



# 处处放光彩

——成功广告语访谈录

於 春 主 编

中国经济出版社



## 作者简介

於春，女，贵州省贵阳市人。1997年毕业于厦门大学新闻传播系，后留校任教。现为北京广播学院播音主持艺术学院 2005 级语言学及应用语言学专业硕士研究生，师从于根元教授。部分学术文章发表于《现代传播》《广播与电视》等刊物。

2004 年获中央人民广播电台，中国国际广播电台、中央电视台奖学金。



# 目 录



- 员  
颯  
缘  
颯  
愿  
员  
员  
员
- 前言  
情感中蕴涵着理性  
——为江中草珊瑚含片电视广告访路盛章先生
- 处处放光彩  
——为立邦漆访路盛章先生
- “青春、运动、时尚”的个性展示  
——访“我运动，我存在”的创意者史孟琦先生
- 清晰、单纯、准确的广告诉求  
——为北京晚报“晚报，不晚报”访张亮先生
- 文化、亲情与美的结合  
——访《奥斯曼生眉笔系列广告·传说篇》创意者何剑云
- 从一句富有“禅味儿”的广告语说起  
——为“灭去心头火自凉”访刘彤先生
- 生活本身是让人感动的  
——为中国联通“传递人间真情”访杨海潮先生
- 媒体形象广告语及其体现的新闻理念  
——为《南方周末》“你看到我们时我们在纸上，没看到我们时我们在路上”访陈菊红小姐





员远

化无形为有形

——为“轻松入网轻松打，预付话费如意通”访  
潘玥小姐

员缘

我们拒绝平庸，我们渴望成为英雄

——为圣象“让生命与生命更近些”访叶茂中先生

员愿

做无人超越的高峰

——为中国网通“由我天地宽”访张文主先生

圆远

谈谈广告语源于策略

——为西门子手机“灵感点亮生活”访朱海  
良先生

圆园

让灵感在科学和艺术间游走

——访筑城伟业传播机构董事长、创意总监于然  
先生

圆缘

广告：智慧与观念的交锋

——访北京广播学院青年教师何辉

猿员

传递时尚现代的都市印象

——为伊利粤味酸奶“越贪吃越美丽”  
访涂运升先生、黄聆小姐

猿愿

像云一样的生活

——访年轻广告人罗富平先生





## 成功广告语创意的若干问题

—

一直觉得在骨子里自己是个内向的人，不太说话。九年前上大学学的是新闻，不说话不行了，我需要联系采访、需要主动和人打交道、需要提问，慢慢地才变得活泼一些，话多一些。五年前当了教新闻的老师，不说话绝对不行，我有责任和义务去说，有责任和义务把知道的、感悟到的东西告诉我的学生。去年硕士研究生上了语言学和应用语言学专业，搞起了有关语言的研究，不说还行？不但要说好，还得写好、研究好。

可是我还是不太说话。采访的时候，我采访的朋友们说着、喜着、悲着、得意着、无助着……，我听着、喜着、悲着、冷静着、鼓励着……。有时候我们沉默着，无须言语，心意相通。我希望我采访的朋友



们一吐为快，说到不想停，我希望自己一听为快，听到不想走。和原来的学生在一起，我愿意听他们说，听他们说工作、学习上的体会，听他们口出惊人之语，话里话外常常新鲜得让我震动。去见我的导师，我愿意听于老师说，于老师做了一辈子学问，有一肚子学问，六十多岁，教授、博导了，还常常去听别的老师上课，听到高兴处，回来就给我们说。在这样的师长跟前，不多问多听多想，我怕将来后悔。

不太说话，不是不爱说话。我爱说话，准确地说是喜欢顺畅交流、思想互通、精神愉悦。我希望自己能在恰当的时候说恰当的话，说点有内容有意思的话，说大白话。乱说话，瞎插话，不行；套话废话车轱辘话学究话，或许某些时候需要，但是不符合我的性格不是我的长项，还是少说或者不说吧。

不说话，不想说话，干嘛呢？发呆。我特别喜欢发呆。有时候思想无所拘束，情感激荡奔涌，无法言语，只好呆掉；有时候头脑一片空白，干脆啥也没有，那种发呆呀，十分放松。于老师说那叫物我两忘，我可能还没到那个境界，就叫发呆吧。

四十四年年初，于老师交给我一个任务，主持编写《成功广告语访谈录》。我很高兴，哪有那么好的学



习、沟通、交流的机会？又很担心，没编过书，能行吗？而且和广告界不熟，找谁访谈呢？记得于老师说过，游刃有余不是什么好事，人要学会干力所能及的事。想到这里，我决定做下去。活儿干得的确不易，但是收益很大。1994年12月底，书稿相继写好收齐，正赶上国庆假期，难得有个完整的时间段，我准备写前言。

发了几天呆，我打开电脑，开始写。

## 二

1994年，国家语言文字委员会语言文字应用研究所开始进行广告语言研究，于老师组织研究工作，谈到研究原因的时候，除了进一步结合社会实际外，还提了五点考虑：

一是广告语言研究是应用语言学研究的重要部分，我们有责任介入广告界，还想为全面研究应用语言学做准备。

二是广告语言也是语言的广告。我们的广告语言是在为商品等做广告，同时也在为我们的语言做广告。广告语要短，要上口，要吸引人，要让人容易记住，要给人温馨，要给人美感，这需要很大的本事。

好的广告是商品或者服务和客户的红娘，而红娘历来为人们赞美。好的广告语同时就在宣传语言的价值，语言的作用，语言的功绩，语言的美，而且是非常有效的宣传。广告语言也是语言的广告。

三是有助于对语言全貌的认识。语言是亚稳体，语言的内核比较稳定，如基本词、基本语法、语音系统等。外层比较活跃，例如口语、新词语、临时性修辞等。广告语言是很外层的。内核和外层密切联系，相互转化，有不同的职能，共同为人们的交际、认知等服务。内核、外层和中介物合起来才是语言。我们要多层次多角度多侧面地观察语言。从几乎是语言最外层的广告语言来观察语言，会对语言的全貌有进一步的认识。

四是把自己培养得全面一些。广告是聪明人的事业。创作广告需要智慧，需要思想的火花。研究广告是研究聪明人的聪明的结晶的事，需要聪明，也可以检验是否聪明和培养聪明。这几年，我一再说语言学者的素质，第一是聪明，而且是大聪明。

五是我们会总有拟一个广告语的机会，会一手，用得上。

在这样的认识下，研究工作紧张有序地进行，一



批学者取得了许多成果，达到了比较先进的水平。

到了1982年，研究小组计划编写一套成功广告语访谈录，挑选一些家喻户晓、社会影响较好的广告和广告语，与创作者或知情人直接对话，就创作过程进行访谈，获得广告和广告语创作的第一手材料，为广告语言研究工作做积累。小组成员之一郭龙生还写了个样稿，谈江中草珊瑚含片成方圆版电视广告，访问了创作者北京广播学院广告系的路盛章。访谈中得知，原来广告主也就是厂家提出的广告语是说“我成功的背后，是一片片深情”，成方圆不同意，因为这么一来仿佛是成方圆自己说自己成功。后来大家一起想，看能不能想出好的来。想了很久，还是没有。一天夜里十二点半，路盛章接到成方圆一个电话，成方圆说刚想了一个，叫：“我歌声的背后，是一片片深情。”路盛章一听说好，厂家也认为好。这说明广告人不一定是被动的，广告模特儿也不完全是被动的。整条广告语中只改动了两个字，但是含义、语气大不相同，广告模特儿体现出的水准也大不一样。所以说，这样的访谈很有价值，是广告、语言方面很好的研究资料。

后来有了突然的变化，停了下来，但是于老师对

于编写成功广告语访谈录这个念头一直没有放弃。1994年有了机会，又做了起来。1995年年初，于老师把这件事交由我来做。

### 三

我们的工作是这样进行的：

第一，积累材料，广泛调查。

翻阅近年的《中国广告》《国际广告》《现代广告》等专业杂志。了解近年广告语发展的脉络和状况，从中挑选一些短的、上口的、吸引人的、容易记住的、温馨的、有美感的广告语，查找它们的相关背景材料，包括产品、厂家、广告公司、创作者等情况。

翻阅广告专业书籍。好在这几年出版的广告书籍很多，北京广播学院图书馆这类藏书也很多，所以我只需要尽情阅读，摘抄做笔记。

翻阅了广告人撰写的广告语书籍和语言学者撰写的广告语书籍。寻找结合部、交叉点。这一点对于研究很重要，在实际的访谈中证明很有用。结合部、交叉点是大家都关心的地方，比较有研究的价值和意义。了解结合部交叉点中的广告知识和动态，访谈中比较容易和广告人取得共鸣，有人际交流中的“自己人效应”。了



解结合部交叉点中的语言知识和动态，又可以从语言学的角度给广告人以启示。我始终认为，谈话是信息、情感的互动，咱们从访谈对象那里获得了想要的东西，还得问一问自己：给了人家一些什么？相互给予才能相互理解、相互尊重、平等对话。另外，结合部、交叉点又和语言研究相关，可以为语言学界接受，而且加入第一手丰富生动的广告实践经验，可以为应用语言学研究中的广告语言研究注入活力，使广告语言研究更好地为广告语创作实践服务。

浏览广告人网站、网络论坛等。那是一些可以口出“狂”言的地方，也要去转一转，听一听不同的或者有点刺耳的意见。在访谈中我们也就这些意见和广告人交流，本着尊重人、事实、真理的态度去探讨。

向广告方面的专家请教，向语言方面的专家请教。北京广播学院的于根元教授、路盛章教授给了我们很大帮助，常常让我们在困惑中有了方向。向身边的人请教，记得很长一段时间我们逢人就问，喜欢什么样的广告语？不喜欢什么样的？好坏在哪里，为什么？认不认识某某广告人？知不知道某某广告语是谁创作的？良师益友给了我们许多宝贵的资讯、建议、意见。

留心身边的广告语言现象。街头、地铁、公交车

身、电视、广播、报纸、杂志等等，凡能心头一动的，都记下来，争取找到该广告公司和创作者。

第二，精挑细选，力求典型全面。

根据各方了解收集到的线索，经过仔细挑选，本书共收入访谈文章 67 篇：江中草珊瑚含片成方圆版“我歌声的背后，是一片片深情”，这个访谈尽管已经过去七年了，但是现在看来还是很有价值，而且把它收入书中，能够说明长期以来编写成功广告语访谈录的意愿，说明做事情搞研究要顽强和适时。另外包括北京晚报“晚报，不晚报”、李宁牌运动装“我运动，我存在”、《南方周末》“你看到我们时我们在纸上，没看到我们时我们在路上”、京都念慈庵蜜炼川贝枇杷膏“灭去心头火自凉”、奥斯曼生眉笔“饱蘸浓浓母爱将亲情与美注入眉间！”、中国网通“由我天地宽”、中国联通“传递人间真情”和“轻松入网轻松打，预付话费如意通”、立邦漆“处处放光彩”、圣象地板“让生命与生命更近些”、西门子手机“灵感点亮生活”、伊利 粤味酸奶“越贪吃越美丽”，另外还有三篇文章对筑城伟业传播机构创意总监于然和北京广播学院广告系青年教师何辉、青年广告人罗富平做了访谈。

这些广告语都是大家比较熟悉的，社会影响也比



较好。有的做得巧。比如北京晚报“晚报，不晚报”，第一个“报”是“报纸”，是名词，第二个“报”是“报道”，变成了动词，广告想说明北京晚报虽然是下午出的报纸，但是新闻及时采发，绝对“不晚报”，突出了新闻贵如生命的时效性。比如中国联通“轻松入网轻松打，预付话费如意通”，广告中用打篮球和入篮球网来为打移动电话和入电话网做比方，把抽象的事物具象、生活化，化无形为有形，很巧。另外比如中国网通“由我天地宽”，本来是“有我天地宽”，既点出了宽带网络的特征又大气磅礴，但是“有”字略显霸气，改成“由”就不同了，含义有二，一是我开始天地变宽，二是天地宽广由我驰骋，一字之差，使足了巧劲。有的做得美、可爱。比如立邦漆“处处放光彩”，在图片中各种肤色的外国小胖孩屁股上涂五颜六色的漆，可爱得不得了，很好地诠释了“处处放光彩”。京都念慈庵蜜炼川贝枇杷膏“灭去心头火自凉”，充满禅味儿。奥斯曼生眉笔“饱蘸浓浓母爱将亲情与美注入眉间！”，展现了神秘美好的异域风情和浓浓母爱。有的感人至深，比如中国联通“传递人间真情”，游子在海边给爷爷打电话，让一辈子没走出过黄土高原的爷爷听海，手机不仅传递着讯

息，还传递着不舍的情感。另外，圣象地板“让生命与生命更近些”，充满对生命的关怀。李宁牌运动装“我运动，我存在”，个性张扬。西门子手机“灵感点亮生活”、伊利粤味酸奶“越贪吃越美丽”释放着浓郁的现代都市气息。《南方周末》“你看到我们时我们在纸上，没看到我们时我们在路上”，看似无厘头、饶口，实则性灵，一句话点出了该记者们的敬业与辛劳，体现了办报的宗旨和报纸的质量。

本篇访谈文章涉及的广告产品有衣、食、住、行、药、化妆品、网络、手机、报纸。有广播广告的广告语、电视广告的广告语、平面广告的广告语。访谈对象有国内广告公司创作者和总监，有源公司创作者和总监，北京奥美的张文主总监和上海智威·汤逊的朱海良总监给了我们很大支持。我们还对筑城伟业传播机构创意总监于然、青年广告人罗富平、著名广告学者路盛章、青年广告教师何辉进行了有关访谈，这是必要的，可以让大家看完广告业界人士的观点后，再看看广告学术界的意见。

我们尽量争取，面对面地访谈到了广州《南方周末》广告语创作者陈菊红、上海西门子手机广告的创意总监朱海良、新疆奥斯曼广告语创作者何剑云。我



们一直希望尽可能多地采访到精采广告语的创作者知情人，尽可能广泛地涉及全国各地包括港台甚至国外的经典广告语，但是由于条件所限，访谈主要还是集中在北京，不免遗憾，期望未来的访谈可以更多更广泛。另外有一点很重要，国内一些很经典的广告语，比如上海白丽香皂“今年圆，明年愿”、成都恩威“难言之隐，一洗了之”、“活力圆，沙市日化”等优秀广告语，因为时间较远，我们无法联系到创作者和知情人，如果这些广告语的创作者和知情人看到我们的书，希望能和我们联系，揭开记忆，和我们一起整理这些脍炙人口的作品。还有，要是能访谈到雀巢咖啡“味道好极了”、馥郁巧克力“只溶在口，不溶在手”、百事可乐“新一代的选择”、耐克“先破后立”、诺基亚“科技以人为本”、戴比尔斯钻石“钻石恒久远，一颗永流传”、麦氏咖啡“滴滴香浓，意犹未尽”、柯达“串起生活每一刻”，该多么好。

有遗憾，我们继续进取；不自圆其说，留有缺口，吐故纳新。

第三，开放全息，纵横交错。

我访谈的朋友中国联通“传递人间真情”的创作者杨海潮，那是个相当有天分的音乐创作人，写过



《干杯，朋友！》《月牙泉》《楼兰姑娘》等许多广为传唱的歌曲，广告创作也搞得很好。记得那天访谈正好碰上他辞去了广告公司的职务，准备专心做音乐。离别总是有些伤感的，那天海潮说了好多音乐和他个人成长的事，广告谈得很少，似乎在回避。我有点着急，但是又不想强迫他。谈话中想通了。记得临别时海潮说没给我谈太多广告和广告语，感到很抱歉。我对他说我不想为做某事而做某事，他的谈话已经让我很有启发了，非常感谢。我的想法是，并不是什么事情都非得直奔主题，曲折的过程和结果同样重要。海潮做音乐和他成长的经历直观上看和广告没什么关系，其实创作总有共通，比如无论是广告创作，还是音乐创作，他的作品总满怀着激情、温暖和对人性的反思。并且，谈自己的成长经历不是更好吗，生活积累对创作至关重要。不经历感动，广告、音乐作品中怎会有深刻的感人的东西？另外，有感触不是什么场合都可见，对什么人都表现出来的，我碰上了，应该珍惜。记得采访回来，我跟于老师念叨这事，于老师说：“好啊，谈音乐也很好啊！”我一下明白了，要开放、全息。有些看似毫无联系的事物，其实具有千丝万缕的联系。