

试卷代号:1246

座位号

中央广播电视大学 2009—2010 学年度第一学期“开放本科”期末考试

广告创意与表现(1) 试题

2010 年 1 月

题号	一	二	三	四	总分
分数					

得分	评卷人

一、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. 广告创意
2. 创意过程
3. 集脑会商思考法
4. 艺术派创意观

得分	评卷人

二、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

1. USP 理论的要点是什么?
2. 我国广告专家陈梁提出评价广告作品的“五看”标准是什么?

得分	评卷人

三、论述题(本题 20 分)

为什么诚信在中国广告文化中占有非常重要的位置?

得分	评卷人

四、应用题(本题 40 分)

想要酷睿™2 请举手

——“英特尔酷睿™2”麦肯·光明广告有限公司(北京)

英特尔《举手篇》的广告框架最早形成于 2006 年初。这是向全亚洲人民发出的迎接全新英特尔酷睿™2 处理器的邀请。全新的酷睿™2 处理器将全面地改变我们的工作和生活。

平面广告系列体育场、音乐会、毕业会三个场景的设置,暗示出由于酷睿™2 处理器强大的视频、音频、图像、文字、计算处理能力,在娱乐、工作、教育等诸多领域都带给人们激动人心的性能体验。

毕业会版



体育场



音乐会版



1. 英特尔酷睿™2 处理器《举手篇》系列创意分析。(20 分)

2. 请为此广告写出一则“广告语”,并用 100 字说明所运用的创意的广告语的创意思路。(20 分)

试卷代号:1246

中央广播电视大学 2009—2010 学年度第一学期“开放本科”期末考试

广告创意与表现(1) 试题答案及评分标准

(供参考)

2010 年 1 月

一、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. 广告创意是表现广告主题、能有效与受众沟通的艺术构思。

2. 创意过程是一个发现独特观念并将现有概念以新的方式重新进行组合的循序渐进的过程。遵循创意过程,人们可以提升自己发掘潜能、交叉联想和选取优秀创意的能力。

3. 集脑会商思考法是指通过组织广告公司内各方面的人员聚集在一起,以“头脑风暴会议”的方式寻求最佳广告创意。它依靠集体的智慧和力量寻求最佳广告创意,故有人又将之称为集体思考法。

4. 艺术派创意观 “艺术派”是广告创意的一个理论流派,他们认为广告的本质是艺术。具体而言,广告是说服,而说服不是科学而是艺术,广告是说服的艺术。

“艺术派”广告创意强调情感在广告中的特殊重要性,强调广告的趣味性和冲击力。强调广告对目标受众心灵的沟通与冲击,让受众产生共鸣和认同。“艺术派”创意观对直觉思维和创作力备加推崇。

“艺术派”创意观的代表人物是:伯恩巴克、李奥·贝纳。

二、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

1. USP 理论的要点是什么?

(1)每个广告都必须向消费者提出一个消费主张。该主张必须向消费者明确指出,购买该产品将得到的好处或利益。

(2)该主张必须是竞争者所不能或未曾提出的。一定要注意品牌的独特性,也可以是在这一特定的广告领域一般不会有的一种主张。

(3)这项主张必须具有很强的说服力,足以吸引广大消费者前去购买。

2. 我国广告专家陈梁提出评价广告作品的“五看”标准是什么?

(1)看广告是否对准目标消费者,是否符合营销策略与广告策略;

(2)看广告引起注意的能力;

- (3)看广告的说服力;
- (4)看广告在同类产品中的竞争力;
- (5)看广告的完美表现力和对媒体特征的把握。

三、论述题(20分)

诚信观念是中华民族传统的行为规范和生活准则。这种道德规范至今仍被人们当作做人的原则、经营的法则。许多商人、企业家在谈自己的经营思想时都强调这一点。香港企业家曾宪梓谈其经营之道时说,一家企业也和一个人一样,要有它的格。他为“金利来”定下的基本原则是“勤、俭、诚、信”。不难看出,“勤”与“俭”是对内的要求,“诚”和“信”是对外的准则。他要求员工不但要追求利,更要注重义,培养他们老老实实做人、老老实实做生意。他说:“如果不是金利来多年的真诚努力得到公众的认同,也不会有企业的今天。”“金利来”在祖国大陆开办的服饰皮具有限公司总经理也说:“金利来在内地的发展归结起来可以说是一个‘诚’字。”“诚实、信用”在经营过程中被人们作为信条奉行恪守,在广告文化中也同样占有重要地位。有关诚信的字眼,广告宣传中屡见不鲜。

比如“真诚到永远”(海尔电器),“真心承诺处处真情回报”(“金味”食品),“我们的承诺不含水分,但我们的肌肤需要保持水分”(皮爱肤香皂)。可以说,无论是在商业贸易,还是在企业经营中,“诚信”都是一面永不褪色的旗帜、一把永不磨损的利刃。“诚信”是中国广告文化丰富的内涵之一。

四、应用题(本题 40 分)

- 1. 英特尔酷睿™2 处理器《举手篇》系列广告创意分析。(20分)

(1)目标人群

全新的酷睿™2 处理器被看做工作和娱乐转化的催化剂,即它同时在娱乐和工作方面都具有强大的性能。因此广告的目标人群既包括大众消费者,也包括中小企业主。

(2)广告目的

英特尔《举手篇》广告的目的是在广告受众中树立起酷睿™2 在整个处理器中处于领导地位的形象。由于其性能之高,能耗之低,因此可被称为“当今世界上出类拔萃的处理器”。

(3)平面、户外广告作品

通过举手这一动作,来表达人们对于英特尔酷睿™2 这一革命性产品问世的欢呼和喜悦。而体育场、音乐会、毕业会三个场景的设置,则暗示出由于酷睿™2 处理器强大的视频、音频、图像、文字、计算处理能力,而因在娱乐、工作、教育等诸多领域都带给人们激动人心的性能体验。

(4) 总体分析

人们为之举手欢呼的人一定是英雄,人们为之举手欢呼的产品一定是好产品,英特尔酷睿™2 处理器《举手篇》洋溢着激动和振奋,不禁引发思考:他们为什么如此喜悦?我是否也要体验一?

因此,快乐迅速传播,“举起手”,我要参与;“举起手”,我肯定它。

整个《举手篇》广告媒体形式丰富,既有平面、户外广告,也有电视、网络广告等。各种广告都给人激情昂扬的感觉。简单一句“请举手”,用动作很好地激起了大众的参与、购买的欲望。选择不同场景,凸显产品超强的音频、视频、图像、文字和计算处理能力。平面、户外及电视、网络媒体全面宣传,提升知名度。让我们齐举手,共赴激情之约!

2. 请为此广告写出一则“广告语”,并用 100 字说明所运用的创意的方法或广告语的创意思路。(20 分)

参考创意方法及理论

(1) 二旧化一新

“二旧化一新”的基本含义是:新构想常出自两个相抵触的想法的再组合,这种组合是以前从未想到的。也就是说,两个原来相当普遍的概念或两种想法两种情况甚至两种事物,把它们放在一起,结果会神奇般地获得某种突破性的新组合。有时,即使是完全对立、互相抵触的两个事件,也可以经由“创意的行动”和谐地融为一体成为引人注目的新构想。

(2) 垂直思考法

垂直思考法是指注重事物之间的逻辑联系,在一个固定的范围内向上或向下运动。(3) 水平思考法

水平思考法就是完全脱离了既存的概念,对于某一件事,重新思考与检讨的一种方法。

(4) 日本博报堂创意指导的有效手法。

1) 视觉刺激(visualshock)视觉刺激是一种令人惊讶、叹服的手法。具有压迫力的影像,常常可以激荡我们的情绪,产生想法,而有魄力的画面,也经常会给人们留下深刻的印象。

2) 挑战(challenge),挑战就是在竞争非常激烈的市场中,要打击对方的弱点,挑出其缺点,然后介绍自己的优点、强调自己的优点。

3) 有趣夸大:有趣夸大就是将状况做过分的夸大并将之戏剧化,有趣得令人发笑。

4) 比喻:为使商品容易使人理解可运用比喻手法,在处理上可让背景、场景具有幽默感。

5) 诙谐嘲讽:对人来说最能引起注意及兴趣的,也就是模仿人。

6) 模仿:借用古代的歌剧或一幅画而用人去模仿表演。

7) 哥伦布鸡蛋: 哥伦布鸡蛋就是用我们身边的事物来寻找创意, 就像哥伦布发现新大陆那样, 会有意想不到的收获出现。

8) 两面诉求: 两面诉求就是使大家注意商品的优点时, 同时将其缺点也表现出来, 可让人对商品有更深入的了解, 而不怀疑你所说的。

9) 乡情、怀旧: 人在心理上都会存一份对故乡的怀念, 广告创意常常运用乡情、怀旧这种心理表现为素材。

10) 引起同感: 人的一生中每一阶段都会有发自内心的感受。可利用人的心理把爱情、幽默、回忆、悲哀等人类感情戏剧化, 从而引发同感。

(5) 詹姆斯·韦伯·扬的创意原则

詹姆斯·韦伯·扬创意的基础原则有二:

其一, 创意完全是把原来的许多旧要素作新的组合;

其二, 广告人必须具有把旧元素予以新组合的能力。

他认为: 广告中的创意, 常常是有着生活与事件“一般知识”的人士, 对来自产品的“特定知识”加以重新组合的结果, 而这种对各要素进行重新组合的创意方法就类似于万花筒中所发生的组合, 万花筒中放置的彩色玻璃片数量越多, 其构成令人印象深刻的新组合的可能性也就越大。同样, 人的心志中积累的旧元素越多, 也就越有增加令人印象深刻的新组合或新创意的机会。

(6) 万花筒原理。

在筒里装上一定数量的彩色玻璃片, 再轻轻一转动就会生出无穷无尽的图案和花样来。而筒里的玻璃片却还是原来那些, 质量没变, 数量没变, 颜色也没变, 但仅仅是排列组合变了, 就生出了这么多奇妙的景观, 确实是妙不可言。同理, 在进行广告创意时, 许多旧要素可以进行一种新组合。当然, 这种组合绝不是将那些旧要素进行简单相加, 而是摆脱传统思维的束缚, 通过一种新创造, 将这些广告活动的旧要素进行一种全新再造, 这样才能取得新的成功。

3. 评判要求:

可根据上述参考案例及相关方法、理论评判; 如考生能够创作出基本的广告语, 或写出创意思路, 并能运用相关的创意理论和方法加以说明, 且能思路清晰, 无逻辑冲突, 文字通顺, 可给满分。