

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本(通用8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。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇一

二、活动时间和地址

时间：20__年11月11日00：00~~24：00

三、活动的准备

(一)车辆：准备要求

- 1、根据出货量来计算下不停的来回周转，需要多少车辆，多大的车？
- 2、去车辆部门提前告知，要求准备车辆；
- 3、运作时间：早上8点开始提货，到晚上10点；
- 4、可以临时全部算加班，特别事件特别对待；

(二)操作

- 1、根据上述的数据，要更改流程了，请马上做出一个提货方案来；

2、简化操作流程：

a□提前印制5个城市的图章，避免写大字。

c□操作部提前沟通，陈向阳会安排落实，操作部员工提前上班，上流水线操作；具体请作出方案来。

(三) 人员安排

据了解，为了更好的解决客服和售后问题，今年__淘宝店还专门为开通了可24小时拨打的400免费电话。在双十一期间，将有150人通过400电话帮助用户确认、审核订单，并负责购物后的客户服务，帮助用户办理退款、退件及查件跟踪等服务。同时，今年__淘宝店还专门开通了微信、旺信等新媒体售后服务渠道。

“今年双十一我们推出了200多款专供商品，以深秋和冬季新品为主，还包含部分20__ (10%)年春装新款。”__淘宝店品牌公关总监__表示，今年全部商品都是最受消费者喜欢的热款或新款商品，同时除了用好的产品回馈消费者以外，__淘宝店还将推出各种满就减、满就赠、一些专项大奖活动让消费者在期间玩得更high□

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇二

一、加强组织建设。由于人事变动，我们及时调整了科协领导小组成员，做到科协工作人员不散、班子不乱，把科协班子建设纳入基层组织建设重要范畴；进一步巩固了六个产业分会的组织建设，根据能源发展需要新增了沼气协会；各村明确一名村副职干部分管科技工作。

二、落实“三个一工程”，加强科普阵地建设。各村都建立了科普工作站，在村部显眼的位置建立了科普宣传栏，一个季度更新一次宣传内容，每村都明确了一名科普信息员，负

责科普传、反映群众科技需求、搞好培训人员组织。

三、结合我镇实际，积极服务新农村建设。我镇共有61名会员，每名会员都有自己的技术特长，镇科协依托六个协会，积极配合党委政府的中心工作，新推广沼气池240口；新办“高品质柑桔栽培示范园”50亩，地面铺反光膜，就树搭塑料大棚，以达到“提高品质、延期销售、提高单价”的目的；为推进双龙峡景区建设，积极运作使我镇丹霞地貌成功申报为“省级地质公园”，为普及地质科技知识提供了现实“标本”。

五、加强科普宣传，提高全民科学素质。以农村中小学现代远程教育为主要载体提高未成年人的科学素质；以大力开展农民科技培训为主要措施提高农民的科学素质；以举办讲座、报告会等科普活动为主要措施提高领导干部和公务员科学素质。充分利用各村科普宣传栏，开展实用技术、新型科技知识的宣传。

***科学技术协会 2012年7月2日

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇三

- 2、参与日常的视频策划、讨论，完成前期统筹工作。
 - 4、负责视频拍摄，把控节奏，跟进完成。
 - 5、独立完成视频制作、以及剪辑、特效等后期处理工作。
 - 6、完成与外部团队对接、跟进工作。
- 1、全日制本科或以上学历，影视/多媒体/艺术设计专业毕业；
 - 2、2年以上同岗位工作经验；

- 3、喜爱视频拍摄、内容创作，乐于自己创作各种形式的、有趣的短视频；
- 4、有一定的自学能力，和良好的审美能力，且接受能力强；
- 5、有自己的想法、有创意、思维活跃，善于沟通；
- 7、有责任心、积极向上，能接受加班，具有创业精神。

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇四

一、优化系领导班子建设

贯彻本系党政联系会议制度，使班子真正做到党政协调、相互支持、作风优良、廉洁自律，树立班子身先士卒、敢于承担、勤奋务实的良好表率形象。

二、增强党员理论学习

1、认真组织高职的干部参加学校理论学习中心组的学习活动。按照学校党委制订的党员理论学习安排与要求，组织搞好党员理论学习。

3、积极开展创建学习型基层党组织活动，组织党员教职工带头学习，营造良好学习气氛。要求高职的党员干部，结合本职岗位和本职工作，每年至少写一篇结合自己工作岗位的研究论文。

三、做好宣传思想工作

1、按照学校党委的要求，大力倡导“三个崇尚”、“三个远离”，把加强教师队伍思想政治建设作为高职党建工作的一项重大任务来抓，深入细致地做好教师的思想引导工作，积极拓展师资队伍教学能力，努力实现“三个回归”。

2、配合学校即将进行的岗位编制核定和调整工作，引导并做好高职教职工的思想工作。

3、加强党员教师教风建设。认真开展“立足岗位、教书育人、关爱学生”活动，增强党员教师服务学生的意识，转变教风，引导学风，贴近学生，以自身良好的品德和过硬的知识影响学生、培养学生。

4、加强党员管理人员的执行力和服务意识建设。规范工程流程、严肃工作纪律，主动服务有关教学系部和广大学生，打造勤奋好学、开拓创新、服务高效、和谐共事的管理人员形象。

5、加大在教师中发展党员的工作力度，优化高职党员队伍结构。规范教工支部建设，配合学校党委做好支部书记的培训工作。

四、深入开展创先争优

1、认真总结去年下半年在教职工党员中开展“三建二联”创优示范活动的情况，推出典型，推广好的做法与经验并细化支部工作计划。

2、围绕“固本培元工程”中心工作，充分发挥教工党员在专业建设、课程建设、空间建设、校企合作、学生管理等工作中的积极性和主动性，充分发挥带头示范作用，创新性的开展工作，尽快改善校内外实训条件。

3、开展以抓好“专业建设、课程建设、空间建设”，做好“联系企业、联系班级”和高职迎评为主题的“三建二联一迎评”创优示范活动，在文化大发展、大繁荣形势中体现本系特色和优势。

五、抓好校园文化建设

1、加强高职文化建设与党建工作的融合，以党建统领高职文化建设，增强高职文化的凝聚力。

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇五

电视媒体已经成为当前最为大众化，最具影响力的媒体型式。下面是小编整理的影视广告拍摄要素，欢迎阅读！

画格与画帧分别为电影、电视的最小构成单位，即一幅画面，英文通称frame，也就是说每一画格，每一画帧，如果单独、静止地来观看，都是一幅完整的、独立的、类似于绘画艺术中的画面。由于电影胶片与电视摄像的记录方式不一样，所以相同的单位时间，二者所获得的画面幅数并不相同。电影一秒钟记录下24格画面，而pal制的电视一秒钟记录25幅画面（n制的则是30幅画面）。电影每秒钟24格之中的一格画面，我们称之为画格；电视每秒钟25幅画面中的一幅我们称之为画帧。然而要特别注意的是，尽管画格与画帧的形式都是一幅画面，但电影、电视中的画格和画帧与绘画艺术作品中的画面有着极大的区别。因为影视中的画格与画帧基本上不单独存在，也很难单独拿出来欣赏。所以为了区别于绘画艺术，也为了区别一般人所理解的电影、电视上的画面概念，还是称它为一格或一帧更准确些。

镜头是由画面构成的，但镜头并不等于画面。有时一个画面就是一个镜头，有时，一个镜头却有许多画面。一般说来，镜头能够单独表达一定的含义，而画面则不一定。

画面无疑是视听语言中最为重要的部分，因此，研究影响影视镜头画面的各种因素对于视听语言有着极其重要的意义。

影响电影、电视画面表意的首要因素应当是镜头的景别。也就是说，摄影师从取景框截取的景物的大小、多少，能极大地影响画面的涵义和流露出的情绪。而决定画面景别大小的因素是摄影机的机位和摄影机镜头的焦距长短。

远景

也叫大全景。远景是视距最远的景别，这种景别的画面可以展示辽阔宏大的场景，展示人物活动的空间或环境氛围。远景给人的感觉好像是站在很远的地方观看风景一样。远取其势，是远景的特长。

全景

全景的画面比远景小一些，具体地说，是在取景框内以能容纳站立的全身人为准。全景可以使观众看到人物的全身动作及其周围的部分环境。全景与远景一样也是一种最基本的介绍型的景别，多用来介绍环境和展示事物的全貌。因此在叙事的段落中，全景一般不可缺少，因为要用它来确定事件发展的空间范围，所以一般又称为“定位镜头”。

中景

一般摄取人的膝盖以上，这种画面可显示人物大半身的形体动作，能给人物表演以自由活动的空间，既能表现人物之间的关系，又不会与周围的环境气氛脱节，尤其可以表现手的动作。中景是影视作品中比较常用的一种景别。

近景

是摄取人物腰部以上的一种景别。这种画面能使观众看清楚人物的某种形体动作和面部表情，或者物体的某些细节，在广告中比较常用。

特写

即肩部以上或人体的某个局部、一小件物品或物品的某一细部的镜头。一般是指人物的面部，特写是视距最近的镜头。它的取景是将所要突出、强调的物体占满银幕。当然也有人

称视距更近，取景更小的为大特写。特写镜头的表现力极为丰富，能给人以体察入微的感觉。要注意的是特写镜头常常是主观性很强的镜头，常常带有极大的强迫性，有明显的提醒和暗示作用。特写或大特写在电视广告中运用的极多，常被用来强调产品品牌或产品细部。

拍摄角度也是决定画面构成的重要因素之一，角度往往能决定画面的性质。我们常常可以看到：虽然机位相同景别相同，而角度不同，所拍到的画面情感和心理涵义却完全不同。

平角

平角又称为一般拍摄角度，是将被摄体置于与摄影机镜头相水平的位置上，即以摄影师的视平线相平，以平等的观察事物的角度来拍摄。这个角度的画面容易使观众产生认同感强，觉得亲切，能让人有置身其中的感觉。当然一般角度也因人而异，比如拍摄儿童与高大的篮球运动员就有很大的不同。

仰角

仰角拍摄就是将被摄体置于视平线以上，摄影机是处于低于视平线的位置，也就是从低处向上仰拍被摄体。这种角度会让观众产生被摄体形象高大、强壮、精力充沛的感觉。例如电影《巴顿将军》中，巴顿出场的那场戏，背景是很大的星条旗，巴顿上台发表演说。这组画面就是用仰角拍摄的，它使人物显得高大、英武，充分表现了创作者对巴顿的赞誉之情。

俯角

与仰角相反，用俯角拍摄时是将被射体置于摄影师的祝平线之下的位置上，从高处向下俯拍被摄体，最典型的是航拍或鸟瞰。俯拍一般用来展示全貌交代环境。但俯拍的被摄体常常显得渺小、无助，给人以凄凉之感，因此常带贬意。

倾斜角

先使被摄体与视平线成一定角度，再改变取景框中水平线的位置，便可得到这种倾斜的和不安定的画面效果。这种画面有时可以使人感觉滑稽或不可捉摸。

主观拍摄角

也称主观镜头。就是将摄影机置于影片中某个人物的视点，以该人物的感受向观众交代或展示景物。主观镜头常用来表现特定人物的特定感受，带有强烈的主观色彩。

客观拍摄角

相对于主观镜头来讲，以客观拍摄角拍摄的镜头称为客观镜头，客观镜头则尽量从客观角度来叙述和表现内容，较为冷静、从容，较少强加于人，主观感情色彩不强，往往能给观众一种客观的印象。其实，客观拍摄角也是创作者及导演精心设计的，所以也被称为是导演的角度。

运动是影视艺术最大的长处，是传达讯息的重要手段，也是区别于其他造型艺术形式的根本属性之一。其实，所谓镜头的运动与人眼的视觉运动十分相似，并不难于理解。运动镜头种类很多，常常是以模拟人视觉感受为主要形式，其中有推、拉、摇、移、跟，等等。镜头的各种运动都带有一定的倾向性，因此能很好地传达创作者的思想与感情。

推

就是被摄体不动，摄影机的变焦距镜头向主体推进的连续画面。随着摄影机镜头向前推进，被摄体在画面中逐渐变大，形成逐渐接近目标的感觉。同时，观众的注意力也就会逐渐被引导过来。推镜头的作用很像眼睛视线的前移与集中，它能使所要强调的人或物从整个环境中突显出来。“推”可以

用来强调局部与整体的关系，同时也常常带有主观色彩，越是急推则越是主观性越强，而面对被摄主体的缓推则能引起受众注意和猜想，比如下面一则麦当劳汉堡的电视广告拍摄成功运用镜头缓推的手法就很有视觉的诱导力。

拉

它在技术操作上与推镜头正好相反，是由局部到整体，使人有远离目标的感觉。在情绪上，它比推镜头更能吸引人的注意力，有时还极具悬念感和神秘感。拉镜头也同样具有强烈的主观倾向。

摇

拍摄时，摄影机机位不变，只是镜头轴线方向发生变化，机身作上下、左右、旋转等运动。摇镜头包括水平方向运动的左右摇，沿垂直方向运动的上下摇，以及上下左右相结合的复合摇。摇拍使人产生眼睛在一个定点上环顾四周的感觉，它可以跟踪运动物体、展示环境、烘托情绪、营造气氛。

移

指摄影机边移动边拍摄。这样拍摄犹如在行进中对事物进行观察，画面能给人以巡视或展示的感觉。移拍镜头可以灵活地进行场面调度，更有效地表达空间概念。由于机位的移动，移拍所产生的运动感很强，同时又具有一定的连续性和完整性，因此，它是影视艺术表现的重要手段。

跟

指摄影机跟随着运动的被摄体进行拍摄。跟拍的形式虽然多种多样，但都是跟随着动态中的被摄主体同步移动，这样，被摄主体始终处于画面之中而背景却不断地变化。跟拍一般是用来交代被摄体的运动方向、速度和姿态的，常常具有很

强烈的视觉追随感。

长镜头

较长时间连续拍摄的镜头称之为长镜头。亦即从开机到关机之间的时间比较长，长镜头在拍摄的过程中景别、景深也可以任意变化。长镜头可以得到一段较长时间的镜头画面，但长短也是相对的，并没有一个绝对的标准。

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇六

片名：《系列微电影》

影片类型：20分钟系列微电影

展示自我，实现梦想的平台，促进民间影视产业专业化。

衍生节目：微电影演员海选现场选手才艺。

《电影是怎样拍成的》：揭秘当周播放的微电影的戏里戏外及拍摄花絮，揭秘电影特技，电影场面等拍摄内幕。

规格：高清微电影。

【组织运行】

主办：理工大学社团联合会

承办：青岛兄弟连影视团队

中视联动漫产业基地

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇七

1. 总是突然间的开心，有突然间失去所有兴致。
2. 有的人，没有知己，同样也没感觉到寂寞，而且生活还挺美。
3. 将所听到的和所
4. 你没权利看不惯我的生活，但是你有权利扣掉双眼。
5. 发呆是唯一不用付费的宇宙漫游。
6. 快乐，是纯粹自然的产物，是自己百分百支持自己肯定自己的礼物。
7. 看到的都坦然接受。
8. 大暑大大咧咧到，大美祝福送给你，愿你拥有“暑”不完的金钱、“暑”不尽的好运、“暑”不完的甜蜜、“暑”不尽的幸福、“暑”不尽的快乐直到永远！
9. 上的柳树像病了似的，叶子挂着层灰土在枝上打着卷；枝条一动也懒得动，无精打采地低垂着。马路上一个水点也没有，干巴巴地发着白光。
10. 我总有那么多的无奈，好似所有人都已将我忘记。
11. 我想成为一个很厉害的人，让世界都为我有点变化，而那个世界就是你的心。
12. 夏天，在瓜地里，只见万里晴空。飘浮着几朵淡淡的白云。到了中午，人们热得受不住了，一个个汗流浹背，气喘吁吁，只好到树阴下去乘凉。园子里的花草树木，在烈日的蒸晒下，

都显得没精打采的，只有知了还在枝头一个劲地叫着，好像在喊：“热呀，热呀！”夏日的七月，透蓝的天空，悬浮着火球似的太阳，云彩好像被太阳烧化了，也消失得无影无踪。

13. 一见钟情的爱也是爱，不过那只是短暂的。

15. 你的眼神，总是那么吝啬给我。

16. 我们总以为来日方长，却忘了世事无常。

17. 挑战一个月不说脏话，今天是第一天。

18. 喜欢了又没互相喜欢还不如不喜欢。

19. 不管自我感动多少次，也不会忘了自己向来用低级报复爱过的人。

20. 我一直都没有改变，只是我知道有些事有些话都要放在心里，只有自己能懂和翻阅。

21. 祝这世界继续热闹，祝我仍是我。

22. 万事藏于心不表于情。

23. 我多想拥抱你，可惜时光之里山南水北，你我之间人来人往。

24. 不是有了同行者才上路，而是上路了才有同行者，要先上路。

25. 要春日晚风吹过期期漫漫。

广告拍摄策划书 双十一广告拍摄脚本篇八

电商狂欢连年写下交易记录，每年除了声势最为浩大的“双

十一”之外，还有6·18、黑色星期五以及双十二等线上购物狂欢节。在数年的市场教育下，电商之间的你争我夺已经从用户红利转向了优质流量、策略、移动端布局和效果监测等高地。

深耕电商营销的聚效广告ceo杨炯纬对此深有感触。“前些年‘双十一’这种电商狂欢节的价值是非常明显的，每年都会涌进来一批新用户，电商广告主们的广告投放能收到立竿见影的效果。而现在来看，新用户越来越少，更多考验集中在商家和平台的整体服务能力及整体抗冲击能力。”对聚效这样的广告平台来说，在“双十一”期间的收入往往会达到全年峰值，所以“双十一”带来的考验使他们提前布局，做好广告主在电商狂欢中的背后推手。

品牌电商最为关注的是天猫“双十一”，他们知道他们的用户是谁，聚效这样的广告平台也手握广告主需要的大数据资源，优质流量储备是提前布局“双十一”的重中之重。杨炯纬表示：“今年‘双十一’我们的流量储备是比较充分的，流量的精准度也非常高。”聚效在pc端的推荐广告和移动端的原生广告储备在行业里名列前茅，聚效会直接告诉广告主有哪些人对你的商品是有兴趣的，这种精准流量的储备和投放直接促成大片秒杀，效果惊人。

配合优质流量和预售，聚效给予电商广告主非常简单易执行的策略。在重定向方面，聚效提供了两套解决方案，一个是在“双十一”期间牢牢锁定广告主最优质的人群；另一个是智能出价，这是聚效在“双十一”中期间专为广告主提供的功能，让广告主在狂欢当中按小时来计算整个交易市场的价格变动，提示广告主是否需要调整，然后委托聚效的机器按照时间、创意、人群、广告位来做精准的推荐调整。在“双十一”当天，广告主在聚效完成的投放调整是一百多万笔，但是杨炯纬感觉广告主在一定程度上比去年淡定，因为有了聚效的工具来帮助调整，广告主就能轻松应对这么精细且量大的工作。聚效提供的选项越来越多，广告主需要完

成的工作量就越来越少。

在移动端，广告主的尝试比去年更加积极，就“双十一”天猫的交易额来说，移动端占比达到了68%。但是“双十一”当天移动端的硬广并没有很优质的表现，还是要依靠数据打通来给用户推送重定向广告，这是聚效的拿手好戏，因为他们在pc端已经驾轻就熟。电商平台在前期把用户行为数据跟聚效对接，针对性的做重定向，这让广告主清晰地看到了原生广告相对于普通硬广价值的优势所在。通过多年的沉淀和优化，聚效对个性化广告、动态广告的运用比以前更加成熟。

除了原生广告媒体资源的积累，专注于效果营销的聚效也在打通阿里的广告效果的监测，通过deep-link链接到单品到后续跟踪整个订单的完整的监测。杨炯纬表示，聚效会通过对广告主的服务，给他们看到更多精彩实效的案例。