

秘书考试技巧心得：表现体广告中的设悬体广告 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/265/2021_2022__E7_A7_98_E4_B9_A6_E8_80_83_E8_c39_265988.htm 设悬体广告，顾名思义就是设制悬念的广告体式。悬念，是叙事性文学常用的一种表现手法，作者在安排情节和描绘人物时，到了某个关头，故意停住，设下卡子，对矛盾不加以解决，让读者对情节，对人物牵肠挂肚，以达到吸引读者的目的。最后通过解悬，使读者恍然大悟或顿开茅塞，产生强烈的艺术感受。悬念体广告亦有此种效果；通过设悬，激发起消费者的关注情绪，通过解悬，使消费者记住了商品或劳务信息。设悬体广告大致有以下三种表现方式：一、一悬一答式 一悬一答，即这一次设出悬念，下一次解答悬念。比如解放前上海某剧院请梅兰芳赴沪演出，当时梅兰芳已在北京唱出了名，但上海人却知之甚少，剧院在上海各大报纸上登广告，只推出斗大的“梅兰芳”三个字，其它则只字不提。许多人不知道“梅兰芳”是个什么人物，竞相猜赌，“梅兰芳”一时成了上海人关注的焦点。不久，各大报纸又登出广告，对梅兰芳进行了介绍和宣传，人们才知道“梅兰芳”原来是个京剧名角儿。广告极好地达到了宣传目的。又如，1989年7月，湖北襄樊工业贸易中心在《襄樊日报》上用了近三分之一的版面，推出“襄樊工贸近日将举行一次大型活动”、“请注意近期襄樊日报和襄樊电视台的消息”几行大字，引起了人们注意。一个星期后，襄樊日报和电视台上同时出现了解悬广告：“襄樊工贸盛夏奉献给襄樊人民一片冰心：让利50万。”一时襄樊沸腾。二、一悬多答式 一悬多答，即这一次设出悬念，接

下来的几次分批解答悬念。比如联想集团于1993年5月在《参考消息》上登发的一系列广告。5月6日的为：明天将会发生什么? 偌大一个空间，只有这八个小字，外加一个巨大的问号，使人们百思不得其解。明天将会发生什么呢?到了5月7日，在同一版的同一地方，联想集团以同一个标志推出了这样一个广告：汉字时代开始了! 第一台专为中国设计的HPDJ500Q汉字喷墨打印机今天诞生了!全汉化的使用方法，工作安静无噪音，打印质量清晰精美。这就是让您耳目一新的HPDJ500Q!现代办公设备精品。5月8日接着推出：砸碎旧的针式打印机! 避免嘈杂的噪音、彻底提高公文、报表的输出质量，您只需用HPDJ500Q汉字喷墨打印机替代旧的针式打印机，即插即用而您的花费也许会更节省。5月9日又接着推出：一卡在手，服务十奖品! 当您购买HPDJ500Q时，您将享受到联想CAD幸运卡带给您的优质服务和惠普的三年保修，并将有机会参加每两月一次的幸运抽奖，不要错过呀!以上参见张道俊：《广告语言技法》，社会科学文献出版社1996年10月版，第58页59页。

三、多悬一答式 多悬一答，即在一个阶段内，围绕一个主题分批设出悬念，最后集中解答悬念。如台湾广告公司为三阳工业公司1974年推出的125野狼摩托车而设计的系列广告：第一天广告：今天不要买摩托车，请您稍候6天。买摩托车您必须慎重考虑。有一部意想不到的好车，就要来了。第二天广告：今天不要买摩托车，请您稍候5天。买摩托车您必须慎重考虑，有一部意想不到的好车，就要来了。第三天广告：今天不要买摩托车，请您稍候4天。买摩托车您必须慎重考虑，有一部意想不到的好车，就要来了。第四天广告：请现稍候3天。要买摩托车，您必需考

虑外型、耗油量、马力、耐用度等等。有一部与众不同的好车就要来了。第五天的广告：让您久候的这部，无论外型、冲力、耐用度、省油等，都能令您满意的野狼125摩托车，就要来了。烦您再稍候两天。第六天广告：对不起，让您久候的三阳野狼125摩托车，明天就要来了。第七天广告才刊出全页面积的大幅介绍性广告，产品正式上市。这一请大家暂停购买的广告，以其大胆的策略，富有刺激性悬念式手法，成功地将新产品推销上市。又如，1967年8月17日，台湾地区各主要的日报上，都刊登了一则广告。篇幅不大，面积只有全二栏，但很惹读者们注意。广告的左端，画了一个地球的欧洲部分，右端则画了一架飞机，两者之间有一根细线连接。广告中间是一句套红的六字标题：“有朋自远方来”。边上用小字，配排着几句简单的说明：“有位从德国来的朋友，向各位问好。她带来很多礼物送给你们。这份礼物是大家所迫切需要的。她送礼的对象是谁呢？请看明日本报。”很多读者看了这则广告，都猜想又有一种新产品要上市了。同时猜想到这当然是自国外进口的新货。次日，各主要日报上紧接着又刊出一则很惹读者注意的广告，面积亦只有全二栏。广告的右端，画了一个少女捧着一个包装得很美观，外面有丝带批扎着的大盒子。广告的左端，是“千里迢迢”四个套红的大字。其次的文句是：“从德国来到台湾的这位朋友，名字叫“AN1”。我们给她取了中文名字叫“恩旺”。您的朋友恩旺，入境随俗，她带来10万份见面礼，送给企业家、各界经理人、公教人员、金融界人士、推销员、明星、歌星、运动家、勤奋的学生。只要您写信到××信箱，附回邮，随即寄给您一份礼物，先到先送，送完为止。”读者们看了这

则广告，虽然还不清楚这究竟是一种什么新产品，可是写信前往索取这份礼物者却极多。在这则广告刊出40多天以后，10月初，各报又相继刊出一则面积超过全十栏的大广告，“恩旺”正式上市销售。同时函索礼物的读者，也纷纷收到了回信。其中的礼物，是一粒银色的恩旺和一份印刷得很精致的恩旺临床验报告。这时，大家才先后从报纸广告上及回信的内容中，明白了恩旺是一种德国汉司大药厂出品的药品，有调节人体神经系统的功能和消除疲劳。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com