

康师傅绿茶策划精要：“我选我的NO.1” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/288/2021\\_2022\\_\\_E5\\_BA\\_B7\\_E5\\_B8\\_88\\_E5\\_82\\_85\\_E7\\_c123\\_288240.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E5_BA_B7_E5_B8_88_E5_82_85_E7_c123_288240.htm)

调研发现：中国人历来有喝茶的习惯，但外出旅行无法携带，建议开发瓶装“康师傅”绿茶并聘请代言人苏有朋。并策划了“苏有朋寻找广告女主角，演出绿色好心情”的活动。苏有朋在“康师傅”绿茶广告中颇有煽动地说道：“我选我的NO.1!”。“康师傅”绿茶向全国推出一个声称年轻有活力的全国女青年，只要将自己的照片和相关资料寄到该公司，如被选中就有机会获得5万元报酬，并与苏有朋共同演绎“康师傅”绿茶广告，成为令人瞩目的女主角。这个广告一推出便在全国引起不小的轰动，许多怀有“明星梦”的女孩子都纷纷参加这个活动，以求成为董洁般的“幸福女孩”。在大众传媒高度发展的今天，品牌广告作为一种信息传播的工具，如何通过新奇的创意来调动受众的情绪，达到广泛的宣传效果，从而促成他们的购买动机，的确是一个值得研究的问题。正如尼德汉姆哈勃曾说：“广告不需要看见硬件的空洞说辞，而是要把产品硬件转化为一种情绪。”传统的让受众单方面的被动接受的广告宣传固然能起到一定的效果，但如果变受众的被动接受为主动地参与，那么宣传的效果就会好得多。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](http://www.100test.com)