

普通话考试说话范文:广告评说教师资格证考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/647/2021\\_2022\\_\\_E6\\_99\\_AE\\_E9\\_80\\_9A\\_E8\\_AF\\_9D\\_E8\\_c38\\_647735.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022__E6_99_AE_E9_80_9A_E8_AF_9D_E8_c38_647735.htm) 普通话考试说话范文:广告评说

我看电视、看报纸，最注意的首先就是广告。广告篇幅不大，但凝聚了相当的艺术力，是广告人精心考虑的结晶。在商品经济飞速发展的今天，广告已成为企业创名牌，产品促销的重要手段。广告的作用的确不可低估。可以毫不夸张地说：在现代社会，广告正是决定产品销路的命运之神。心理学家发现，绝大多数人买东西时，如果遇到许多不同品牌，他意中说，一定会选购见过广告的产品。广告不应仅仅局限于产品的实用性，还应要尽力去宣扬能有助于满足大众的理想，比如衣服的实用性是保暖，但现代社会谁买衣服仅是为了保暖呢？大家衣服更重要的目的，是让自己显得潇洒、漂亮。这就是大家内心的理想。“名牌效应”也反映了大众买商品，正是为了实现某种理想。很多人宁愿花普通衣服几倍的价钱去购买名牌服装，倒不在于名牌服装的作用性有多好，而是穿上名牌服装，能抬高自己的地位。心理上会有优越感。广告绝不应只是枯燥的产品说明书，它必须通过艺术手段证人们对产品产生信任，广告的艺术越高明，观赏性越强，它宣传的产品就越能深入人心。许多优秀的广告，通篇都是艺术的渲染，有的如一部优美的风景片，有的似一个生动的小故事，只在最后才点出产品。这种并没有喧宾夺主，仅而证人更加深刻地记住了产品。艺术正是广告的生命力之所在。人人都有七情六欲，能在大众心里产生深切共鸣的东西，一定是充满人情味的……。只有那些漾溢着浓厚

人情味的广告，才能深入观众的心灵，达到水乳交融的沟通。那些说教工的标语口号式的广告，只会证观众反感，而不会有任何积极感染力，而人情味的作用，正在于使对广告产生亲近感。特别推荐：2011年普通话水平测试学习辅导专题说话范文：普通话考试说话范文:记忆深刻的故事 普通话考试说话范文:我的拿手菜 普通话考试说话范文:我看语言美 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)