

天猫双十一的文案（天猫双十一的文案怎么写）

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/b655a77f57871735116e7ef99ef02248.html>

范文网，为你加油喝彩！

有网友问天猫双十一的文案，下面小编就以1436字给大家详细介绍天猫双十一广告文案分析，预计阅读需要4分钟！

在2009年之前，11月11日是所谓的“光棍节”。单身人士在这一天可能仍然感到孤独。

但在接下来的时间里，电商平台天猫商城硬生生把这一天变成了中国人的“全球狂欢节”。

以至于光棍节几乎再无人提起，而是熬夜的去抢店铺红包。

2018年是双11的第十个年头，今年天猫商城双11的促销主题是精彩，刚刚开始。

▼

十年时间。

如果懂过的过，也许就是一场清梦，梦醒了，你还是那个你。

细细走过，可能是一次英雄式的进化，一觉醒来，变成了更好的你，重新开始为下一个十年做准备。

在推广方面，天猫商城邀请了文化、体育、影视等不同领域的代表，他们都在这十年间逐渐成为更好、更好、更理想的自己。

在文案上，天猫商城用十年前与十年后的对比来传达精彩，才刚刚开始的理念。

张一山

2009，刘星，

2018，张一山。

赵雷

2009，把故事写成歌，

2018，用音乐讲故事。

阿信、不二良

2009，保持本色，

2018，一起出色。

易烊千玺

2009，跳舞，

2018，跳舞给全世界。

杨紫

2009，家有儿女，

2018，初长成。

蒋方舟

2009，青春未老，

2018，风华正茂。

孙杨

2009，赢所有人，

2018，赢自己。

梁文道

2009，不吐不快

2018，不读不行

马未都

2009，布道收藏，

2018，文化分享。

▼

此外，人气艺人易烱千玺为双11十周年，拍摄了首部TVC广告片。

在广告中，易烱千玺现在和10年前的自己有一段走心的对话。

广告中的文案，很能引起人们共鸣。

“十年，一声不响地溜走，

从来不会问你有没有准备好。”

“我要谢谢你这么努力不放弃。”

“十年，

我成为他想要的样子了吗？”

“当了大明星是不是就不用这么累了？”

“你会比现在更累的。”

看完这支广告片，可能有些人会陷入沉默。

十年会改变很多人很多事，这种改变可能是走上正轨的成熟，但也可能是抛弃十年前梦想的懦弱。

十年天猫商城双11你过得怎么样，你能对十年前的自己说一句“我已经变成你想要的样子了”吗？

▼

作为第三方电商平台，天猫商城绝不会自己默默玩，而是集合各品牌的力量和流量。

按照以往惯例，天猫商城也联合了几个旗舰品牌，玩起了联名游戏。

首先，天猫商城和各品牌制作了一波海报，文案内容与明星海报类似，主题为“十年前，十年后”。

十年前，告别单身

十年后，等凌晨疯狂购物

十年前，羞怯传情

十年后，性敢说爱

十年前，科技离我们的生活很远

十年后，让每个人享受科技带来的美好生活

十年前，童梦无限

十年后，少年心气

十年前，极限运动

十年后，大庭广众

十年前，不忘初心

十年后，一切从心

十年前，一见钟情

十年后，敢做敢爱

十年前，我在舞台上

十年后，我在你身边

十年前，书盈四壁

十年后，一册kindle千书随行

十年前，Hello China

十年后，Hello Tmall

十年前，黑白是经典

十年后，饼干会唱歌

此外，天猫商城还在双11延续了保留节目猫头联合海报，并在今年以破纪录的方式联合了66个顶级品牌和经济体。

而在文案方面，都统一使用“越××越××”句式。

方太：越爱，越幸福

荣耀：越想象，越超出想象

kindle：越读，越入迷

来了！今年的天猫双11猫头海报大秀！

由于今年加入了“十周年”这一特殊元素，文案中有了更多的情感厚重感，天猫商城也有意塑造这一情感价值。

十年不算太长，但足以发生很多事情，改变很多人，摧毁很多情感。

而双11，可能也会承载一些故事，成为这一代人的时间坐标。

你的十年，是怎样呢？

本文摘自：文案人于极

如侵权请告知删除

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发