款。

本协议与附件未尽事宜,双方协商解决,协商不成,任何一方可提交_____市仲裁委员会仲裁。

本协议连同附件一式二份,双方各执一份,具有同等法律效力。本协议自双方签约日期起生效。

甲方: _____

乙方: _____

签定日期: _____年____月____日