# 公益广告视听小品范文8篇

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2025-03-26

*公益广告视听小品范文 第一篇1、 你为你喜爱的乐器做一则广告。2、 请以“家”温馨的港湾为题做一则 广告。3、大学毕业，面对就业，做一则推销自己的形象广告。4、面对升学，请在专业主考老师面前做一则推销自己的形象广告。5、请以“南极，地球上的...*

**公益广告视听小品范文 第一篇**

1、 你为你喜爱的乐器做一则广告。

2、 请以“家”温馨的港湾为题做一则 广告。

3、大学毕业，面对就业，做一则推销自己的形象广告。

4、面对升学，请在专业主考老师面前做一则推销自己的形象广告。

5、请以“南极，地球上的最后一片净土”为题做一则保护环境的公益广告。

6、请为生活在战争中流离失所的伊拉克儿童做一则公益广告。

7、请以关注印尼海难为题做一则公益广告。

8、请为“CANON”数码摄像机做一则公益广告。

9、请为“雕牌”高能皂做一则全新的推广广告。

10、请为东方航空公司做则改变形象的广告。

11、 请为世界顶级化妆品“兰寇”的眼霜做则品牌广告。

12、请为红旗小轿车做则新颖的广告。

13、请为“可口可乐”做一个全新的广告。

14、在炎热的夏季，请为“小护士”护手霜做则全新的广告。

15、请为即将上市的诺基亚7620手机做一则有别于现有广告的广告。

16、请为“Inter”奔腾公司做则经营理念广告。

17、请为“中国人寿保险公司”做则经营理念广告。

18、请为“长虹电视”做则宣传广告。

19 、请为“青岛海尔冰箱”做则宣传广告。

20、请为云南红塔集团做“吸烟有害健康”的广告。

**公益广告视听小品范文 第二篇**

>活动名称：

“建设资源节约型、环境友好型社会”广告设计大赛

>活动口号：

让心灵闪现，让思想腾飞

>活动目的：

为了丰富校园文化生活，培养同学们自主创新的能力，让同学们亲身体验到广告语的魅力，提高他们对商业的洞察力，同时也为企业挖掘高校人才做好准备。我商务协会特举办本次广告设计大赛，让同学们在设计作品过程中提高他们自身的创新能力和实践能力。为同学们提供一个公平竞争和挑战自我的平台。

>评分标准：

（1）主题鲜明，突出重点20分；

（2）在介绍作品时思维清晰，表达流畅且简明扼要15分；

（3）富有创意20分；

（4）个人形象及礼仪15分；

（5）要求有极具感染力的广告语30分；

>比赛内容：

1、 活动主题：“建设资源节约型、环境友好型社会”公益广告设计比赛，表现节约资源能源与人类生产，生活的关系，以及对未来的展望。

2、主题内容要围绕以下几个方面创作：

节约能源，利用可再生资源

节约用水

节约源材料

大力节约和集约用土地

资源综合利用

大力发展循环经济，全面推行环保型生产

3、参赛对象：武汉船舶职业技术学院所有在校大学生

参赛方式：个人或团体（注：团体人数2——4人）

4、参赛时间：xx年5月5日—xx年5月19日

5、作品交至：商务协会办公室（1305）或联系办公室艾永兵

（15172536357，61357）

6、参赛内容要求：

〈1〉作品表现形式：分为绘画作品和电子稿作品两种。绘画作品可以是油画，水彩画，铅笔画等作品，也可以是电子稿作品等。以上作品可以是单幅，也可以是有互相关联的多幅。

作品表现内容：参赛者可根据自己的观察和了解，针对所给主题并结合自己的感想来合理设计，用自己的双手勾勒出心目中的图画。主办单位将根据情况将系列优秀的作品将在博海广场展出，以获得进一步的宣传效果，作品要对建设节约型社会具有一定的宣传效果易于让大众理解并接受。

参赛作品必须是a3规格

电子稿作品

要求以打印稿参赛

作品需要在背面注明姓名、班级和联系方式；

**公益广告视听小品范文 第三篇**

1、 你为你喜爱的乐器做一则广告。

2、 请以“家”温馨的港湾为题做一则 广告。

3、大学毕业，面对就业，做一则推销自己的形象广告。

4、面对升学，请在专业主考老师面前做一则推销自己的形象广告。

5、请以“南极，地球上的最后一片净土”为题做一则保护环境的公益广告。

6、请为生活在战争中流离失所的伊拉克儿童做一则公益广告。

7、请以关注印尼海难为题做一则公益广告。

8、请为“CANON”数码摄像机做一则公益广告。

9、请为“雕牌”高能皂做一则全新的推广广告。

10、请为东方航空公司做则改变形象的广告。

11、 请为世界顶级化妆品“兰寇”的眼霜做则品牌广告。

12、请为红旗小轿车做则新颖的广告。

13、请为“可口可乐”做一个全新的广告。

14、在炎热的夏季，请为“小护士”护手霜做则全新的广告。

15、请为即将上市的诺基亚7620手机做一则有别于现有广告的广告。

16、请为“Inter”奔腾公司做则经营理念广告。

17、请为“中国人寿保险公司”做则经营理念广告。

18、请为“长虹电视”做则宣传广告。

19 、请为“青岛海尔冰箱”做则宣传广告。

20、请为云南红塔集团做“吸烟有害健康”的广告。

广告主题：水资源的保护与节约

广告目的：

1. 引起社会对中国水问题和水危机的关注;

2. 提高公众对水与健康、水与环境及水与经济可持续发展的认识;

3. 倡导人们科学用水、保护水资源、防止水污染。

背景简介：

我国人均淡水为世界人均水平的四分之一，属于缺水国家 -

国家。全国已有300多个城市缺水，已有29%的人正在饮用不良水，其中已有7000万人正在饮用高氟水。每年因缺水而造成的经济损失达100多亿元，因水污染而造成的经济损失更达400多亿元。

实施方案： 电视广告

1. 年久失修的水管滴答滴答地漏着水(镜头由远到近,声音为滴答声)

2. 离水管不远有一人正用水龙头的水清洗着蔬菜,准备午餐,洗完后扬长而去还忘记了关水龙头(镜头特写是自来水击打在人手上的动作还有水哗哗的背景声音)

3. 水沿着下水道排入了一条已经严重污染的河道(运用剪辑把水流入下水道和排出到河道连接)

4. 河面上吹起了一股夹杂着脏东西的小龙卷风(镜头从河面往上推到天空,风声)

5. 天空中依然还是一阵风,但是风的下面却是一望无垠的荒漠(镜头是从上往下推,更加

猛烈的风声)

屏幕打出:为了你的明天,请节约用水(有旁白)

6. 已经维修一新的水管的不远处,一只手正把水龙头紧紧地拧上(近景)

7. 顺手把水龙头边上刚刚收集的淘米水拿去浇花(镜头由浇水的根部向上特写美丽的花朵)(的背景声音均为和谐的钢琴伴奏)

8. 花朵由实变虚到远方青山相傍的湖泊(鸟鸣声由强到弱,屏幕慢慢变黑)

广告创意范文之三：

《北京青年报》形象电视广告

主题： 今天的我

画面：

1、镜头逐渐推向一部打开显示屏的电脑。

2、(特技)镜头进入电脑里。

3、在推进的过程中，快速、变化无穷的新闻照片、图片、标题、纷纷闪过。伴随着各种语言的新闻播音声。

4、(特技)镜头继续快速推进。出现一个电子和中子围绕一个圆球快速旋转的画面。

5、(特技)圆球变成了小小的地球，(象征着科学的)电子和中子仍然围绕着地球在快速旋转，小小地球不时出现一些爆炸，升起一些小小的蘑菇云来。

6、镜头移开，我们发现这个小小的地球，被一个一身西装的年轻人托在手里，他在观察和注视着这个地球。

7、年轻人抬起头来注视镜头。

8、镜头变黑(象有人关掉荧光屏一样)推出字幕，主题语“今天的我”，

9、再次推出字幕(黑底红字)“北京青年报”。

公益广告创意之“学习篇”

创意思路：

第一部分：

画面表现内涵：当今是一个知识爆炸的时代。

画外音(旁白)：当今是知识和信息爆炸的时代。知识每天都在更新，我们如果不注意学习就会落在时代的后面。

第二部分：

记实采访形式。

采访对象：夜大学、职工大学的已经工作后，又来参加学习学生。年龄大的学生更好，以他们的现身说法为主。

采用随机采访形式。

采访题目：

既然已经工作了，为什么还要花业务时间来参加学习?

希望得到的答案或大概意思：

主要是为了提高自己，不然跟不上时代的脚步，后落后于时代的。

采访时，同步在屏幕上打出被采访者的年龄、职业、正在参加什么课的学习。

采访时最好不出记者镜头，不直接问出问题，由被采访者直接回答。

第三部分：

采方完后，随着被采访者离去。画面变虚。推出字幕并伴有相同的画外音：

好好学习，天天向上。

本片主题固定，但采访对象可以反复变换，所以片子随时都可以有新东西播。给人的感觉可以是很新的。

将采访时被采访者的画面固定，就能单独做为平面广告。

公益广告创意之“美容篇”

一副大的少女素描画占据并铺满整个画面;

画上的少女十分清秀，紧闭着嘴;

但形象很难看;光头;没有头发;

蒙着一只眼睛;脸上满脸黑点;

有大小疙瘩;也有伤疤;

还贴着胶布;鼻子上有脓包。

一只手伸入画面;拿着橡皮和笔;

不停的在修改这个画面;擦掉难看的部分;

加上飘逸的头发，使少女的轮廓更加突出，

形象更加完美;画面上少女也开始露出笑容了;

最后，画面上的少女变的十分漂亮，

由动画人物，变成了真实人物;

镜头拉开。

这是在某个漂亮、干净的街道上，一个人正在为一个少女画素描。

镜头继续拉开，

我们看到少女的身后不远的地方：

一个环卫工人正在清扫地面;

在她旁边的草坪上，一个绿化工人正在整理草坪;

镜头掠过少女;

渐渐的推向正在工作的绿化工人和环卫工人;

这时旁边传来少女清脆的笑声;

少女举着画好的素描画跑开了;

画像随着追去;

两人跑出画面;

正在扫地的环卫工人和绿化工人;

看着跑开的少女露出笑容;

二人继续低头工作;

镜头变虚：

推出字幕，同时伴有画外音：

感谢你，城市的美容师。

广告创意范文之四：

广告创意经典案例分析

很多人都认为广告主要是为了配合销售，具有明显的实效性，所以许多的广告都只能是昙花一现。但是也又一些作品，仍然让消费者历历在目，南方黑芝麻糊的电视广告就是这样的一则让人感动并让人久久不能忘怀的优秀作品。

该广告在一片桔黄色为基调的暖色中展开的：典型的南方麻石小巷，桔灯摇晃，晃悠，随着一声“黑芝麻糊咯”的吆喝，一个身着棉布布衫的少年推门探头出来，不停的措手呵气，眼中充满渴望，慈爱的大婶把一勺浓绸的芝麻糊勺向碗里，男孩急不可耐的措手，咬唇，一副馋猫的样子，大婶递过香浓的芝麻糊，他迫不及待的大口大口吃，完了还碰着碗舔了又舔，引得一旁碾芝麻的小女孩的笑声，大婶怜爱他又舀一碗给他，男孩吃完，满足的抹了一下嘴角，此时画外音传来男声旁白：抹不去的记忆，南方黑芝麻糊。

当众多的食品广告在强调它的营养价值和多少百分比的维生素等等的时候，南方黑芝麻糊不正面体现它的价值，反而走了一条差异化的路子。它在广告的前四分之三的时候还没有

出现产品的包装，而以怀旧的温馨镜头回顾了童年的一段美好回忆，热腾腾的锅，浓香的芝麻糊，男孩天真的吃相，大婶关爱的目光，无不令人联想，并使人相信，画面中那诱人的芝麻糊就是南方带给我们美味的享受。

二 、农夫山泉――农夫山泉有点甜

作为一个后进的品牌，凭借着悬念性的广告以及一系列具有差异化的营销手段，后起之秀农夫山泉得以从娃哈哈和乐百氏的手中分得市场。一句“农夫山泉有点甜”让人们记住了这个采自千岛湖的天然水。

此广告是差异化广告的一个代表，诉求与悬念结合得非常巧妙，重点突出了产品的一个亮点。还有矿泉瓶盖的创意，此后养生堂的其他产品也遵循差异化原则，取得很好的成效，如“农夫果园喝前摇一摇”。

广告创意答题步骤

1、首先告诉评委老师你做的是哪个品牌的哪类广告，一般有：产品广告，公益广告，企业形象广告等。(如：老师好，我做的广告是中华牙膏的产品广告)

2 、广告的时长，一般有：15秒，30秒，45秒，60秒。

3、广告创意的主体内容，用画面展示广告创意内容，如：画面一，画面二等，

要用镜头语言，一般有全景、中景、近景、特写等。

4、广告语，也称结束语。有两种形式：字幕和画外音。

广告创意常见方法

创意方法之一----对比法

例：“三十岁的人，六十岁的心脏，六十岁的人，三十岁的心脏!”。

创意方法之二----恫吓法

例：“你把螨虫传给了女儿!”。电视画面上一位年轻的爸爸正在与女儿亲热的拥抱，父女面颊接触的特写,镜头拉近,三维效果表现父亲皮肤毛孔中蠕动的大号螨虫向女儿幼嫩的皮肤爬去……

创意方法之三----机理法

例：“融了、排了、通了，某某排毒养颜!”

创意方法之四----名人法

例：“抽完之后你给我含一片!”吕丽萍愠怒地用手指点着葛优的额头。

创意方法之五----幽默法

例：“甲：咋地了哥们，让人给煮了!乙：感冒了，正发烧呢!甲：我有办法呀，整点易服芬吧!”----

创意方法之六----悬念法

如：“你爸爸胃病又犯了，快去找“四大叔”……是斯达舒，不是你四大叔!”

创意方法之七----情感法

例：电视画面展示出青山绿水，一对母女亲密地站在山顶欣赏如画的风景。女儿温柔地将脸贴在母亲怀中，突然被母亲身上的植物针刺刺痛，画面出现三金片的药品包装，继而母女会心地笑了!画外音“贴心还是千金!”。此则广告当中利用“千斤”与“千金”的谐音。

创意方法之八----暗喻法

如，洁尔阴的广告语：“难言之隐，一洗了之”， 暗喻手法往往对那些不便于公开阐述的病症或目标人群是十分有效的。

创意方法之九----歌唱法

例：“老张今天感冒了，头疼鼻塞咳嗽了，多亏准备了白加黑呀……”利用雪村的〈东北人都是活雷锋〉的滑稽曲调重新填词，很好地借助流行歌曲的大众传播性。

创意方法之十----专家法

例：“医学研究证明，感冒是由于病毒引起的，感康有效杀灭病毒，治疗感冒!”

创意方法之十一----地域神秘法

例：“这是观音草，我们苗家千百年来一直用它治疗咳嗽……”—咳速停糖浆的电视广告。电视画面上一位身着苗族服饰、背被采药筐的老者向面前的一位小姑娘诉说着苗药的历史和功效。

创意方法之十二----虚张声势法

例：“如果脑白金有效，请你告诉100名朋友，如果脑白金无效，请你告诉10000名朋友!”---脑白金的电视广告。

**公益广告视听小品范文 第四篇**

>广告主题：

生命可以承受之重——关注矿工，关爱生命。

>广告目的：

1、引起社会对矿工的关注和关心。

2、提高公众对生命安全和健康的认识，珍爱生命。

3、增强企业的对矿工的安全责任意识，依法办事。

>宣传重点：

1、矿工的生命安全值得被重视，矿工是重工业不可缺少的重要人力资源。

2、矿工所在企业负责人必须保障员工安全和健康，珍爱员工生命。

3、倡导提高全社会人们的思想道德品质，做对社会又用之人。

广告目标对象：

1、广大公众；

2、非法矿厂

>传播的原则：

1、传播媒介与方式的多样化；

2、传播过程的连续性；

3、传播范围的广泛性；

4、传播效果的立体化和持久性。

>使用场合：

1、 电视、广播、报刊、新闻事件等各方面媒体传播

**公益广告视听小品范文 第五篇**

1. 努力建设优质便捷安全文明公路

2. 用最科学的投入，建最优质的公路

3. 普及便民路发展致富路加快振兴路

4. 公路连城乡，努力奔小康

5. 建设农村公路，富裕农民兄弟，实现农业强省

6. 通了砂石路，脱贫有思路;通了水泥路，致富刚起步;通了高速路，小康到农户

7. 遵守交规储蓄安全

8. 礼让礼让人车无恙

9. 高速公路行驶适速

10. 行万里平安路做百年长乐人

11. 但愿人长久千里路畅通

12. 超载超速危机四伏

13. 酒后驾车拿命赌博

14. 人生美好步步小心

15. 路无规不畅国无法不宁

16. 狭路相逢“让”者胜

17. 生命只有一次平安伴君一生

18. 礼让三先路畅民安

19. 宁绕百步远不抢一步险

20. 千里之行慎于足下

21. 谨慎驾驶千趟少大意行车一回多人病不上车车病不上路

**公益广告视听小品范文 第六篇**

>一、活动目的和策划思路：

1、随着经济的飞速发展和社会的不断进步，人民对自然资源的开采和使用越来越大，对环境造成的污染也越来越严重。为保护环境，中国已经在国民经济和社会发展xxx十五xxx计划中增加了可持续发展的重要指标；同时加大了国家环境保护机构的能力建设；实施了大规模生态工程；并在经济结构战略性调整中把加强环境保护作为重要内容。保护环境是每一个地球公民的义务。为进一步加大环境宣传教育力度，结合昆明市委、市政府将昆明市创建为xxx全国卫生城市xxxxxx国家环境保护模范城市xxx的目标和xxx中国公民道德建设xxx的活动要求，更让昆明市民深刻的认识到环境保护的重要性。因此，作为一个春城市民，我们积极的策划倡导一次全民的xxx环保在你身边xxx活动。

2、昆明市妇联巾帼社区服务中心丰盛服务站是一个以安置下岗失业人员、低保人员再就业为目的的非正规就业组织，近两年来，得到市委、市政府、市妇联、市工会、市劳动和社会保障局、市就业局等各部门以及有关领导的大力支持与帮助，取得了一定的成绩。为感谢各级部门和领导的支持与帮助，我们也在积极地想办法支持他们的工作，努力动员和帮助更多下岗失业的兄弟姐妹，并在自己力所能及的范围内对社会做一点贡献，我们希望通过此次活动的举办募集一定的资金，为广大热爱环保的市民提供不少于10万条绿色购物布袋。

3、此次活动，通过采取统一回社区住户捐赠的废旧纸张、塑料等废旧物资，销售后的

款项用于订制10万条以上绿色布购物袋，并通过各社区居委会发到各家庭的活动方式，将绿色环保与献爱心两个社会公益活动主题有机地结合在一起。让更多的市民和单位参与到此次活动中来，将自己没有利用价值

的废旧物资作为捐赠品，既力所能及、不增加经济负担，还有助于保护环境，这是一种创新的社会公益捐助方式，并希望真正做到全民联合起来，共同保护人类赖以生存的环境。

4、拟在昆明市五华、盘龙区各修建5个xxx垃圾废物收集亭xxx（贷款），配合昆明市环境保护局创建xxx环保绿色社区xxx，做一些探索和示范工作。

5、通过此次活动，吸纳更多xxx环保志愿者xxx参予到各种环保活动当中来。逐步组成一支长期从事环保宣传和推广的xxx环保志愿xxx队伍。

>二、活动单位：

主办——（政府有关职能部门）

协办——（热爱环保的企业）

承办——昆明市妇联巾帼社区服务中心丰盛服务站

>三、活动名称：xxx环保在你身边xxx关心春城社会公益活动

>四、活动时间：20xx年

>五、活动内容：

1、启动仪式：20xx年月日，某办事处社区（某社区广场）。邀请市委市政府、市环保局及有关部门、单位的领导和新闻媒体参加。

2、收集废旧物品：在昆明市范围内，以街道办事处为单位，组织开展宣传活动，在指定的时间和地点收集捐赠的废旧书报和废弃塑料瓶。在有关部门的监督下由丰盛服务站统一收购。

3、捐赠：所有物资回收后销售款项用于订制10万条以上绿色布购物袋，并通过各社区居委会散发到各家庭。所有回收的废旧塑料将统一送到加工厂加工成红、黑、白三种颜色的垃圾袋，回赠给绿色社区示范点的居民住户。

4、在活动结束时，举行仪式现场捐赠。拟邀各有关领导参加，并对本次有突出贡献的单位和个人给予表彰。

>六、活动宣传形式：

1、现场宣传由各有关单位组织人员与承办单位临时聘用人员共同开展。

2、对外的宣传将邀请省、市电视台和《昆明日报》《春城晚报》、《生活新报》、《滇池晨报》等媒体进行报道。

>七、活动所需的费用：

通过企业对本次活动冠名给予赞助。

以上是我单位对本次活动的一个简单策划，望政府有关领导给予指导和支持。并帮助协调有关部门使活动顺利开展。

**公益广告视听小品范文 第七篇**

公益也疯狂

——浅谈公益广告的发展蓝图

[摘要]： 随着经济的发展科技的进步，人们在物质生活方面得到了极大的满足，而相对于物

质生活而言，人们的精神文明却相当匮乏。公益广告作为宣传社会公共意识的重要工具，其发展是值得我们探究的。本文首先回顾了公益广告的概念和发展现状，重点是研究未来公益广告的发展前途，特别是新兴媒体给公益广告带来的战略机遇。通过公益广告运用新技术实例和现状的分析，本文对此环境下公益广告的发展优化对策提出了一些建议。

[论点]公益广告发展前途一片大好

[论据]1.经济迅速发展为，物质极大丰富，人们对精神文化的追求为公益广告的发展提供基础。

3.后现代化社会关注形势忽视内容的特点为创造能抓住公众眼球的公益广告提供依据。

一.公益广告的界定和发展现状

公益广告不是以收费为目的商业宣传来创造利益，而是“免费推销”某种意识和主张，向公众传达某种文明道德观念，以提高他们的文明程度，获取良好的社会效益。它关注的是人与人、人与社会、人与自然和谐统一的关系。自20世纪40年代公益广告在美国产生以来，公益广告的在各国都有发展，但其发展史缓慢的也是被动的。公益广告目前的发展现状有如下三点：

1.公益广告的稳定投入不够。马克思说“经济基础决定上层建筑”， 公益广告不以盈利为目的没有经济基础做后盾，发展的底气不足。在刚刚起步的中小企业中很少有人会拿出钱来做公益广告，只有公司做大做强之后，有了一定的实力，才会有企业会为塑造良好的企业形象而在公益事业上大把的扔银子;所谓“仓廪足而知礼节”，对于政府而言，只有满足了人们的物质生活之后，呼吁人们精神文明才会得到回应。

2.公益广告创意整体水平不高，在内容和形式上比较单一，其制作方也多数是国家政府部门或一些组织机构。 其内容多是表现社会当时的一些宣传号召和公益活动，旨在唤起受众的社会意识，使受众对某一社会性问题引起关注，或规诫受众的行为，从而达到培养良好社会风气的目的。目前大多数公益广告都采用不断重复乏味的劝说人们不要这样做，鼓励人们要那样做，可是一味的说服往往无法在公众心目中留下深刻的印象，也无法达到价值观的传送。

3.媒介的利用较局限。商业广告为了盈利无孔不入，而公益广告却主要集中于比较成熟的媒介，如电视、报纸、杂志等传统媒体，很少去探索新的媒介。这些媒体发展比较缓慢，在覆盖域、到达率、注意率等参考指标上显现出一定的限制性。

二.公益广告的发展方向

1.颠覆一贯的说服方法，增强公益广告的趣味性，以幽默风趣的形式抓住人们的注意。 公益广告虽然经常被作为一种现象加以关注，但他们毕竟是一种干扰，受关注的程度远不及电视节目，它们就像莎士比亚笔下6月的杜鹃，“人们听到了它的声音，但不理睬它”，尽管声音很大，喧闹非常，使用的技术也很复杂，但是能立刻抓住观众的情况极为罕见。每年春晚最能抓住人们眼球的节目就是赵本山的小品，有人说不看赵的小品就没有了年味儿。为何赵本山的小品这么受欢迎?在我看来最大的原因是它有趣味。所谓有趣味就是它能引人发笑并能让人在娱乐的同时受到精神上的洗礼。公益广告的最终目的与小品所达到的效果是十分接近的，但是目前的公益广告除了苦口婆心的劝说和类似恐吓的方法之外似乎没有更高明的招数了。公益广告要抓住观众的眼球必须得有自己拿得出手的妙招，商业广告强调的是独特的卖点，公益广告虽不同于商业广告，但从内容上看，它也是一种特殊的“商品”，也需要推销和贩卖，这就需要公益广告也要树立起自己的卖点了。广告不是科学，而是艺术，传达信息固然重要，真正唤起受众注意的却是令人耳目一新的奇思妙想及不落俗套的艺术表达。异常是唤起注意的利器，意料之外的画面与文字往往会在瞬间抓住受众游离的目光，诱导受众去识别其中所蕴含的广告信息，富有创意的画面或文案会让人过目不忘。比如说有个关于车险救助的公益广告利用电梯门的开阖来形象的展示撞车的情景，让人感到触目惊心，想不留下深刻的印象也难。还有一个关于安全套的平面广告，画面上有两个大脑，广告语是：Think before you do it ，通过一句文案“想一下再做”，幽默而清晰的传递出“性行为前要使用安全套的基本信息”。在公益广告设计中，运用生活中富有诙谐、戏谑、幽默的形象或成语来传播信息，令受众看后会心一笑，能赢得观众的好感和认同感，并在愉快中接受信息。

2.灵活运用各种媒体，学习商业广告运用媒体的策略，并利用自己的优势，积极利用新兴媒体。

商业广告的形式多种多样，随着经济的发展，对媒体利用的灵活度也越来越高，尤其是植入式广告，简直让人叹为观止。比如今年极受年轻人喜爱的韩国热播剧《花样男子》中有这样的情节，西门被小优拉去看日出，当太阳升起的时候，远处巨幅广告牌上“西门子电器/我的最爱”的“子电器”因为太阳的照射而模糊，从男女主角的视角看去就变成了“西门/我的最爱”，不知道西门子有没有提供赞助，有的话，这钱给得一点儿不亏，不过这样绝妙的插入式广告若能巧妙的运用在公益广告上就更值得称道了。不止是电视剧，电影如《天下无贼》者，其广告的戏份已经超过了主演刘德华、李若英，宝马汽车、惠普电脑 、佳能数码、诺基亚手机、长城润滑油、北京晨报等都在，大有席卷天下，囊括四海，并吞八荒的气势，说这些并不是说要让公益广告也这么疯狂的插入到电影电视剧中去，而是说公益广告也可以灵活的利用现有的媒体形式，打破以往的思维定势。

三.公益广告应紧跟时代潮流，符合社会大背景。

20世纪60年代以后，人类的传播技术经历了一个质的飞跃，由此社会进入了后现代社会主义社会，这个时期，图像与现实之间不再有隔膜，现代文化已经达到青睐形式，忽视内容的地步，不考虑高雅文化与通俗文化之间的差异性，也不管历史时期存在的区别，媒介现实与客观现实之间已没有区别，人们生活在一个符号的社会当中，消费符号同时也享受人符号，所有的意义已不存在，形式的表现就是一切公益广告可以根据这一社会现象，利用“虚拟真实”接口设计来达到身临其境的效果，这不但意味着使用者全新的感官体验，也代表着影响秩序通过受众的主动操作而重新组合。举例而言，在媒体整合之下，观众打开电视不会看到像《一千零一夜》最后结局：从此，王子和公主过着幸福生活，直至白鬓千古一样千篇一律的说服性公益广告了，而是借助于虚拟实体的辅助，借助按键，进入画面，阻止不文明行为的发生或是进行社会公益活动等

现在已有很多人公益广告已经利用了这一社会特点，关注社会热点，揭示生活的种种伪饰面纱，展示“世界的真实和真相”，如疾病、暴力、贫穷、战争、种族、灾害等，并取得了很好的宣传效果。有一则《患白化症的黑人姑娘》的画面上，一群黑人少女在列队前进，举行庆祝活动，一个患白化症的黑人少女自惭形秽，窘态油然而生，她似乎在躲避旁观者好奇的目光，运用反讽的手法，使种族歧视的偏见昭然如揭。还有1996年获戛纳广告节金狮奖作品《心脏》的画面上，只有三颗一模一样的心脏，心脏上分别标注“WHITE”(白)、“BLACK”(黑)、“YELOLOW”(黄)，图像似乎十分简单，诉求却十分清楚，内涵让人回味再三，人类的肤色大不相同，但却具有共同的本质，正如我们的心脏相同。在种族歧视、xxx、宗教仇杀此起彼伏，甚至愈演愈烈的现实背景下，解读《心脏》，能够使人感悟到对人类多样性的宽容、容忍和尊重的强烈呼唤。

经济发展迅速，物质极大丰富，为未来公益广告的发展奠定了坚实的物质基础。马克思·韦伯在论文《清教伦理标准于资本主义精神》中写道：“物质产品对生活的影响力日益增大，终于成为一种不可阻挡的力量，这是历史上任何时期所不能比拟的。”精神的世界逐渐输给了物质的世界，人的追求似乎被沉闷的物质禁锢了起来，这是现状。俗话说物极必反，在物质发展到最高境界时，人们就会积极的追求精神生活的满足，依照现在的发展速度来看，不久的将来便会是一个物质富足的社会，人们会更多的考虑如何能够满足商业目的的同时让广告体现出正确的价值观、艺术格调，人类的智慧与幽默感已成为广告人的新思考和努力方向，公益广告不但能实现了商业目的与公益责任的同时，也能为品牌形象的提升与发展赢得道义资本，因此公益广告的前面是一片蓝海。

**公益广告视听小品范文 第八篇**

为了让当代大学生更多的关注社会，担当起社会的责任，也为了帮助更多需要帮助的人，更为了创建和谐社会，让更多的人加入到爱心举动行列中来。我们将开展以“爱心义卖为主导，帮助更多贫困朋友的公益活动为主体，爱心互助社微笑服务为后盾”为主题的义卖公益活动。这些积少成多的爱心，就能让他们的未来充满阳光，让我们用行动奉献爱的阳光。

一、活动目的

1、 让更多的人加入到承担社会责任的行列中来

2、 帮助需要帮助的朋友，献上我们的微薄之力，积聚更多人的爱心。

3、 增强大学生的责任感，在活动中体会到奉献快乐的精神。

二、活动分析

当今社会缺乏爱心义卖与募捐活动，但作为募捐者和购买者往往不确定资金的流动方向。这种不确定性造成他们的怀疑，然而，我们的优势在于公开性、公正性与明确性。开展义卖公益活动，体现了大学生对社会强烈的责任感。

三、活动的可行性

1、 大多数学生在周末为了放松回到市中心逛街或购物，一些上班族也会为放松自己选择到市中心购物或游玩。因此，从客观分析，是不缺乏客源。

3、 同时，也可以体现当代大学生为公益事业献出的爱心，只要做好前期准备工作，做好宣传工作，会有更多的人承担起这份责任与奉献自己的力量。

4、 现在一些公司于厂家不知道可以以何种名义做慈善活动，通过大学生自愿的义卖公益活动，不仅可以推广公司品牌知名度，更可以贡献公司与厂家的爱心。

5、 公司于大学生共同合作，通过义卖公益活动，不仅可以锻炼大学生的社交能力，更好的认识与了解社会，同时，公司形象也能更好的展现在大学生中。

6、 服务宗旨：微笑服务，让顾客买的放心。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！