

秘书技巧心得：文艺体广告中的歌曲体广告及范例 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/450/2021_2022__E7_A7_98_E4_B9_A6_E6_8A_80_E5_c39_450619.htm 歌曲体广告是用歌曲的形式传播商品或劳务信息的一种广告体式。歌曲是人们喜闻乐见的艺术形式，艺术感染力特别强。它通过优美动听的旋律来表现歌词的丰富内容，艺术效果极佳。广告歌借助歌曲独特的艺术魅力来宣传商品，为促销服务。一首词曲俱佳的广告歌使人听过不忘，印象长久。广告歌可单独使用，也可配合广告其它手段配套使用。创作广告歌有两个方面，一个是谱曲，另一个是作词，写作担负的任务是作词。广告歌词主要取材于商品的品牌，特点、使用价值等方面的材料，通过艺术的加工，写出词意凝练，富于形象，合乎音韵的歌词。比如，康巴斯石英钟的广告歌：“生命如流水不是水，生活如彩云不是云，是什么？是什么连着你的心？康巴斯，分分秒秒连着你的心。”康巴斯广告歌用抒情的笔调把富有哲理的歌词写出来，“康巴斯，分分秒秒连着你的心”是非常精彩的广告语。创作广告歌除了抓住商品的特点，写出明快形象的歌词的同时，还要注意艺术修辞。歌曲作品的“词”，既然是“唱”的，就要求紧凑整齐，节拍自然，要有韵脚。这样，对作曲者来说，便于作曲，对接受者来说，便于记忆、上口。再次，要注意词的配合问题。每一个词都有一定的含义，这就是词义。词义是人们在长期互相交际中约定俗成的。一经约定之后就不能任意改变，因此在使用词的时候，必须根据词的客观上的含义考虑它们的配合关系。有些词能够互相配合，有些词就不能配合。如果把不能配合的词强

拉在一起，消费者是不能接受的。比如有则广告，韵白相间，结尾部分是几句歌词，其中一句写道：“××味精，滋味人生”。“滋味”和“人生”搭配不当，是一个不合语法的结构。当然，这是相对的。在歌词的创作中，和诗词创作一样，词与词的配合有时可以不受一般配合规律的限制。作者可以运用想象创造性地使用词。这样创造性的配合，只要合情合理，有文学修养的消费者不但能够接受，并且还能欣赏。

【例文】(略去歌谱) 卖汤圆(台湾歌曲)

1.卖汤圆，卖汤圆。小二哥的汤圆是圆又圆。一碗汤圆满又满，三毛钱呀卖一碗。汤圆，汤圆，卖汤圆，汤圆一样可以当茶饭。

2.卖汤圆，卖汤圆。小二哥的汤圆是圆又圆。一碗汤圆满又满，三毛钱呀卖一碗。汤圆，汤圆，卖汤圆，公平交易可以保退换。

3.卖汤圆，卖汤圆。小二哥的汤圆是圆又圆。要吃汤圆快来买，吃了汤圆好团圆。汤圆，汤圆，卖汤圆。慢来一步只怕要卖完。哎嘿哎哟。汤圆，汤圆，卖汤圆，慢来一步只怕要卖完。

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