



余明阳博士·教授主编

新视界广告与品牌书系

◎ 姚 曦 著

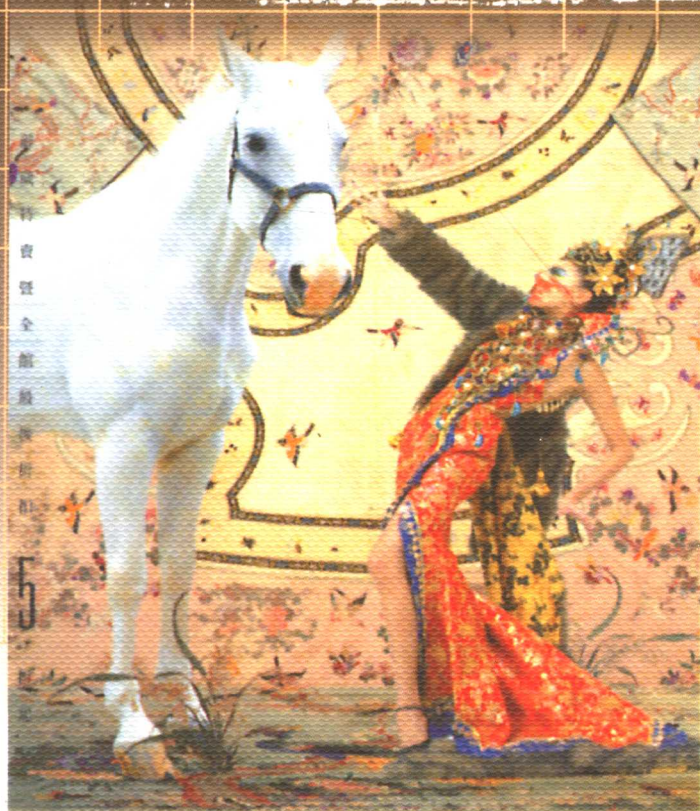
服务业广告的

奥秘

Fu Wu Ye

Advertisement

今年不妖魅，更待何年？



广东经济出版社

THE HISTORY OF THE

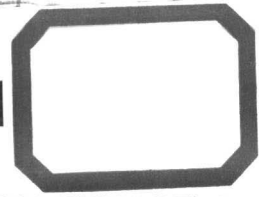


THE HISTORY OF THE

OF THE



余明阳博士·教授主编
新视界广告与品牌书系



◎ 姚 曦 著

服务业广告的

奥秘

Fu Wu Ye
Advertisement



今年不妖魅，更待何年？

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务业广告的奥秘/姚曦著. —广州: 广东经济出版社,
2004.1

(新视界广告与品牌书系/余明阳主编)

ISBN 7-80677-649-4

I. 服… II. 姚… III. 服务业—商业广告—研究
IV. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 123432 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	深圳市建融印刷包装有限公司 (深圳市罗湖区梨园路 104 号 3 楼东)
开本	787 毫米×960 毫米 1/16
印张	16 4 插页
字数	255 000 字
版次	2004 年 1 月第 1 版
印次	2004 年 1 月第 1 次
印数	1~3 000 册
书号	ISBN 7-80677-649-4 / F·999
定价	42.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路邮局 29 号信箱 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心)

本社网址: www.sun-book.com

• 版权所有 翻印必究 •



产品 / 品牌：法国航空公司

评析：法国去年的大型广告战役，文案是“让天空成为地球上最美丽的地方”。将生活的惬意与舒适享受融为一体，创意+秀色=美好广告。

Hot smoked Atlantic salmon with pasta, ginger and wild mushrooms. Pan seared sea bass with lump crab cake and lobster sauce. Chef Don Hiers of Latitude is a great catch for Greenville. And yes, he does incredible meats and poultry, too.

We know fish.



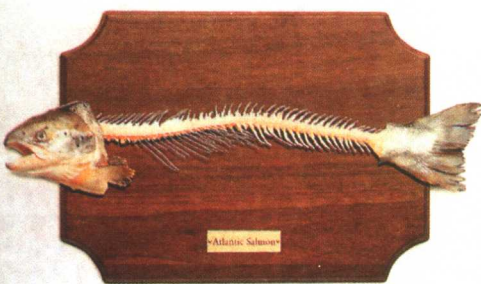
LATITUDE
418 South Main Street Greenville
Reservations Recommended 804-467-1101



Really fresh fish.

LATITUDE
418 South Main Street Greenville
Reservations Recommended 804-467-1101

Grilled swordfish with fresh blue crab butter, pink grapefruit, and orzo pasta. Risotto and crawfish croquettes with a lime dipping sauce. Chef Don Hiers of Latitude is a great catch for Greenville. And yes, he does incredible meats and poultry, too.



People love our fish.

Hot smoked Atlantic salmon with pasta, ginger and wild mushrooms. Pan seared sea bass with lump crab cake and lobster sauce. Chef Don Hiers of Latitude is a great catch for Greenville. And yes, he does incredible meats and poultry, too.

LATITUDE
418 South Main Street Greenville
Reservations Recommended 804-467-1101

产品 / 品牌: 纬度餐馆

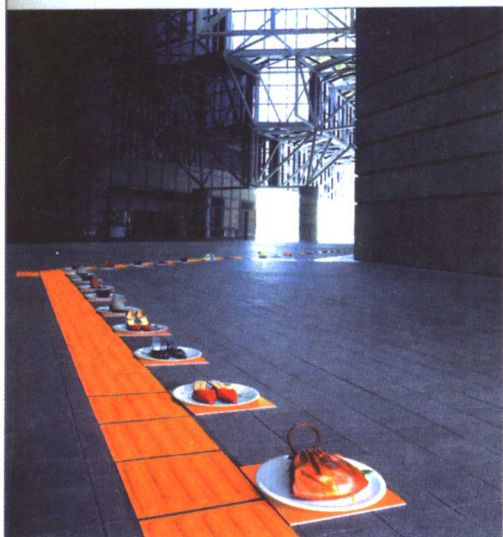
《高筒防水胶靴篇》 主标: 绝对新鲜的鱼。下标: 辅以新鲜青蟹泥、柚子和面糊烤炙剑鱼。意大利调味饭、小龙虾丸子和酸橙酱。厨师唐·海格尔是格林维尔一大热门人物。他同样也烹制美味的肉。禽类佳肴。

《厨师帽篇》 主标: 我们了解鱼。

《鲑鱼篇》 主标: 人们喜爱我们的鱼。

评析: 巧妙地将鱼这一大特色插入其中, 突出了特色菜肴的特殊之处。

没有禁欲的消费者，只有太清教徒的百货公司。

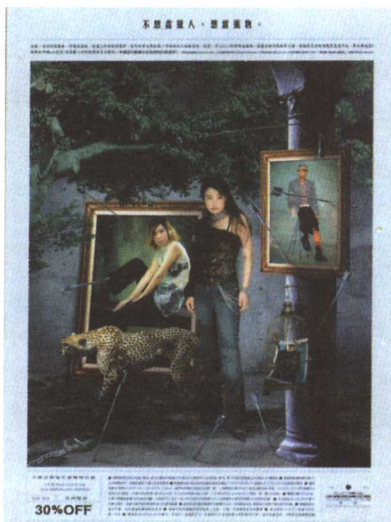


产品/品牌：中兴百货信义店开幕《清教徒篇》

评析：主旨

“没有禁欲的消费者，只有太清教徒的百货公司。
没有不性感的脚踝，只有太冷感的凉鞋。
没有不会放电的眼睛，只有抓不到的墨镜。
没有平凡的表情，只有无法聚焦的化妆品。
没有平庸的身体，只有不懂挑逗的服装。
没有不冲动的身体，只有迟到的感官刺激。
没有禁止进入的梦，只有想像力不足的床。
深藏不露的购买欲重新复苏 中兴百货信义店全新开幕。”

以强烈具时尚风格的视觉美学，吸引消费者的目光。



产品/品牌：中兴百货

周年庆《猎物篇》 主旨：不想当猎人，想当猎物。作品邀集台湾领域的时尚名流，表达他们与众不同的时尚态度，创造百货公司周年庆的消费热潮。

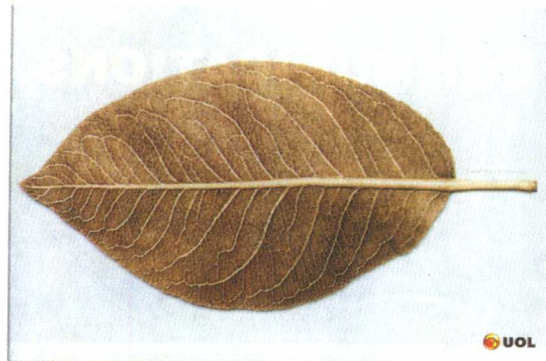
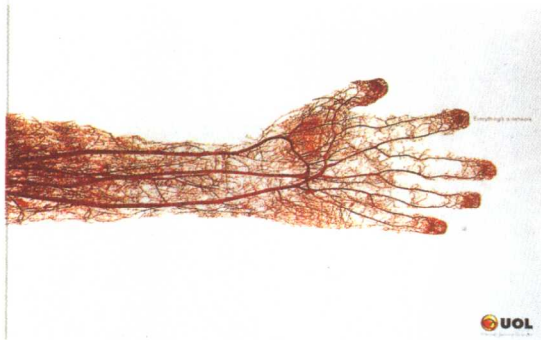
春节折扣《妖魅篇》 主旨：今年不妖魅，更待何年？以妖美华丽的装扮，装点出新年穿新衣的意图，促使消费者狂欢消费过新年。





产品 / 品牌：丽星邮轮

评析：《机会无多篇》，主旨是“海，即将销售一空”，丽星邮轮是唯一一个机会带你到海上旅行，“海”就是丽星销售的商品。如果再不把握机会，你向往的“海”将只剩最后一滴。这是用一般卖房子的 Idea，下段可以撕成很多小条子，上面写着电话号码，小条子都被撕光了，海都被撕光了，机会无多了！



产品 / 品牌：UOL 互联网服务

评析：

每一件事的网络工作——手臂 / 胳膊。

每一件事的网络工作——闪电。

每一件事的网络工作——叶子。

UOL 互联网服务的周密、完善得以淋漓尽致地表现。



产品 / 品牌: 平安保险公司。

评析: 以前发布的“地名篇”广告已为平安品牌塑造核心精神。但是光有品牌形象是不够的, 因为保险最终要落实在给消费者实实在在的服务和利益承诺上, 因此紧接着, 平安推出第二篇“走过篇”, 又蕴涵了平安的几个广告卖点: 地域上的变化暗喻企业的服务网络无处不在, 时空上的变化暗喻在人们每一个生活细节和状态下平安也都无微不至地关怀着。

This Network can brand. This Network can focus. This Network can elevate.

SHAPE YOUR OWN

I want a network that raises my profile.

DoubleClick

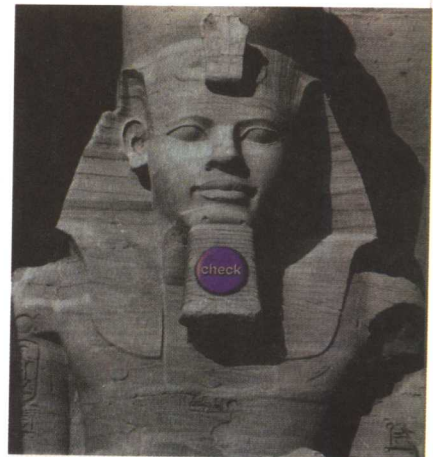
产品 / 品牌: 网络广告服务提供商 Double Click。

评析: 著名网络广告服务提供商 Double Click 的这两个连续版广告强调该公司能够根据客户的需要提供客户想象得到的任何“形状”的服务, 这些服务将非常有针对性地满足客户任何个性化的需要。



Now you can check your email from anywhere in the world.

Whether you're watching the make or making in your favorite (g)lar raffle, checking your email is now as simple as a click of this button. With Worldroom.com, you can enjoy instant access to all of your email accounts from cell phone, including Web-based mail such as Hotmail, as well as your POP accounts. Simply enter your email address and password to check your messages using any computer — without changing any settings. It's a great way to manage all your email accounts without, well, the usual long and boring. Check out Worldroom.com today for a host of useful business tools and the most comprehensive guide for small business in Asia. **worldroom.com**



Now you can check your email from anywhere in the world.

Check without your email? No matter where you are, checking your email is now as simple as a click of this button. With Worldroom.com, you can enjoy instant access to all of your email accounts from just one site, including Web-based mail such as Hotmail, as well as your POP accounts. Simply enter your email address and password to check your messages using any computer — without changing any settings. So even if you haven't checked your mailbox for centuries, enter Worldroom.com for a host of business tools and the most comprehensive guide for small business in Asia. **worldroom.com**

产品 / 品牌: World.com 网站,

World.com网站的广告以极具当地文化特色的形象告诉它的消费者“现在无论你在世界的哪个角落, 都可以方便地查询你的电子邮件”。

LONG DISTANCE RUNNERS



HELP US IMPROVE YOUR BUSINESS PERFORMANCE

ARTHUR ANDERSEN

As one of the world's leading business advisors and consultants, we've earned a track record for improving client business performance. To outrun your competition, put Arthur Andersen on your team.

Help drive the performance of your business. © 1999 Arthur Andersen. All Rights Reserved.



SO WHAT'S TO STOP YOU FROM GOING GLOBAL?

ARTHUR ANDERSEN

A LONGING FOR INNOVATION AND OPPORTUNITY IN EXPANSION AND A WORLD-WIDE MARKET THEY HAD THE POWER. THE SKILLSET AND CREATIVITY TO PUT IT ALL TOGETHER THEY HAD THE KNOWLEDGE AND TAX BEGINS AHEAD IN A FORTHCOMING GLOBAL MARKET. NETWORK NETWORKS TO HELP THEM TRANSFORM THEIR PROFITABILITY IN INTERNATIONAL SETTINGS.

HELP US IMPROVE YOUR BUSINESS PERFORMANCE

www.arthurandersen.com © 1999 Arthur Andersen. All Rights Reserved.

产品 / 客户：商业顾问机构 ARTHUR ANDERSEN 公司。

评析：面向商业客户强调公司“帮助提升客户商业业绩”的能力，广告语分别是“长跑运动员”、“那么什么妨碍你实现全球化经营？”



Freight Door-to-Door with the world's door delivery from Asia to within national time. Except if it's heavier than your actual package.

Freight Flight network. FedEx's guaranteed door-to-door service with time limit for freight, except for "your own goods". Visit us at www.fedex.com. *Standard business days only.

Well, we deliver. **FedEx** Freight & Logistics



Freight Door-to-Door with the world's door delivery from Asia to within national time. Except if it's heavier than your actual package.

Freight Flight network. FedEx's guaranteed door-to-door service with time limit for freight, except for "your own goods". Visit us at www.fedex.com. *Standard business days only.

Well, we deliver. **FedEx** Freight & Logistics



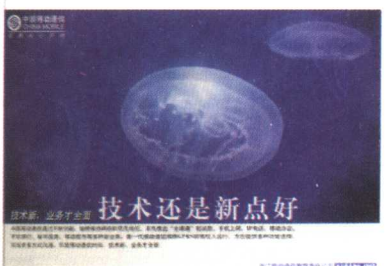
Freight Door-to-Door with the world's door delivery from Asia to within national time. Except if it's heavier than your actual package.

Freight Flight network. FedEx's guaranteed door-to-door service with time limit for freight, except for "your own goods". Visit us at www.fedex.com. *Standard business days only.

Well, we deliver. **FedEx** Freight & Logistics

产品 / 客户：美国联邦快递。

评析：美国联邦快递公司的广告称，不论你的货物有多重，它都可以在一两天内送到目的地，否则将如数退还客户的运费。



产品/品牌: 浙江移动通讯

评析: 2000年下半年起, 浙江移动推出提升移动网络和企业形象的系列广告, 通过传播网络庞大、通话质量高、人才优势和服务保障优势, 突出企业的核心竞争力。同时, 利用一系列节日(教师节、中秋节、老人节等)和事件(奥运会等), 提升企业的公关能力。



产品/品牌: VISA 卡

评析：以“打星”蜚声海外的章子怡代言VISA卡，让刷卡消费成为一种火爆行为，似乎更适合“今天花明天的钱”的年轻一代的消费习惯。

新视界广告与品牌书系

编委会

总 策 划：毛世屏 郭锬权

本书策划：陈剑娜

主 编：余明阳

副 主 编：舒咏平 陈先红 薛 可

责任编辑：陈剑娜

主编助理：李元根



总

序

余明阳（博士·教授）

当我们带着兴奋而躁动的心情走进 21 世纪以后，顿时感到眼前的一切变得如此陌生：以因特网为代表的新媒体正悄悄地改变着人们的生活方式和生存态度；纳米技术与基因工程使过去的常识变得频生疑窦；北京申奥成功和中国加入 WTO，让中国的国际化进程骤然加速。如果说 20 世纪 80 年代是杂牌的混战，90 年代是名牌对杂牌的淘汰战，那么 21 世纪初已是名牌与名牌的遭遇战，国际竞争国内化、国内竞争国际化，新经济使一切惯性思维与习惯行为都变得险象环生。人们不得不以“新视界”来审视世界与人类、审视生存与发展，当然也包括审视广告与品牌。

本书系就是在这样的背景下诞生的。

回首往事我们有理由自豪，恢复广告研究 20 多年来，中国广告界以最快的速度追赶着国际业界潮流，近 1000 亿元的年营业额，近 100 万从业人员，我们的家底厚实了许多，跨国广告公司几乎全面登陆中国，国际化视野与本土化运作促使国际公司与本土公司交融互补、各取所需、竞争合作、共同成长。几千种出版物令人目不暇接，继厦门大学、北京广播学院、深圳大学之后，北京大学、清华

大学、复旦大学、中国人民大学、武汉大学、华中科技大学、浙江大学等纷纷染指广告人才的培养。《中国广告》、《国际广告》、《广告世界》、《现代广告》、《广告大观》、《广告导报》等专业媒体日益强势，戛纳广告节、亚太广告节、中国广告节等业界智慧奥林匹克充满灵性闪现与人文关怀，一切在告知人们，厚重而聪慧的中国广告人正与中国企业一起成长。开展品牌研究 10 多年来，中国几乎所有省市自治区都成立了品牌（或名牌）发展组织，300 多种品牌书籍琳琅满目，几百个“中国驰名商标”成为区域形象的标志，与消费者的品牌意识的成熟同步，“红塔山”、“鲁能”、“海尔”等品牌价值屡创新高，令人咋舌，“袁隆平”更获高达 1000 亿元无形资产的评估，“四名五度”（名人、名品、名牌、名组织）（知晓度、美誉度、定位度、指名度、忠诚度）的指标也使不少企业、大学、媒体成为“名牌”而盘点核心竞争力，《品牌》、《中国名牌》等专业媒体也快速走红。

展望前程我们又有必要冷静。无论是品牌还是广告运作，目前我们的水准还比较低，实务上的经验性主导、理论上的低层次循环、管理上非法制操作、组织上非行业性自律、人才上各自为政单打独斗、知识结构上学习力不足，结构性老化。一切又让我们不禁忧心忡忡。

本书系就是在这样的使命下惶恐面世的。

作为书系主编，我想在读者朋友阅读正文前交代一下我们的初衷。当广东经济出版社社长毛世屏先生、编审郭锬权先生眼光独到地策划本书系时，我便荣幸地接下主编重任，并确定以“新视界”作为个性。其“新”有三：

新的视野。我们希望将广告与品牌纳入社会变迁的大环境下去审视，提出一些哪怕是偏颇的新想法，以求引证。

新的角度。我们将品牌与广告这一对相互关联的孪生现象给予综合思考，尤

总 序

其希望对分类广告、分类品牌及其趋势作一探索。

新的力量。我们将重点推出见解独到的新生研究者，他们大多是刚在业内崭露头角的博士、硕士生，为学术界补充新鲜血液。

我们希冀以新的视野、角度、力量来构成“新视界”丰富的内涵，张扬本书系的精神。

在我们的编写团队中，副主编陈先红副教授·博士生、薛可副教授·博士、舒咏平教授，责任编辑广东经济出版社文教室主任陈剑娜副编审，主编助理李元根高级记者做了大量具体工作，劳苦而功高。同时多位德高望重的前辈和情同手足的学长自始至终支持着我们，是我们的顾问，他们是：复旦大学教授·博士生导师顾国祥先生、复旦大学教授·博士生导师宁树藩先生、复旦大学教授·博士生导师高汝熹先生、交通大学教授·博士生导师王方华先生、南开大学教授·博士生导师张金成先生、华中科技大学教授·博士生导师刘献君先生、华中科技大学教授·博士生导师吴廷俊先生、中国人民大学教授·博士生导师程曼丽女士、深圳大学教授郁龙余先生、东华大学教授张怡先生、南京大学教授·博士生导师周晓虹先生、浙江大学教授黄华新先生、中山大学教授廖为建先生、厦门大学教授陈培爱先生、北京广播学院教授·博士生导师黄升民先生、北京广播学院教授丁俊杰先生等，在此一并致谢。

我们深知，美好愿望不一定能产生圆满结果，至于本书系能否真正称得上“新视界”，当由读者朋友来定夺，我们企盼您的指正。

2001年9月6日初稿于深圳荔校园

2001年9月26日定稿于武汉珞珈山

目 录

1 情满人间——服务业发展态势

当人类迈入 21 世纪后,越来越感受到信息技术飞速发展所带来的革命性变化。这种变化令人无法抗拒、不可阻挡。于是世界经济开始了以信息为基础的新经济时代,而在新型经济的前沿,一往无前、迅速、富有革新精神和为顾客度身定做的服务是至高无上的战略要求。

1.1 享受欢乐	2
● 第二次产业革命	2
● 欢乐天地欢乐情	3
【案例】迪斯尼“制造并出售欢乐”	3
● 面对时间有限、耐心有限的顾客	6
【案例】一线通服务	6
● 忠实的员工、忠诚的顾客	7
【案例】进步保险公司的“即刻响应计划”	7
1.2 专业分包	10
● 服务领域的专业分包趋势	10
【案例】商业后勤部长	10
● 富有魅力的展览陈列艺术	12
● 超乎想象的满意	15