

秘书考试技巧心得：表现体广告中的论说体广告 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_265992.htm

一、论说体广告的特点
论说体广告是以议论为主要表达方式传递商品、劳务信息的广告体式。论说体广告是借助有关权威的鉴定评语、获奖情况、典型用户的见证、典型实例来证实商品或劳务的真实可靠。和议论文中的“议论”一样，完整的论说体广告中的议论，包括论点、论据、论证三个部分。论点也叫观点、论断，是广告撰写人对所论述的商品的特性提出看法，它要解决的是“要证明什么”的问题。论据就是用来证明论点的理由和根据，它要解决的是“用什么来证明”的问题。论据有事实论据和理论论据。事实论据可用各种数据、各种事实来证明商品或劳务的可靠性、优越性；理论论据主要通过科学道理来证明商品的独特性。论证就是运用论据去证明论点的正确的过程和方法。论说体广告篇幅无论长短，其结构特点一般是开头先提出结论，主体部分以论据证明结论。论说体广告主要有二种体式：理论论证式，事实论证式。

二、理论论证式广告
理论论证广告文稿的特点，是用科学原理以及尽人皆知的常理等作为论证，来证明商品的优异性，如下例关于“北极神海狗油”的广告：您人到中年，年富力强，生活工作节奏紧张，您可能会得到两位客人的两份礼单。一是事业有成，成了社会中坚、家庭依靠。二是脑动脉硬化。这第二张礼单是由头晕、头痛、耳鸣、眼花等信号兵送达的。如果您满不在乎，悄悄地会有更有份量的礼物奉上：手脚麻木，发冷甚至颤动；心悸、失眠、记忆力减退以至痴呆。这时，

集合起来的各种症状往往由在门外缓慢徘徊，变成向脑梗塞迅跑，瞬间就能致人残疾。并且，往往难以治愈。追溯这病的起因，有相当平静、温和、缓慢的渐进、发展过程。那是从青少年时就已开始积累了。是由于高脂肪、高胆固醇、高糖盐这三高食品引发的，它使血脂超高，血液粘稠，从而沉淀、附着在血管壁上，引发了血管硬化的形成和加重。因人而异，有些互为因果关系的心脑血管疾病也赶来凑热闹。早期预防是对付它们的根本手段。因此，当我国的医学专家感叹“药疗不如食疗”的时候，外国科学专家也在满世界寻找答案。结果发现生活在北极圈附近的爱斯基摩人很少患心脑血管疾病，在对他们的主食鱼和海狗深入研究后，终于导致了奥米茄三多碳不饱和脂肪酸的被发现和北极神海狗油的研制成功。北极神海狗油由四种有效成分：EPA、DHA、DPA和角鲨烯。EPA。一、能减少血液中致动脉粥样硬化脂蛋白低密度蛋白(LDL)的含量，升高高密主脂蛋白(DHL)的含量，表现了它保护血管的功能。二、能抑制血小板TXA₂的形成，其本身转化为TXA₃，显示它抗血栓及扩张血管的活性。三、降低血液中甘油三脂和胆固醇的含量，从而对血管类疾病有早期预防作用。DHA。是构成脑磷脂的必须脂肪酸。在人脑灰质、白质和神经组织中都有存在。它与脑细胞的功能密切相关。脑细胞膜的形成，神经细胞突起的不断延伸和长出新的突起，都需要含有DHA的磷脂参与。如果缺乏含DHA的磷脂，脑细胞膜不能形成，脑细胞数将不正常减少，脑细胞突起也不能正常延伸，神经系统不能维持正常功能，信息传递不畅，智力必然低下，它对视神经也有营养和修复作用，对婴幼儿可以促进脑细胞和视神经的发育：如果是中老年人，

则对缺血性痴呆和眼花有功效。DPA，是更为稀少珍贵，只有在海狗体内发现的活性物质。在人体中只有母乳中有较多含量，因而幼儿在三岁以前的血管壁上没有任何沉淀物。海狗和人一样同属哺乳动物，从DPA在三A中的比例分析，更适合人类服用，角鲨稀是最早在鲨鱼的一种角鲨中发现的物质。它能激活网状内皮系统，阻止癌细胞转移，增强机体免疫能力。北极神海狗油软胶囊是从补充人体缺少的三A必须成分入手，挑战脑动脉硬化的。这与常规药物针对病灶实施作用不同。给了人们一种新的选择。因为许多顽固性疾病的久治不愈和反复发作，不仅是因为人体的某种物质过多，而且与另种物质缺少有关。医学专家热线：××× 业务咨询：×××

三、事实论证式广告用事实进行论证，是论说体广告文稿中最常见的一种论证方式，因为“事实胜于雄辩”。

在撰写此类文稿时，要注意所举实例必须确凿，如果是虚假的，无中生有的，对证明论点不仅无益而且有害，从而引起消费者的反感。常见的事实论证式广告有三种内容。其一、通过一系列事实的阐述，证明企业的优势。如下例：

走向市场 重振雄风

由于多种因素的影响，上海钢琴公司从1988年实现利润超过1000万元的顶峰，到1990年末一下子跌入谷底，成为二轻系统的亏损大户。当时，企业亏损金额达470万元，库存积压钢琴4897架，积压资金2898万元，昔日的明星企业面临着生死存亡的考验，经过两年多努力，我们终于摘掉了亏损帽子，实现了盈利，迎来了雄风重振的新局面。这两年来，我们是怎样摆脱困境、扭亏为盈的呢？转变观念，到市场经济的大海中搏击。经过干部职工的讨论分析，大家一致认识到，在长期以来“皇帝女儿不愁嫁”的高枕无忧中形成的产

品老化、质量低下、销售乏术的局面，是企业吃败仗的主要原因。本企业销售的钢琴，绝大多数是50年代至70年代的传统老产品，其款式质量都存在明显的不足。在计划经济体制下，在抢购成风、盲目消费的市场里倒也日子好过，但是，随着市场经济、竞争机制的出现，在人们消费讲究质量和档次的时候，产品必然滞销、积压，企业日子也就过不下去了。为此，转变观念，使之适应市场经济的需要，成了当务之急。广大干部职工通过认真学习，解放了思想，振奋精神，决心到市场经济的大海中去拼搏。依靠科技进步，向品种质量要效益。要改变钢琴品种几十年来一贯制的老面孔，就必须花大力气开发新的产品。近两年来，我们在调整产品结构工作中，紧紧围绕着“高层次、突破性、竞争力”做文章，优化了两个产品开发了三个产品，其中新五尺半三角钢琴获市钢琴工业设计奖。新产品开拓了新市场，形成了新的拳头产品，如新品802型钢琴不仅款式新、造型美、音质好，而且质量档次、技术标准及附加值也有较大的突破，仅1991年就生产了4903架，占总产量的53%。与此同时，企业非常注重通过工艺改革提高质量。我们着重对钢琴的码克组装工艺、击弦机木制品零件漂白工艺、外壳白坯生产工艺以及琴体总装生产工艺进行了大力的改进和革新，使钢琴的内在质量和外观质量都得到明显提高，从而增强了市场竞争能力，此外，我们加强科学管理，向内部挖潜要效益，通过组织社会各方面技术力量，加快各种材料的代用和国产化步伐，有效地降低了生产成本。转换销售机制，灵活促销，搞活销售。我们明确地把市场销售作为企业第一行为，提出：生产第一线，销售最前线。因为，产品的价值最终要通过销售来实现。我

们对内推行销售承包制，使销售、维修、资金回笼配套成龙，责任到人；对外分片、分块、分地区整顿旧网点，扩充新基地，增加产品销售的辐射能力。对全国各地近200家销售网点，根据不同情况，划分不同销售层次。对核心层，在财力物力上予以大力支持，以扩大销售和市场影响；对紧密层，在价格、品种、发货、配套服务上给予优先；对代营经销层，则采取货款及时清、信息经常通办法，保持正常业务往来。在灵活促销方面，我们还针对钢琴商品的特殊性，积极通过举办钢琴培训班来带动产品销售。每期培训班都请名师授课，免费教学。对一些天赋好、有培养前途的学生，建议其家长购琴，对一些无培养可能的学生则劝其家长不要盲目消费。像这样的钢琴培训学校，仅一年内就招收学员2000余名，不仅促销了大批钢琴，而且增强了企业信誉和良好形象。经济的发达、人民生活水平的提高，必将迎来文化事业的繁荣。不仅钢琴，还有其他各种乐器的需求量必将大幅度增长。为了适应新的形势，我们与力达公司合作，开始进军浦东，建设一座生产中西各种乐器的东方“乐器城”。届时，钢琴、提琴、手风琴、管乐器及二胡等民族乐器将源源不断供应各方客户，为国家创造更加可观的经济效益和良好的社会效益。目前，我们正加大改革力度，加速转换企业经营机制，朝着夺回二轻系统利税大户的目标奋进！

其二、通过事实的陈述，证明商品的优异。如下例：气管炎和肺气肿患者的福音 梨膏糖 注册长民商标 专治气管炎和肺气肿的江苏名特产品 梨膏糖，屡经患者服用验证，确是新老气管炎和肺气肿患者的良药。梨膏糖起源于唐朝贞观年间。宰相魏征之母患咳嗽病(气管炎)很重，因怕吃药，宫廷官医就用冬虫夏草、川贝

、蛤蚧、吉梗、吉参等十八味中草药煎汁浓缩加梨汁和冰糖熬成梨膏糖，给她服用，不久病愈。事后皇权贵族竞仿制，成为当时名扬显赫的宫廷秘方。现经有关主管部门对本品作了肯定与评价，深受患者的一致好评，并在气管炎和肺气肿患者的用药中赢得了重要地位。梨膏糖甜易服、疗效独特神速(患者服后均在24小时内咳喘症状明显消失)，无副作用，具有止咳化痰，平喘顺气，健脾补肺的功能，主治各种咳嗽胸闷痰多，百日咳、肺气肿和各种急慢性支气管炎(服法详见说明)，如需邮购请将款汇来我处，立即发药，每个疗程服24天，药价22元(含邮费)，欢迎批发(优惠)并零售。请认准注册商标：长民牌梨膏糖 本店宗旨：信誉第一，凡服用三日无效者，可来信本店即退回原款。邮购地址：江苏省常州市茶山常春薛家村75号 经办人：何长明 上述广告文稿以唐代宰相魏征之母做为证明，说明梨膏糖的独特疗效。其三，通过事实来论证某种看法，这种看法和企业及其产品没有直接联系，但却能提高企业的知名度。如下例广告：美国凯迪拉克轿车公司广告 出人头地的代价 在人类活动的每一个领域，得了第一的人必须长期生活在世人公正无私的裁判之中。无论是一个人还是一种产品，当他被授予了先进称号后，赶超和妒忌便会接踵而至。在艺术界、文学界、音乐界和工业界，酬劳与惩罚总是一样的。报酬就是得到公认；而惩罚则是遭到反对和疯狂的诋毁。当一个人的工作得到世人的一致公认时，他也同时成了个别妒忌者攻击的目标。假如他的工作很平庸，就没有什么人去理会他；如他有了杰作，那就有人喋喋不休地议论他；嫉妒不会伸出带叉的舌头去诽谤一个只有平庸之才的画家。无论是写作、画画，还是演戏、唱歌或从事营

造业，只要你的作品没有打上杰作的印记，就不会有人力图赶超你，诽谤你。在一项重大成果或一部佳作已完成后的很长一段时间里，失望和嫉妒的人仍会继续叫喊：“那是不可能的”。外界人早已将惠斯勒(Whistler)称颂为最伟大的艺术大师之后，艺术领域中仍然流言纷纷，将自己的艺术大师说成是江湖骗子；当人们成群结队到音乐殿堂Bayreuth向瓦格纳(Wagner)顶礼膜拜时，而一小撮被他废黜或顶替的人却气势汹汹地叫嚷：“他根本就不是音乐家”；当众人涌向河边观看轮船行驶之时，少数人仍坚持说富尔顿(Fulton)决不可能造成轮船。杰出人物遭到非议，就是因为他是杰出者，你要是力图赶上他，只能再次证明他是出色的；由于未能赶上或超过他，那些人就设法贬低和损害他但只能又一次证实他所努力想取代的事物的优越性。这一切都没有什么新鲜，如同世界和人类的感情嫉妒、恐惧、贪婪、野心以及赶超的欲望一样，历来就是如此，一切都是徒劳无益。如果杰出人物确实有其先进之处，他终究是一个杰出者。杰出的诗人、著名的画家、优秀工作者，每个人都会遭到攻击，但每个人最终也会拥有荣誉。不论反对的叫喊声多响，美好的或伟大的，总会流传于世，该存在的总是存在的。上述文案，可以说是一篇典型的议论文，通过大量的事实，证明一个观点：无论是一个人还是一种产品，当他被授予了先进称号后，妒忌便会接踵而至。通篇文案似乎与凯迪拉克轿车公司及其产品没有多大关系，但仔细忖度，其主旨还是非常明显的：一，告诉人们，凯迪拉克轿车是名牌轿车；二，因为是名牌，遭人妒忌在所难免。第二种用意作用非常大，使那些诋毁凯迪拉克轿车的流言减去了影响力。美国广告专家弗德雷波普认为

“这是一篇极好的广告”。他接着说：“如果你想了解一则优秀广告是什么样子，它的基本原则是什么，那你去读一读Cadillac公司的‘出人头地的代价’全文字广告的广告词。” 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