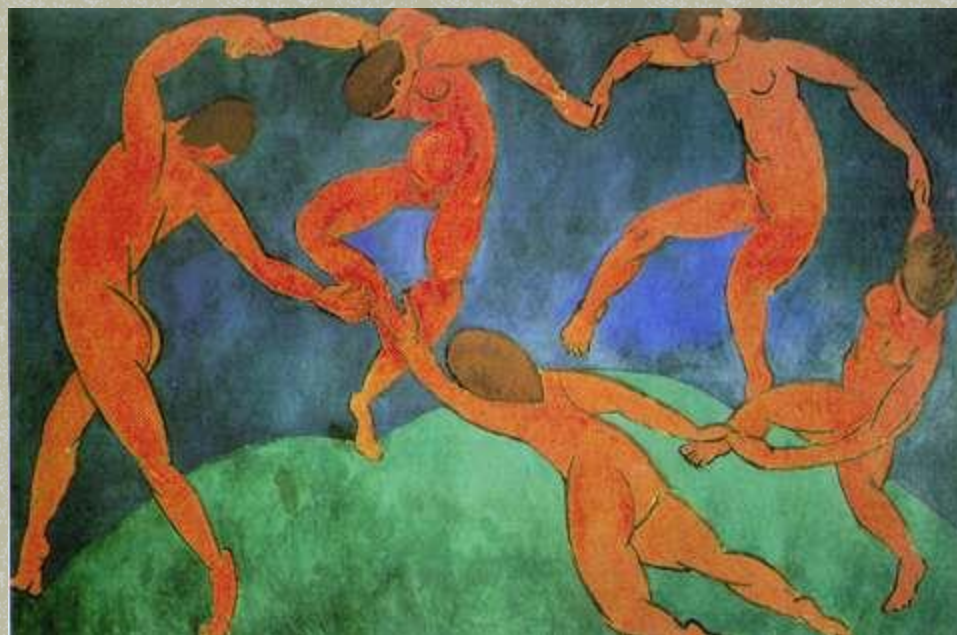


廣告好好玩





何謂廣告？

- 所謂廣告，主要是促進商品或勞務的銷售，傳達個人或社會團體的理念，具說服力的情報傳達活動。因此廣告是一種說服性的武器，也是一種**說服的藝術**。
- 廣告是必須透過**傳播媒體**，且必須支付費用的傳播行為。因為收費，所以必須**完善地表達廣告主的意見**。



廣告的分類

- 依傳媒區分：電視廣告、廣播廣告、平面廣告。
- 依內容區分：形象廣告、公益廣告、商品廣告、政令宣導廣告、活動宣傳廣告。
- 依形式區分：說服廣告、懸疑廣告、印象廣告等，看表現手法而定。



令人印象深刻的品牌口號

- 中國信託：we are family
- 麥當勞：麥當勞都是為你！
- 國農牛奶：千拜萬拜，不如整箱的國農
拿來拜。
- SKII：你在看我嗎？你可以再靠近一點
- 台灣啤酒：有青才敢大聲 / 蝦米尚青，
台灣米魯尚青！朋友~~順啊~~



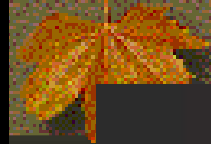
電視廣告價錢怎麼算？

- 套餐式的購買（購買某幾個較熱門的節目，再搭配幾個冷門或凌晨重播時段的節目）
- 單檔購買（只在八點檔、或較熱門的節目播出，以播出的次數來計價）
- 如果廣告客戶想要在八點檔或是熱門時段播出廣告，基本上，10秒鐘的價格大約在25000元～40000元之間。



廣告影片常出現的類型

- 情境式：特色是將廣告生活化，構成要素有：場所、人物、商品，讓觀眾在廣告情境的引導下，產生共鳴並留下深刻的印象。



12:19 PM

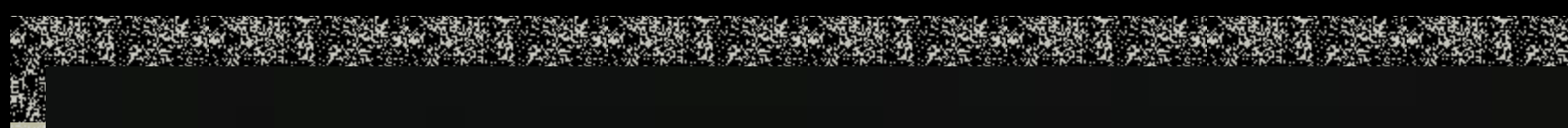






廣告影片常出現的類型

- 解決問題式：這類表現通常是在廣告中使用像放大鏡般的方式，將消費者所遭遇的問題誇張並強調化，讓消費者真的認為問題很嚴重，使得廣告商品有如救世主一般的效果，譬如：「得恩奈漱口水」、「海倫仙度絲」等。





廣告影片常出現的類型

- 示範式：對於新功能商品或操作不易的商品會使用示範式廣告，通常焦點會放在商品上。早先都是以日常用品的廣告較多，如：「花王魔術靈」面對廚房油污的處理方式。



廣告影片常出現的類型

- 產品功能式：這種方式手法直接，從廣告的「功能資訊」。將所有賣點都融入口白之中，廣告方式較不花俏，清楚地傳達商品的優點。



GTS

感冒用斯斯



廣告影片常出現的類型

- 名人代言式：運用超級巨星或消費大眾均認同之知名人士，來推薦或介紹商品特色，大部分會獲得十分有效且快速的效果。譬如最有名的**SKII**之劉嘉玲篇的「你可以再靠近一點，沒關係，你可以再靠近一點！」廣告。



廣告影片常出現的類型

- 懸疑式：使用懸疑或猜謎的手法表現商品特性，可視為故事型或解決問題型的變化型，懸疑的劇情一直到最後才揭曉答案，具有戲劇性高潮的特質，通常這類表現必須慎重處理結局，不但要讓觀眾產生驚奇並驚喜的感覺，也要適當地配合商品出現才能發揮最大功效。



片名	波爾茶		
篇名	先生篇		
長度	30"	日期	2004.05.17
語言	國語		
製作	菩羅		
代理	國華		
備註			

科技藝術 · 創意無限 Leader Asia Pacific Creativity Center



廣告影片常出現的類型

- 幽默式：利用好笑的故事、有趣的鏡頭、幽默的手法，讓觀眾看完會心一笑，通常這種方式的廣告，搭配不錯的文案，會讓人更感興趣，並且極容易留下深刻印象。









廣告影片常出現的類型

- 特殊效果式：特殊效果係指特映的音樂、音響或畫面技巧，常用些卡通或電腦動畫使觀眾在視覺方面產生新刺激，留下難忘的印象。



醫聲室內樂團

總指揮 許欣雲
定琴 張雲
編曲 許欣雲
工作成員

舉辦影視作品簡介



改編廣告詞

xxx小弟弟 恁家ㄟ臭豆腐已經炸好了
哩阿母限哩10秒內趕緊回去呷
哪嘸時 不然臭到鄰居可是不好ㄟ
講到臭死人～學務處報哩一個秘方
根據38鄰6號黑狗兄表示
驚臭？咱可以改呷酥脆臭豆腐
不管你底炸ㄟ時間是跑去洗澡！計杉！
或者去抓老鼠！用完了回來
那盤臭豆腐依然是 香噴噴 酥脆脆
現在咱校門外ㄟxxx有在炸
尤其是買五份 還有打折喔 謝謝