

# 進廣告...

- What messages are these advertisements telling people?
- What is the product of this advertisement?
- How do you feel after knowing the answer?



# 記憶力大考驗

- 請依照你最深的印象
- 不需要思考太久
- 馬上回答
- 講出你立刻想到的一句話



# 記憶力大考驗

以下的句子，會馬上讓你聯想到什麼？

- 你累了嗎？ **蠻牛**
- 喝水不夠 **喝fin就好**
- 全家～…… **就是你家**
- 唱感冒 **用斯斯**
- 台語 明天的氣力 **保力達B**
- 台語 三支雨傘標 **友露安**

# 讓人印象深刻的廣告片



今晚，我想來點...

# 廣告印象學習單

- 看到廣告之後，有什麼感覺？

- 第一階段先熱身，第二階段猜廣告的產品

# 夠不夠Man？



DAYS LIKE THIS, 漫遊

YOU TAKE THE LONG WAY H

# 自由與挑戰



這樣的男生帥嗎？



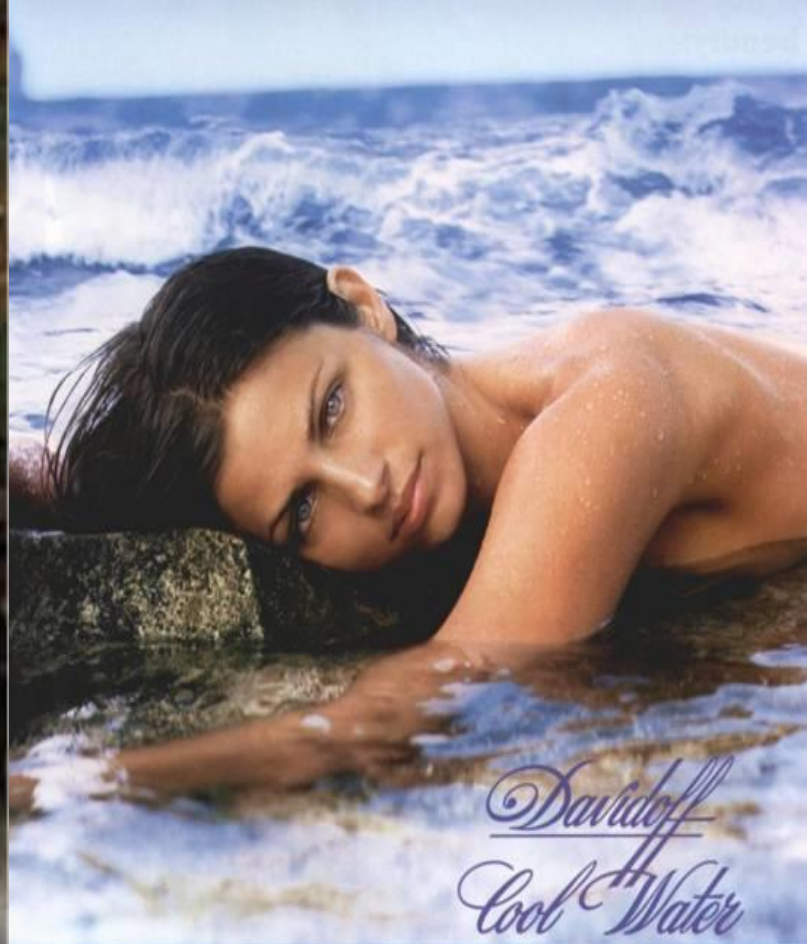








Come to the Country



Davidoff  
Cool Water

WOMAN



大業社大香水專櫃：大業百貨、新光三越百貨、京華城、太平洋SOGO百貨B1  
總代理：盧亞有限公司 盧亞公司網址：www.luxasia.com.tw 諮詢專線：0800-076-760

# 廣告印象學習單

- 請寫第二頁
- 記錄 看到的廣告第一印象
- 並猜測它的產品類型

new

new life style.

## 販賣物品

- 旅遊用品
- 運動用品
- 其他？

# 販賣物品

- 香水

- 服飾

- 其他

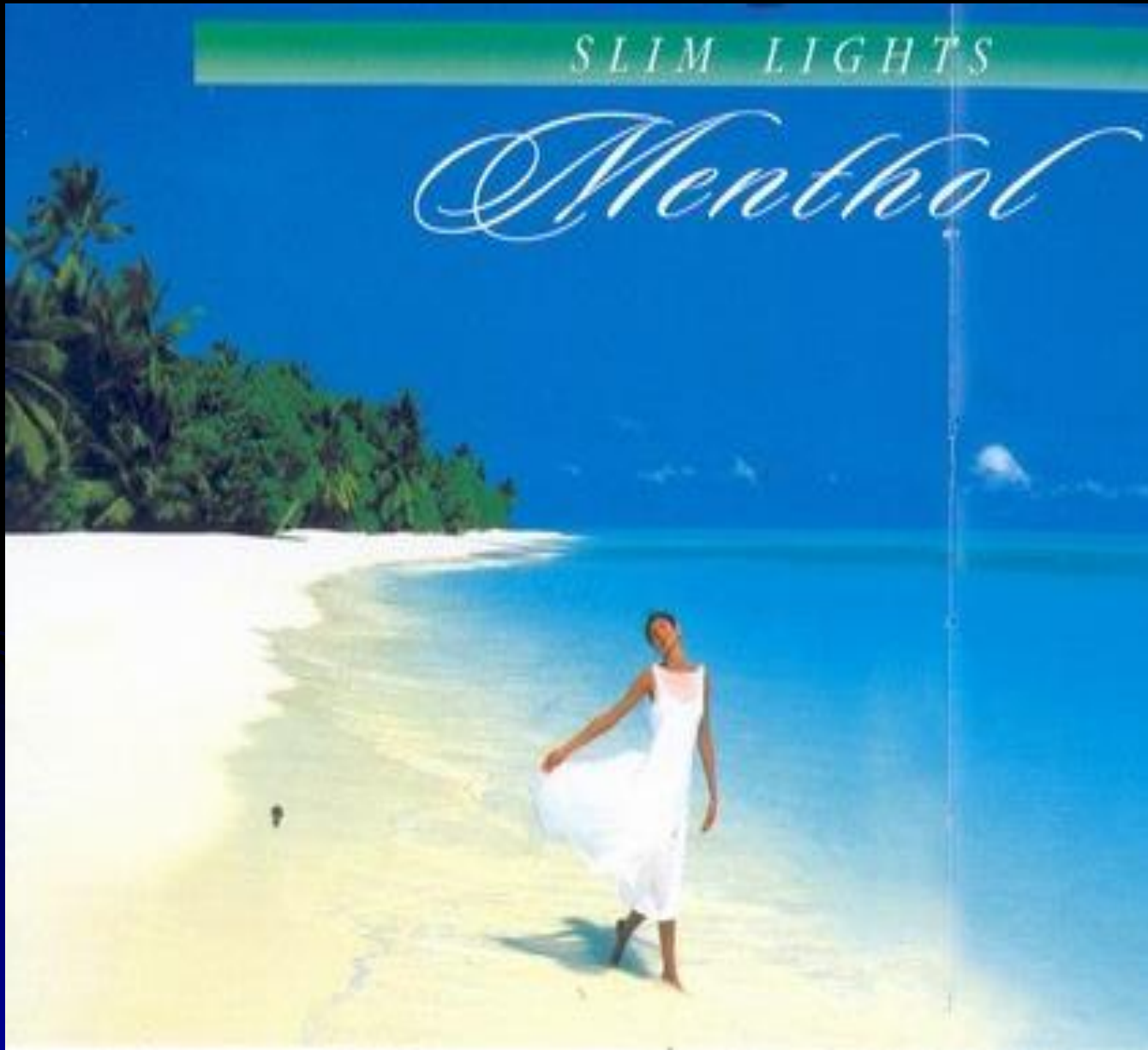


Paper  
Cloud  
PA

出自巴黎世家·

SLIM LIGHTS

*Menthol*



## 販賣物品

- 石油用品
- 運動用品
- 旅遊行程
- 其他？

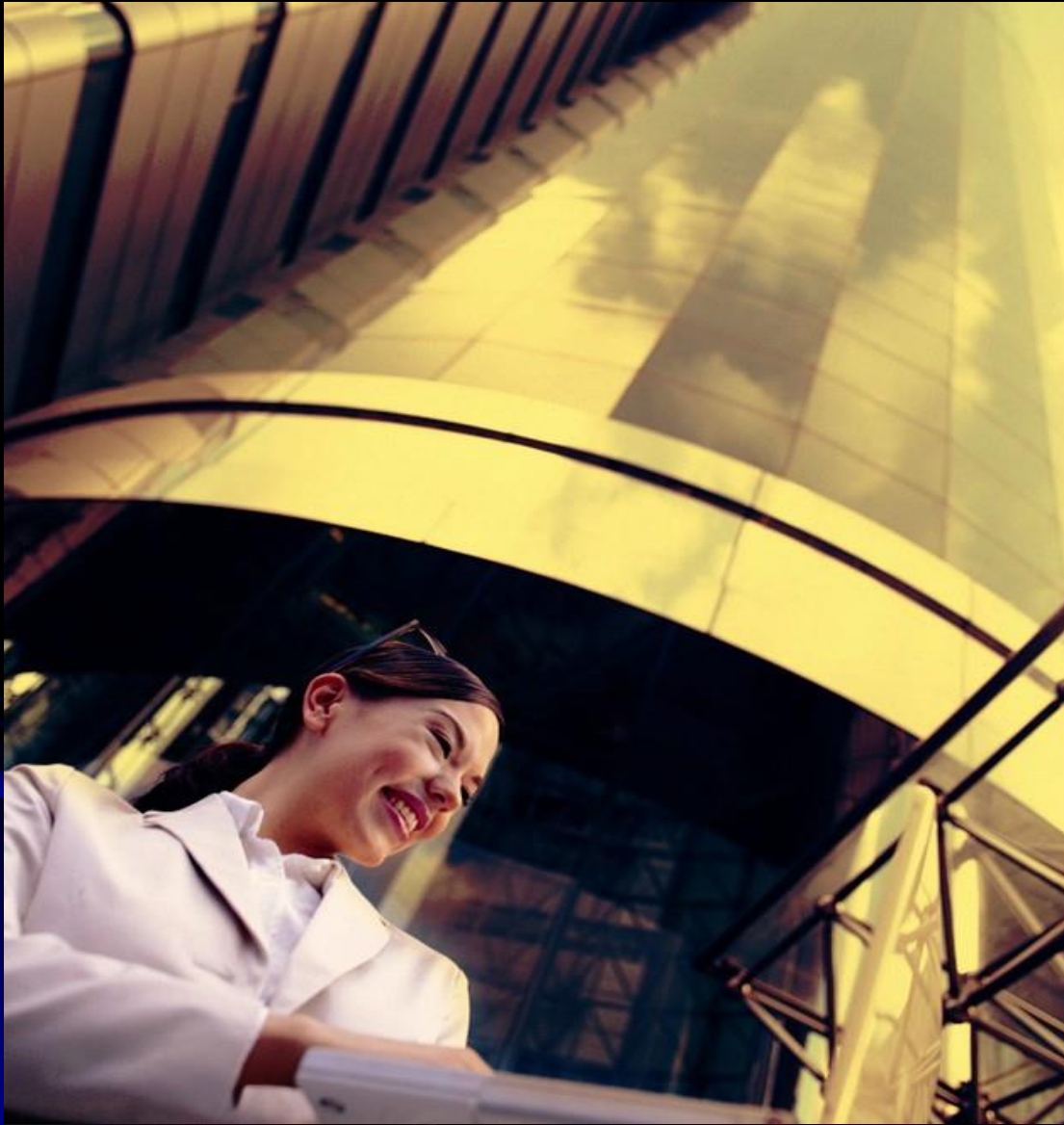
自我挑戰，天地無限



## 販賣物品

- 運動用品
- 手錶
- 健身中心
- 其他？





## 販賣物品

- 電腦？
- 手機？
- 辦公用品？
- 其他？

# 產品印象

- 會不會因為看到以上的廣告，而對產品有好印象？
- 猜猜看什麼產品可以賣這麼多的感覺？

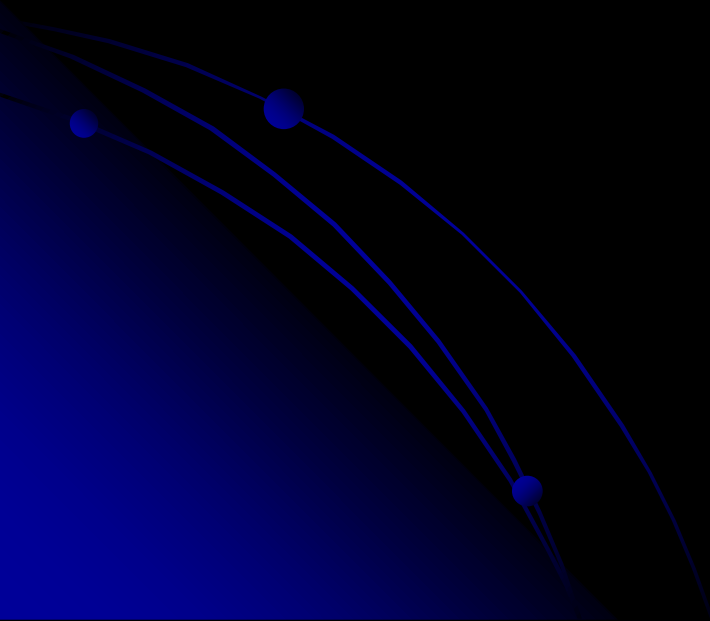
# 如果你剛剛動了心

- 你已經一步步走向死神的陷阱



# 真相只有一個

- 請以紅筆批改廣告印象學習單，從第二頁開始。



# 新的生活方式？

new  
DAVY LOVVF  
new life style.



全新風味，全心自我

法律禁止供應菸品予未滿十八歲者

# 巴黎的品質一定無與倫比？

Papeer  
Cloude  
PARIS

出自巴黎世家·品質無與倫比

什麼品質？



法律禁止供應於品予未滿十八歲者

真是怡然自得？

MILD SEVEN

SLIM LIGHTS

*Menthol*



[www.zbggw.com](http://www.zbggw.com)

# 挑戰死神？

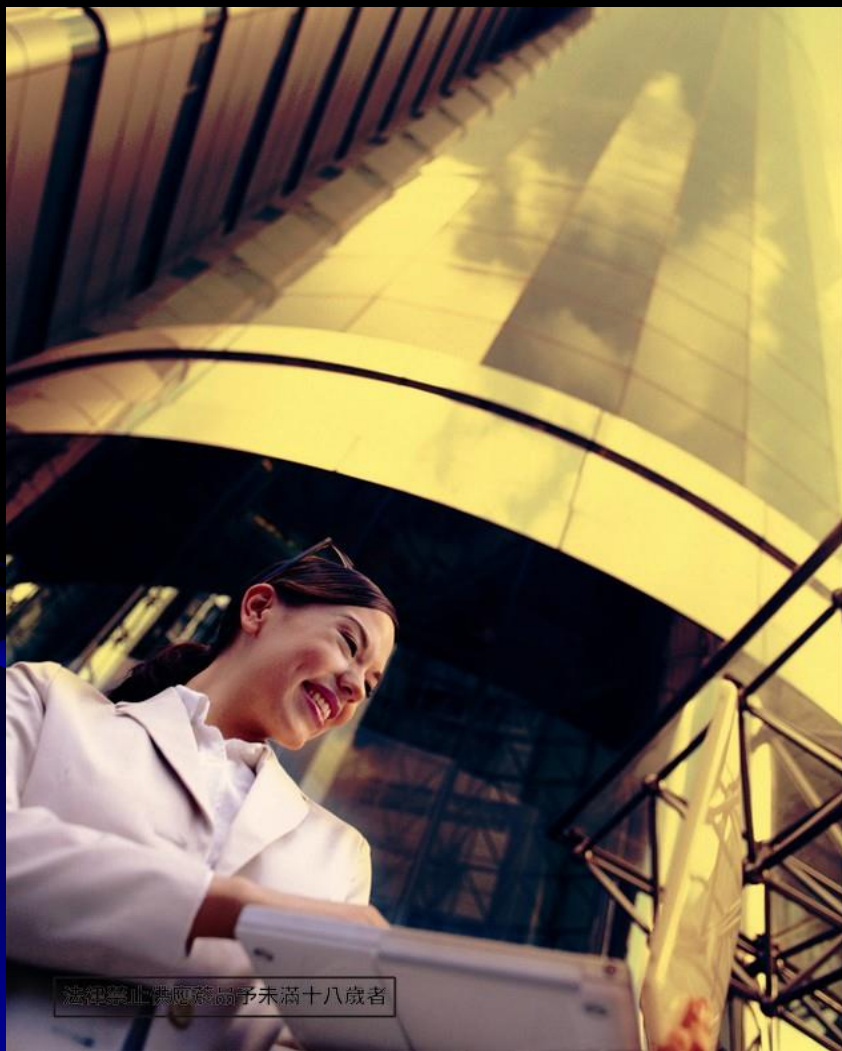
自我挑戰，天地無限



法律禁止供應菸品予未滿十八歲者



# 象徵 成功的女性都會有的物品



DüllhooD

卓越精裝 尊隆獨享



法律禁止供應菸品予未滿十八歲者

# 如果你剛剛動了心

你快被菸商控制了，一步步掉入陷阱

- 抽菸是：身份和品味的象徵
- 抽菸是：很有質感的
- 抽菸是：很有個性的
- 抽菸是：一種自我控制與力量的展現
- 抽菸是：心曠神怡的





千禧馬年大滿十八歲



DEYS LIKE THIS, 漫遊  
YOU TAKE THE LONG WAY HOME.

無所牽掛





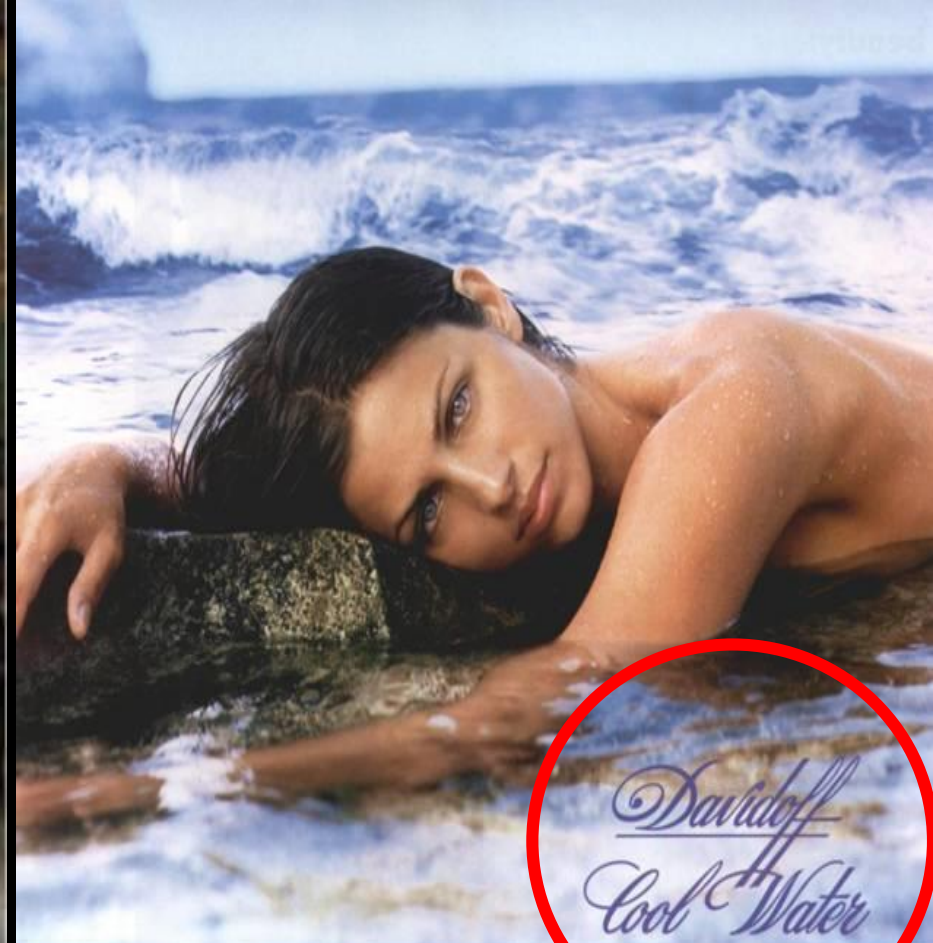
MILDSEVEN



Davidoff  
PERFORMANCE  
LONDON



Come to the Country



Davidoff  
Cool Water  
WOMAN



大塚社大香水總經銷：大塚集團經銷，新光三越百貨、京華城、太平洋SOGO百貨B1  
總代理：盧亞有限公司 盧亞公司網址：www.luxasia.com.tw 諮詢專線：0800-076-760

Davidoff  
Cool Water

活力香氣 揮灑個性

如水般清新的冷泉女性香水 (Davidoff Cool Water Woman)

Cool Water是一種單純不複雜的意識，就像生命中的回憶，最甜蜜也最令人感動，就像反映於海面上的粼粼波光，就像第一場春雨後的朦朧迷霧，洗盡身心的疲憊。就像“Cool Water Women”水滴型的瓶子中，我們不但可以感到陣陣漣漪，更能感受到那份對“水”的感動。



“Cool Water Women”將生命中對水的喜悅聚集在一起，一種擄獲生命的清新香味，原始而純淨。清新的水果調，融合柑橘、黑醋栗、鳳梨及蜜瓜，伴隨著淡雅的永生植物及五月玫瑰，並以鳶尾花與檀香木劃下溫暖的句點。充滿活力的前味，分層漸現的香味創造出一種兼具活力與喜樂，性感與沉穩的獨特香氣。

完整擄獲性感原素的冷泉男性香水 (Davidoff Cool Water)

Cool Water來自普羅旺斯，它以法國東南部的蔚藍天空及海水為原料為自己著色，再以鄉村空氣裡飄逸著的特有香味為自己填充內涵。輕抹於脈動處，立刻能感受到濃郁的的麝香及龍涎香，接著是迷迭、薰衣草和無法抗拒的柑橘果香，在你以為香味已消散的時候，隱藏在你在手袖領口間的茉莉、檀香木與天竺葵的淺淺花木香味卻不捨離去。一款完整擄獲性感與活力的經典男性香氣。



香水專櫃：新光三越信義店/大葉高島屋/太平洋崇光百貨/京華城  
盧亞公司諮詢專線：0800-096-760

憑此廣告至Davidoff香水專櫃  
可以優惠價NT\$1000  
購買Davidoff 冷泉女性香水  
50ml之瓶 (原價NT\$1290)



# 發現MILD SEVEN TIMES

## 單純自然的新錶現



在現代人的生活中，手錶已經是不可或缺的配件，然而除了看時間外，曾幾何時手錶漸漸演變成了裝飾品，不是珠光寶氣昭告天下我很靚，就是奇形異狀暗示別人我很怪，在競逐流行的潮流中，不但失去了手錶的本質，也失去了人自我的特質。MILD SEVEN TIMES一向主張單純與自然，手錶的本質就是要能搭配人的特質，以實用的功能伴隨著你去探索無限寬廣的世界，單純的線條、自然的設計，表現平實萬永的生活觀，就像是天然湧出的泉水雖然平淡卻永遠不會讓人膩煩，一個人的品味就在這點點滴滴、源源不絕的細微處表露無遺，MILD SEVEN TIMES就是這樣表現出與眾不同的流行主張。

MILD SEVEN TIMES將陸續推出更多的生活精品，讓多采多姿的生活更加繽紛，MILD SEVEN TIMES要傳達的的品牌風格，就像是他廣告影片裡面表現的一樣，相信即使你沒買過

MILD SEVEN TIMES的手錶，也沒去過MILD SEVEN TIMES休閒生活館，可是對他的廣告影片一定印象深刻，如此遼闊舒暢、天然清新的場景的確是讓很多都會人心生嚮往，MILD SEVEN TIMES要帶給你的是一種單純與自然的感受，連廣告影片都像是要讓你在看電視時獲得片刻的悠閒時光，他不在影片中叫賣商品，也不囉囉嗦嗦地丟出一堆訊息，看似平淡無奇，但是多看幾次也不會膩煩，說得很少可是卻全都說了，這樣自然舒服的生活感受，就是MILD SEVEN TIMES所要傳達的意境和品牌所要帶給你的全新主張。

年輕就是要有自我的主張，但是誰說標新立異、特立獨行才是年輕唯一的準則，在這多元的社會裡本來就有各式各樣的聲音，如果你已經厭倦了嘈雜不休和讓耳欲聾的流行世界，何必要和它喧嘩對陣，MILD SEVEN TIMES正是你所期待的選擇。

一起來探索這個單純與自然的新世界吧！

### MS998 活力系列

青春最讓人心動的就是那份單純的特質，只要瞬間的心靈契合，就不需要太多的理由。MS998活力系列有三種色系和Key Size，單純雅緻的設計風格，讓年輕的心情充滿奔放的活力，全鋼錶殼，防水100米，陪伴你探索充滿樂趣的生活。

- 多功能時間顯示 (24小時、日曆、星期指示)
- 藍寶石水晶鏡面
- 錶殼外徑：37.5mm / 34.0mm



### MS1000 AGS系列

自由是一種心靈的狀態，只要有開闊的心胸就能超越一切形式的限制，讓生活充滿源源不絕的動力。MS1000 AGS系列有三種色系，以復古典雅的設計風格表現單純自然的生活品味，擁有自動發電系統，不需裝填電池，讓你不會在重要時刻誤判時機，全鋼錶殼，防水100米，任你自由來去每個充滿挑戰的環境。



台灣經銷商

MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列
MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列	MS 1000 活力系列

2001年MILD SEVEN TIMES兩支廣告影片的拍攝過程，深入澳洲和紐西蘭風景絕佳、天然未受污染的無人海岸與積雪高山，搶在最漂亮的天色之下拍攝出高品質的影片。



### MS999 發現系列

太陽底下永遠有新鮮事，只要對生命充滿期待，即使在最平凡的地方都能用新的視野獲得新的發現。MS999 發現系列有三種色系，精奇豪邁的設計風格，傳達明快果決的精神，擁有計時馬表的功能(馬秒12小時，計時計秒，1/20秒)，讓你精確掌握每個細微的新發現。



- 全鋼錶殼、防水100米
- 藍寶石水晶鏡面
- 錶殼外徑：37.5mm

### MS997 卓越系列

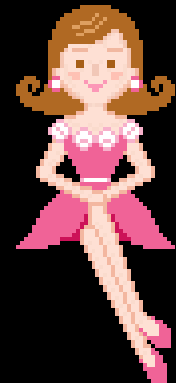
不斷地探索，不斷地超越，在旅途中不需要對手，因為值得用一生去追求的，只有全新的自我。MS997 卓越系列有三種色系，擺脫非凡的設計風格，讓個人品味更顯卓越，可旋轉錶圈，多功能時間顯示(24小時、日曆、星期指示)，讓你隨時掌握時間的精確定位，充滿自信地從容應對。



- 日曆、星期顯示功能
- 藍寶石水晶鏡面
- 錶殼外徑：37.5mm

- 全鋼錶殼、防水100米
- 藍寶石水晶鏡面
- 錶殼外徑：37.5mm

# 新女性形象？





*A Great  
Woman  
and her  
perfect  
mate.*

她的手上缺少了什麼完美的伙伴？

*A Great  
Woman and  
her perfect  
mate.*



Cannot leave without  
mint seven.



沒有它就活不下去？

# 菸商的促銷手法

- 主要促銷對象—12-18歲兒童與青少年及未滿20歲的青年，終生的搖錢樹
- 合法的菸品促銷廣告—贊助活動，競賽（賽車），樣品或獎助，電影戲劇表演，衍生性商品（香水、手錶）





BARf1.com

INTERCOND

Ray-Ban

35

555

HONDA

HONDA

INTERCOND

35

# 運動競賽



2003年全球168國家，簽署「**WHO菸草控制框架公約**」  
，限制香菸的電視廣告和贊助，菸商廣告消失在賽車上



# 菸商與好萊塢的關係

- 庫爾 (Kool) 香菸：一九八三年贊助席維斯史特龍五十萬美元，以換取他在接下來五部電影中抽該公司的香菸



# 菸商與好萊塢的關係

- 萬寶路/維珍妮香菸：贊助《超人續集》，並提供免費香菸給《終極警探》、《威探闖通關》等電影製作單位



# 菸商與好萊塢的關係

- 萬寶路/維珍妮香菸：提供免費香菸給《終極警探》等電影製作單位



# 菸商與好萊塢的關係

- 萬寶路/維珍妮香菸：提供免費香菸給《終極警探》等電影製作單位



# 菸商與好萊塢的關係

業配

駱駝牌香菸：

- 長期支付金錢給特定演員，以讓他們在電影中使用該品牌香菸。
- 每月固定寄送免費香菸給一百八十八名好萊塢男星，並不定期寄送淡菸給女星讓她們試用



# 菸商與好萊塢的關係

- 2008年爆發醜聞：菸草商勾結好萊塢，塑造菸草的文化形象，長達半個世紀。
- 螢幕上很多抽菸的形象是故意塑造的！！



# 電影中的抽菸鏡頭

- 007 情報員



# 電影中的抽菸鏡頭

- 金鋼狼





# 電影中的抽菸鏡頭



阿諾  
史瓦辛格



# 電影中的抽菸鏡頭



# 電影中的抽菸鏡頭



# 電影中的抽菸鏡頭

只要是戰爭電影，幾乎都有抽菸鏡頭



# 亞洲電影中的抽菸鏡頭



# 亞洲電影中的抽菸鏡頭



# 電影中外星人的抽菸鏡頭



地獄怪客  
變形金剛  
都在地球學會抽菸了

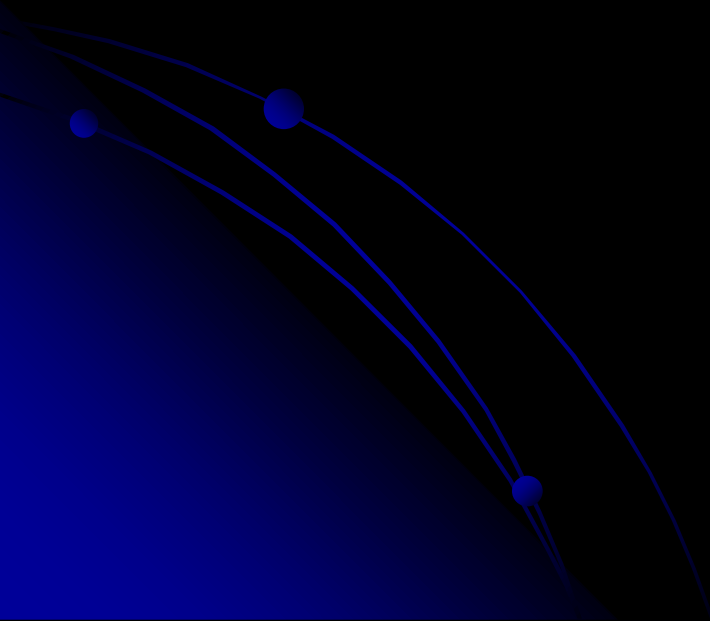
# 菸商促銷廣告手段

- 商品包裝設計精美，讓人們喜歡它，使人們記住商品的名字
- 廣告訴求——你買了商品或服務，會有比較好的感受與生活
- 廣告費用天價——例如日本與德國菸商，於1年內花了1600億新台幣，行銷其衍生性商品（香水、手錶……），目的在促銷菸品。

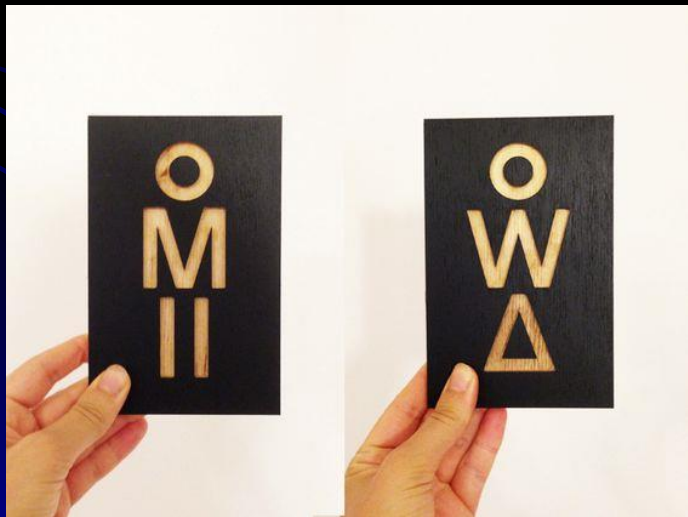
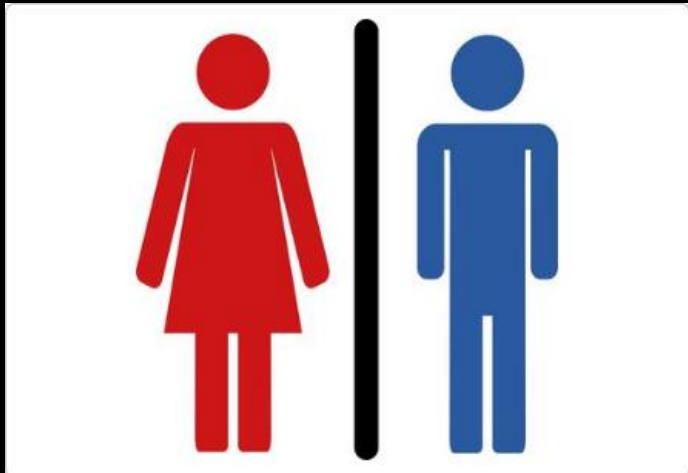


# 人類的文化…

- 下課前，記得拿第三頁學習單
- 已經糾纏人類 500年，而且深入生活，甚至不容易察覺



例如...出國上廁所時



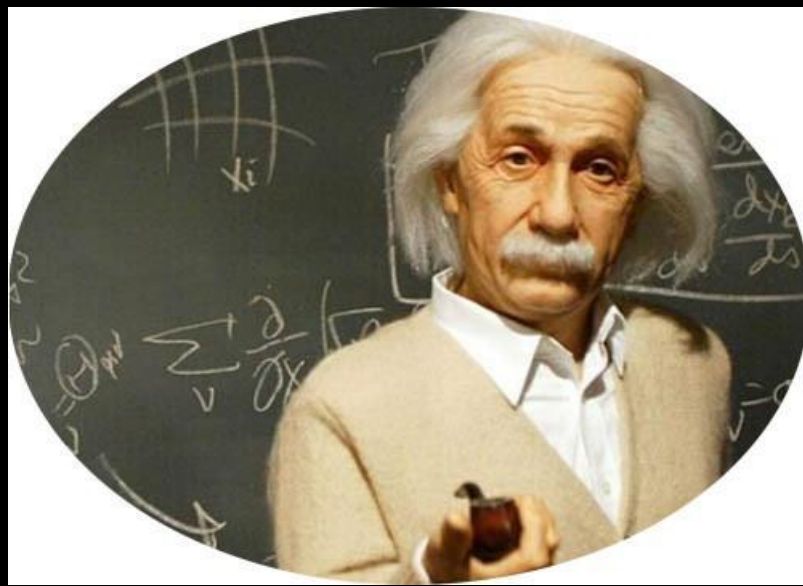
# 出國上廁所



# 出國上廁所



# 菸斗 能代表男性？



# 菸斗 能代表男性？



# 在婚禮的角色

七星香菸

NT\$ 1,250

數量

加入購物車

於訂婚時給女方宴請賓客用 ( 香菸不可回意謂回婚 )

f 分享

Twitter Tweet

Pin it

LINE



# 菸品文化的背後…

- 已經糾纏人類 500年，而且深入文化，甚至不容易察覺……
- 下個禮拜：看人類香菸文化的背後原因～
  - ◆ 政治
  - ◆ 經濟
  - ◆ 軍事