

一口鲜气

春光椰汁系列广告创意

鲜气 × 仙气

借“鲜气”与“仙气”的谐音关系，将产品联想转化为仙侠场景中的动作与画面。

崔灿

广告设计课程项目



以出鞘的剑作比喻，让产品成为画面的创意中心。

系列平面广告 / 创意过程 / 视频叙事

仙露琼浆，源自老椰。

以仙侠人物与环形视觉，建立系列中的仪式感。



凝聚

人物与产品同轴

将产品放在人物双掌之间，借环形图形与云雾，把视线汇聚到产品。

系列联系

浅蓝、白色与仙侠意象保持一致，广告文案延续“鲜气 / 仙气”的联想。

点水 之轻

方显真鲜

将饮用感受转化为轻点水面的动作，
以人物姿态、涟漪和留白组织画面。

动作 / 涟漪 / 留白



以一组连续的视觉语言，呈现不同的产品联想。

乘鲜而上，一口飞仙。

将产品转化为飞行载具，用仙鹤、云海与人物动作延展“鲜气 / 仙气”的联想。



飞升

产品成为想象的载体

人物骑乘产品，仙鹤与云海共同展开飞行场景，让自由、畅快的情绪落在产品形象上。

视觉叙事

以对角线组织产品与文案，让人物、鹤群与云层形成向上的动势。

把视线，收拢到产品。

同一创意的构图调整：从侧面传递，转为正面聚焦。

初稿 / 侧面构图



调整后 / 正面构图



调整的依据

让人物、产品与环形视觉处于同一中轴，减少视线在人物和产品之间的分散。

构图草图



从一口饮用，到一场想象。

15 秒视频叙事方案 / 关键帧展示



01 / 饮用

以日常动作开始



02 / 感官反应

眼神变化建立转折



03 / 情绪递进

将惊喜感逐步放大



04 / 飞鹤转场

用鹤群连接场景



05 / 云海想象

展开自由飞行的画面



06 / 产品收束

让视觉联想回到产品