# 广告文案(通用15篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-04-18

*要想让更多人了解到我们的产品，我们必然要把广告文案给提前想好，广告词都会具有宣传产品品牌的功效。关于有趣的广告文案你了解多少呢以下是小编为大家收集的广告文案(通用15篇)，仅供参考，欢迎大家阅读。广告文案篇1姓名：XXX性别：女年龄：22婚...*

要想让更多人了解到我们的产品，我们必然要把广告文案给提前想好，广告词都会具有宣传产品品牌的功效。关于有趣的广告文案你了解多少呢以下是小编为大家收集的广告文案(通用15篇)，仅供参考，欢迎大家阅读。

**广告文案篇1**

姓名：XXX

性别：女

年龄：22

婚姻状况：未婚

身高：168CM

籍贯：浙江

现所在地：浙江

求职意向

意向岗位：广告文案

求职类型：全职

期望月薪：20xx～4000元

到岗时间：随时到岗

期望工作地点：浙江

从事行业：广告

自我评价

能够使用edius、photoshop，简单掌握dreamweaver软件，如果工作需要可继续学习。有一颗努力学习的心，努力完成所分配任务，有耐心，积极开朗，有责任心。有短暂浙江商报、阿福讲百搭、浙江车网实习学习经验，有一定写作基础。对待任何工作都比较细心、有毅力。工作态度严谨认真，责任心强,有很好的团队合作能力.有良好的分析、解决问题的思维.。我有着良好的形象和气质，健康的体魄和乐观的精神使我能全身心地投入到工作当中。

教育经历

20xx年9月~20xx年7月浙江工业大学广播电视新闻本科

课程描述：专业新闻采访与写作、电视栏目编排与策划、photoshop课程、电视摄像、实用影视编辑、

工作经验

20xx年12月~20xx年1月××××公司

公司性质：私营企业

行业类别：餐饮、娱乐

担任职位：广告文案/媒体策划/设计

工作描述：主要负责公司网络推广活动与微信公众平台运营

语言能力

英语：良好(英语六级)

普通话：熟练(普通话二乙)

联系方式

联系电话：×××××××××××

电子邮箱：×××@xxx.com

**广告文案篇2**

广告语：驾驶者之车

标题：奔跑，奔跑者之间的语言

正文：

他，他们，

天生的运动者。

以奔跑为生以奔跑为乐，

以奔跑为表情以奔跑为语言，

以奔跑为态度以奔跑为价值。

不以物喜，不以己悲；

平凡态度，超越平凡。

宝来，超越平凡。

随文：略

高尔夫车平面广告文案

广告语：世界经典两厢车

一汽大众：汽车价值的典范

标题：和我一样，贝尼觉得朋友越多越好

副标题：没错，高尔夫，很生活

正文：

相信你也一定需要这样一部车

去记载生活中许多值得回味的细节

独具特色的第五门揭背设计

后备空间大有余地

真正符合你，宠物与欢乐，越多越有趣

原来，高尔夫可以很生活，生活可以很高尔夫

杰作天成，一见如故

高尔夫，经典名车

德国大众轿车

标题：妈妈，我不是故意的

内文：1994年10月15日，星期六，凌晨两点。

车子由高志勇驾着，他今年17岁，血气方刚。车上另有一名前座乘客及一名后座乘客，他们都是志勇常聚在一起玩乐的好朋友。

车子是志勇向妈妈借来的，妈妈从来都没拒绝过他，只是每一回总是再三嘱咐志勇得小心驾驶，毕竟志勇还是个“新手”。车子正朝往牛顿小贩中心奔驰，大伙肚子都饿急了，准备到那儿大吃一顿。一个左转来

到杜尼安路时，意外发生了。

经过一轮猛烈的冲撞之后，车子惨不忍睹，在那一刹那之间，志勇以为一切都完了。

幸好，那是福士伟根是吉人天相也好，是大难不死也好，奇迹般地，志勇等三人皆平安无事，一毛无损。自行打开车门后，面面相觑，目瞪口呆。志勇这时最担心的是如何向妈妈交代。闯了大拐，妈妈一定不会原谅他，毕竟那是她心爱的车。

听妈妈怎么说“当志勇来电通知我时，知道孩子们都没事，也就放心了，以为只是小意外。后�，看到心爱的车子时，我简直不敢相信自己的眼睛，我一点也不生气。谢谢福士伟根，救了孩子们一命。

福士伟根，安全上路生命可贵，岂可儿戏。德产福士伟根深明此理，因此在设计及制作每一部车子时皆以您的安全为首。超过30种不同的冲撞测试，以确保万无一失。车身结构的加强措施，前后左右的安全护撞区与防撞杆给予更大的保障，驾驶座安全气袋在紧要关头能化险为夷。

事买证明，福士伟根的安全措施绝非纸上谈兵。其高度驾驶乐趣更为同行所津津乐道，一经驾驶，必有所悟。

上海大众桑塔纳轿车报纸广告文案

标题：并非所有的人都能真正懂得它所代表的含义

正文：面对火箭升空，人们更多地是陶醉于它那扶摇直上的雄姿、雷霆万钧的气势，只有少数人从火箭每一米的上升高度，来测量人类创

造力的无限，感受科技进步的美妙。24小时之内，作为中德科技多年合作的辉煌结晶的另一种创造力与进步的代表。它就要出现在你的面前了，也许你已经焦急地等待了好几天，那么现在你真的可以暂时放下手边的事，平心静气，拭目以待――一个振奋人心的时刻，它的到来已经进入倒数记时了。

广告语：卓然出众，彰显尊荣。

**广告文案篇3**

标题：1．02美元1磅

正文：一辆崭新的大众轿车值1595美元。

并不是像你听说的那么便宜。如果磅数相等，一辆大众轿车的价格可能超过你能说出的任何牌子的汽车。实际上，当你观察大众轿车的内部时，你就不会对这样的价格感到意外了。(开头的两句话完全承接标题对价格的奇特计算方法。)

并没有多少汽车像大众这样在自己的内部装很多东西(注：意指在内部花很多功夫)。(开始解释原因，展开对汽车品质的诉求。)

光是手工就很明显。大众的引擎是手工装配起来的。一个零件接一个零件。

每一台引擎都要测试两次，一次在它还是一台引擎时，另一次在它成为整车的一部分后。一辆大众要涂四遍油漆，每次油漆之间都要用手持砂纸将表面磨光。甚至车顶材料也是手工填装的。你不会在任何地方发现一个裂口、一道凹陷或一团胶水糊。因为如果必要，大众会为一个

小小的细节而拒绝让整部车出厂。因此当你以磅计算大众轿车时，就会知道它为什么如此之贵。这是值得考虑的事情。(开始行动号召)尤其假如你因为它的价格还不够高而还没买它时。

**广告文案篇4**

方案一：遵循客户要求，以理性描述与感性形容相结合

不把妒忌写在脸上

-妒忌铂金系列

镜子里的女人

理所当然的骄傲

无懈可击的高贵

穿越目光的火线

宠辱不惊

恪守自己的爱情

坚定执着

我的妒忌

掩藏不住

只因镜子里闪耀的光芒

第一款：秋水伊人

设计以单颗钻为主，铂金的优美弧度含住璀璨的钻石，有如伊人的一汪秋水，

秋水脉脉含情

伊人千娇妩媚

回眸间顾盼生辉

第二款：春光乍现云开日现

阳光从流云中挣脱出来，钻石的明澈与铂金的流线完美的结合，造型灵秀而典雅。

最是那一抹光华，

掩去一切的喧嚣。

乍现出炫目之美。

第三款：倾城之恋

圆润的钻石置于菱形结构中熠熠闪光，打破常规的几何构图，个性坚韧，演绎生死相许的执着。

穿越亘古传奇，

作永久的守候

生成这倾城之恋

第四款：心心相印

四颗心簇拥着美钻，相互交织，铂金与钻石的光芒相互印照，整个设计雍容华贵，显出睿智的光芒。

逃离尘世繁杂

彼此从心相依

永恒停驻于此

第五款：天使的泪

别致的水珠造型中，晶莹剔透的钻石的光芒。阳光般散开，随风舞动。简洁而淡雅是这款设计的主要特点。

眼泪坠下优雅的，

带着天使的祝福

闪动着清澈纯洁

第六款：万种风情

光洁的铂金与夺目的美钻相缠绕，两者交织成劢开的花朵。举手投足间便有这万种风情。设计展现了一种古典的美。

风姿绰约的摇曳，

妖娆多姿的转动，

铸成这绝世美丽。

自己的精彩

-精彩铂金系列

女人因为真实而美丽

对着电视放声大笑的放肆

就着泡面工作深夜的专注

蓬着垢面起来开门的直率

… …

尊重心底的欲望

但不打扰别人

追求想要的幸福

但拒绝接受施舍

生活、爱情都应该用生动的面孔

活出属于自己的那一份精彩

第一款：守望幸福

铂金环绕而成眼睛的形状，碎钻的点点光辉，经典与现代结合的设计风格，有如女人眼中闪烁的自信的光芒，努力守侯自己的幸福。

闪耀坚定执着，

风起云涌之间

折射炫目美丽。

第二款：美丽心情

两条铂金的线条，自上面下与自下而上两个方向相交汇，有如双手呵呼的美丽心情，秀气灵巧是这款设计的最大特点。

优美曲线上跃动着

那一缕轻盈而优雅

清逸间现出的绚丽

第三款：心灵密码

左旋45度的框架结构中排列着星星点点的光彩，钻石排列着，如棋盘，如谜题，如女人读不懂的心事，神秘而睿智。

剪不断理还乱是情深

从来多情总被无情恼

神秘交错出点点光彩

第四款：爱情宣言

心与心相依相偎，被钻石点缀起来的心形光彩夺目，顾盼流连间尽现奢华，设计精致而隆重。

心与心无距离

守着笑魇绽放

闪亮炽热情深

第五款：自由主张

整个设计精致而淡雅，高贵的金属被塑造成自然的水滴，前后摆动，尽现女人自由主张，敢想敢做是她们的本色。

雨后的清香四溢，

流出极美的弧线

优雅的扣动心弦

第六款：花样年华

铂金的环绕中，碎钻拼成的花朵娇艳美丽，女人如花，那阳光下绽放的光彩是救世主的宠爱。

转动着美丽年华

婀娜多姿的摇曳

生成绝代的柔媚

方案二：对于妒忌与精彩系列应用两条不同的线索，一条是浪漫温馨，一条感性而智慧。

不把妒忌写在脸上

-妒忌铂金系列

镜子里的女人

理所当然的骄傲

无懈可击的高贵

穿越目光的火线

宠辱不惊

恪守自己的爱情

坚定执着

我的妒忌

掩藏不住

只因镜子里闪耀的光芒

第一款：秋水伊人

设计以单颗钻为主，简约而婉转，

铂金的优美

弧度含住璀璨的钻石，有如伊人的一汪秋水。

迎着咸咸的海风，

肆意地张大眼睛。

坦白心底的憧景，

关于生命或爱情。

第二款：春光乍现云开日现

阳光从流云中挣脱出来，钻石的明澈与铂金的流线完美的结合，造型灵秀而典雅。

天气总是变化着，

一会晴一会儿雨。

阳光乍现的时候，

手被握得暖暖的。

第三款：倾城之恋

圆润的钻石置于菱形结构中熠熠闪光，打破常规的几何构图，个性坚韧，演绎生死相许的执着。

海浪涌上来以前，

来一场倾城之恋

沙滩上的小城堡，

住着我们的爱情。

第四款：心心相印

四颗心簇拥着美钻，相互交织，完美的结合了铂金的光滑与钻石的清透，相互印照，整个设计显得睿智而高贵。

贝壳讲述着故事，

在风里咿咿呀呀。

我们坐在沙滩上，

听得有些出神了。

第五款：天使的泪

别致的水珠造型中，晶莹剔透的钻石的光芒。阳光般散开，随风舞动。简洁而淡雅是这款设计的主要特点。

夕阳陷入秋水中，

色彩交织包容着。

归航的渔船点点，

远处便炊烟袅袅。

第六款：万种风情

光洁的铂金与夺目的美钻相缠绕，两者交织成劢开的花朵。举手投足间便有这万种风情。设计展现了一种古典的美。

爱情有很多表情，

聚聚散散的真实，

缠绵徘恻的柔情

妒忌只因为美丽。

自己的精彩

-精彩铂金系列

女人因为真实而美丽

对着电视放声大笑的放肆

就着泡面工作深夜的专注

蓬着垢面起来开门的直率

… …

尊重心底的欲望

但不打扰别人

追求想要的幸福

但拒绝接受施舍

生活、爱情都应该用生动的面孔

活出属于自己的那一份精彩

第一款：守望幸福

铂金环绕而成眼睛的形状，碎钻的点点光辉，经典与现代结合的设计风格，有

如女人眼中闪烁的自信的光芒，努力守侯自己的幸福。

当从稻田里挑稻子时

大多数人失望了

如果选中自己的那颗

何必在意其它的呢?

第二款：美丽心情

两条铂金的线条，自上面下与自下而上两个方向相交汇，有如双手呵呼的美丽心情，秀气灵巧是这款设计的最大特点。

老太太种下一颗豆子

豆荚崩开的那天

里面躺着一个公主

第三款：心灵密码

左旋45度的框架结构中排列着星星点点的光彩，钻石排列着，如棋盘，如谜题，如女人读不懂的心事，神秘而睿智。

从前有一块镜子

不停地讲述真理

有一天她裂开了

因为她讲完了爱情

第四款：爱情宣言

心与心相依相偎，被钻石点缀起来的心形光彩夺目，顾盼流连间尽现奢华，设计精致而隆重。

老和尚对小和尚说

女人都是老虎

小和尚说：啊，可是我已经爱上了

第五款：自由主张

整个设计精致而淡雅，高贵的金属被塑造成自然的水滴，前后摆动，尽现女人自由主张，敢想敢做是她们的标志。

每个孩子被给一个愿望

有一个愿望是世界和平

孩子说，这样我会快乐

第六款：花样年华

铂金的环绕中，碎钻拼成的花朵娇艳美丽，女人如花，那阳光下绽放的光彩是造物主的不变的宠爱。

我在神前许愿

在我最美的时候见你

遭遇一场倾城的恋情

方案三：

延展浪漫爱情的主题，妒忌篇可以构造一个爱情故事，分成散句，每一款几句。整个系列形成一个整体。精彩篇以新女性主张为主要框架，以只言片语表现她们对于爱情，对于生活的不同看法。

**广告文案篇5**

1. 名牌饼夏日情,双重幸运享太平! 太平食品店

2. 与紫禁城为邻北京台湾饭店

3. 舌头都会觉得甘甜! 和平门年糕小吃店

4. 粤菜世界,食在新雅! 新雅饭店

5. 食全食美,食新食异! 新雅饭店

6. 汇四海品味,聚五洲宾友! 青岛海鲜城

7. 吃玩随君意,龙虾海鲜城! 青岛海鲜城

8. 价格不变,服务更佳,上步宴客,最佳选择! 青岛海鲜城

9. 食海鲜,来海景! 海景饭店

10. 四季饭店------东方美食,奇妙感受四季(seasons)饭店

11. 新姿态.新口味! 海景饭店

12. 自然献给您的厚礼,四季饭店则奉上款款味美无比的东方美食,您又怎能抗拒! 四季(seasons)饭店

13. 昔日帝王宫殿,如今豪华宾馆北京贵宾楼饭店

14. 昔日帝王宫;今朝贵宾楼北京贵宾楼饭店

15. 港式火锅,惟我独有! 港式火锅城

16. 食在仙岛众口可调,乐在仙岛服务周到! 仙岛旋转歌舞餐厅

17. 大世界快餐,快餐大世界! 大世界快餐店

**广告文案篇6**

1. 奥淳礼宾酒——今天喝奥淳，明天也舒服;

2. 鄂尔多斯酒——鄂尔多斯酒，广交天下友;

3. 河套老窖——河套老窖，至纯至真

4. 红云磁化酒——磁化粮食白酒，跨世纪的享受;

5. 苁蓉酒——内蒙古一枝花，沙漠人参苁蓉酒;

6. 赤峰陈麯——陈年老酒，滴滴香浓;

7. 赛汗白酒——纯洁草原纯净水，酿出赛汗白酒美;

8. 宁城老窖——塞外茅台，宁城老窖;

9. 金川啤酒——金川啤酒，天下第一保健啤酒;

10. 托县二锅头——做酒的围着喝酒的转，你说怎好，咱怎干;

**广告文案篇7**

1. 蓝鸟风度,蓝鸟气派!蓝鸟牌服装

2. 飘鹰飞翔,英姿俊爽.飘鹰牌服装

3. 两用服饰,春秋皆宜.工农牌服装

4. 佐丹奴服装广告语：隋溢夏梦!爱,就是奉献!把世界的色彩带给您!

5. 杉杉西服广告语：杉杉西服，不要太潇洒。

6. 皮尔.卡丹广告语：弘扬男士精品,一展男士风采!皮尔?卡丹在这儿!国际名牌----皮尔.卡丹!

7. 意大利摩登服装广告语：从容地来,潇洒地去!摩登精品,全新感受,身份象征!爽!帅!意大利摩登服装

8. 让你成为情人眼里的西施!佳衣牌服装

9. 当你在寻求高品位时,你就会发现佳衣!佳衣牌服装

10. 银都时装,国际名牌!银都牌时装

11. 展现你高贵典雅的风情!夏奈尔套装

12. 展现你高贵典雅的风情!夏奈尔套装

13. 来我们这儿,你就会真正知晓女人的心.扬森制衣

14. 兰薇儿-----温柔多情的夜,甜蜜温馨的梦.兰薇儿睡衣

15. adidas广告语，阿迪达斯广告语：阿迪达斯牌运动服：走遍世界,我只看中阿迪达斯

16. 李宁广告语：一切皆有可能

17. 昂首阔步,可隆服装!可隆牌服装

18. 国营老牌是金照,还是金照靠得牢!金照牌服装

19. 源自东瀛,温馨浪漫----樱之花!日本樱花牌羽绒服

20. 一个微笑加一个“贾森“,你便拥有全部.贾森牌泳装

21. 大哥大西服,西服中的大哥大!大哥大西服

22. 大哥大西服------吸取天地灵感,裁剪都市形象.大哥大西服

**广告文案篇8**

可口可乐如期赴约，在圣诞节来临之际，新出一支暖心广告！

今年的圣诞广告距离其推出的首支圣诞节广告已经有1了。在如此重要的一个时间节点，可口可乐非常重视，请来第92界奥斯卡金像奖最佳改编剧本奖获得者Taika Waititi执导，并在全球91个市场推出。

父亲在圣诞节来临之前，需要赴海上风电厂工作。对父亲依依不舍的女儿，希望父亲能够将信寄给住在遥远北极的圣诞老人。

在海上工作休息之际，父亲看到了女儿的信。于是，他决定把信交给海上驶过的邮递船。

他乘坐一艘小型充气橡皮艇飞驰而去，不幸的是这艘小船抛锚了，一头鲸鱼跃入空中，父亲被打入海里。

在海滩醒来后，他握着湿透的信，下定决心将信亲自送去北极的圣诞老人家中。

穿山越岭，这位父亲完成了一场史诗般的危险旅程。终于，在圣诞夜之际，将信送到了北极圣诞老人家中。

但是，他到时才发现，圣诞老人不在家，父亲满脸失望和无奈。

就在希望破灭之际，一辆可口可乐圣诞卡车将这位父亲带回了家。

司机将信件给了父亲，父亲打开信件才发现女儿的愿望是希望他能在圣诞节平安回家团聚。

原来这位司机正是圣诞老人，他帮小女孩实现了圣诞愿望。

画面中出现的可口可乐圣诞卡车已经成为可口可乐独一无二的节日标志了，自1995年开始的可口可乐圣诞卡车是其推出的最成功的营销活动之一。

每一年，这辆可口可乐卡车将进行丰富多彩的卡车巡演，醒目的红色车体上挂着明亮彩灯，超大卡车会在英国各城市的大街小巷巡游整整一个月，邀请人们与可口可乐圣诞老人合照，并且还会分发免费可乐。

但由于疫情的影响，今年的卡车巡演也将搁置。并且，今年的主题也发生了变化---倡导回家、团聚与陪伴。可以从新的slogan窥得一二：“This Christmas,give something only you can give”（给在乎的人独一无二的）。通过温情的小故事，可口可乐讲述了节日团聚的真谛。

正如可口可乐英国营销负责人所说“这支广告体现了圣诞节真正的魅力，我们更感激我们爱的人、社区精神，以及这个圣诞节我们对彼此陪伴的需求。”全片只字未提疫情，却让人能感受到亲情、团结、友爱的力量。

其实，做好一支优秀的广告不容易，做好一系列优秀广告不容易，做好100年系列优秀广告更不容易。可口可乐坚持做100年圣诞系列广告，之所以屡次成功，离不开对消费者的洞察和品牌营销形象的打造。

从消费者角度来看，由于广告带有营销属性，因此其对广告带有天生的抵触情绪，如何能把握消费者感官体验、缓解消费者抵触情绪，是广告能否产生有效的传播效果的关键点。与此同时，各家品牌如果能把广告做到让消费者情感上满足、行动上买单，就能赢得口碑、营收双丰收。

从传播者角度来看，可口可乐将圣诞广告做成了一种颇具仪式感、温情感的系列主题影片。首先，从形式上，将圣诞节系列广告做成了节日主题广告片，仿佛和消费者做好了约定一般，一年一度如期赴约。

其次，从内容上，温馨的故事结局、巧妙的广告剧情、精美的画面呈现等等都使得消费者在观感上得到了最大程度的满足。由此，消费者不仅不会产生抵触，反而产生一年一度的期待、甚至成为一种颇有仪式感的观影习惯。

**广告文案篇9**

1. 爽!帅!意大利摩登服装

2. 从容地来,潇洒地去!意大利摩登服装

3. 摩登精品,全新感受,身份象征!意大利摩登服装

4. 翩翩风度,尽展意大利豪情!意大利摩登服装

5. 潇洒随意,风格独特!登雅牌西装

6. 弘扬男士精品,一展男士风采!皮尔•卡丹牌服装

7. 皮尔•卡丹在这儿!皮尔•卡丹牌服装

8. 不论您长得怎样,“Lands‘End“游泳衣总能让您称心如意,体形完美无缺.Lands‘End游泳衣

9. 忆往昔,服装设计千余种;看今朝,又有新品正风雅!风雅牌服装

10. 昂首阔步,可隆服装!可隆牌服装

11. 爱,就是奉献!佐丹奴服装系列

12. 百变姿彩------雅迪氏!雅迪氏牌时装

13. 一切事情从头到脚都应协调一致,Weebok牌服装和皮鞋就做到这一点.Weebok牌服装

14. 望眼欲“穿“,爱建服装!爱建牌服装

15. “飞鹰”在哪里翱翔，你就应紧随到哪里。飞鹰服装公司

16. 个性风格的典范。飞鹰服装公司

17. 三九严寒无法阻挡,身着金照,寒冷全消!金照牌冬装

18. 皇后一展飘逸、柔软、华丽的风姿!皇后牌服装

19. 雄威三重保温，更暧，更柔......雄威制衣厂

20. 显眼的曲线,惹人的色泽.青春服装

21. 时髦的款式,最好的用料.青春服装

22. 滚动的彩虹,风采的展现!彩虹牌时装

**广告文案篇10**

一、市场分析

企业在市场营销环境中的宏观制约因素(1)企业目标市场所处区域的宏观经济形势中国宏观经济形势的基本判定是：经济增长率将继续回落，但仍将保持平稳较快发展。得出该基本判定的主要理由有四：第一，严重的全球性金融危机造成国际经济环境恶化对我国构成较大的周期性调整压力;第二，从经济攒期和经济三大构成来讲，经济存在继续下滑的可能;第三，从经济长期增长潜力看，经济大幅度下滑的可能性不大;第四，政府加大宏观调控力度，保经济增长。市场的政治、法律背景20年，美国金融危机不仅逐渐向全球扩散，而且不断冲击实体经济，全球经济增长前景严重低迷，石油需求增长显著放缓，持续多年的全球石油供求脆弱平衡状态有望得到缓解。国际油价已经出现了大幅回调，我国对成品油价格的控制得到了加强。油价降低对整个汽车行业都有好处，将有助于汽车使用成本下降，汽车行业整体往上走。

二、凯美瑞简介

作为广州丰田投产的第一款车型，凯美瑞是全球累计销量已破1000万辆的全新换代的第六代丰田CAMRY，按照“创造中高级轿车全球新标准”的目标开发而成。其特点是，整车外型在“Dynamic yet majestic(动感而不失尊贵)”的开发理念下，展现出焕然一新的面貌，尊贵与进取之气浑然天成。车内空间集开扬的空间、优雅的设计与人性化的尖端科技于一体，创造出赏心悦目的驾乘环境。优异的舒适性

加上出众的安全性能，使得驾乘凯美瑞成为一种真正的放松和享受。正是这些特点的集大成于一身，确立了凯美瑞的中高级轿车全球新标准地位。

三、消费者分析

1、消费者的总体消费态势中国消费者在购车时除了注意轿车排量外，还十分注意车辆大小和配置，中高档轿车也在不断朝着“大而全”的方向发展，因为世界顶级名车，如奔驰宝马在外形上很大，使人们很容易将大和豪华、气派联系在一起，从而联想到车主尊贵的身份。丰富的配置也是中国消费者关注的，往往几项小配置的增加能在消费者心中上一个档次。

2、现有消费者分析

年轻、30-45岁年龄区间的成功人士凯美瑞瞄准的是一个中高档车市场，不同的车型有不同的客户群体，在此基础上，凯美瑞定位是一种中级车里面的主流车型。因此，它把消费群体定位在30-45岁年龄区间的成功人士上。而且凯美瑞动感而尊贵的外观、开扬宽敞的车内空间、轻松舒适的驾乘感受和卓越的安全性能正是年轻成功人士所追求的。

四、广告策划

1、广告的目标

提高产品知名度，继续强化其品牌在人们心目中的地位，使其品牌在中国家喻户晓，在目标生产者心目中的认知度达到90%以上。

2、目标市场策略

通过对市场、生产者以及竞争对手的分析，根据生产者的年龄、教育、收入、地区散布、购买动机和购买行为特征，我把甲壳虫的目标市场定位为事业有成，进取心强的高收入人群所构成的市场，这部分人群生活稳定，希望在成功基础上再次超越，体现并提升自我价值成为这部分人群所追求。它们追求时尚，个性张扬、

3、广告定位：凯美瑞――动感、尊贵、舒适、环保

凯美瑞的在其全面的配置和外观上突出了它的动感性和尊贵风格。在其开扬宽敞的车内空间、轻松舒适的驾乘感受和卓越的安全性能上则体现了它的舒适性。混动版凯美瑞车对城市拥堵路况有天生的适应力，在低速行驶的时候，它一般会启用电池能量，能更有效地利用燃烧汽油所产生的能量，因而有突出了它的环保性。在这个丰富多彩，科技发达的时代，追求动感无疑是那些年轻人所追求的，而尊贵则体现出成功人士的地位。舒适更是消费者一直以来的生活追求。对于环保方面，更是每个国家提倡的，符合新时代新能源发展的要求。

4、广告诉求策略

凯美瑞的诉求对象为年轻30-45岁年龄区间的成功人士。强调其动感而尊贵的外观、开扬宽敞的车内空间、轻松舒适的驾乘感受和卓越的安全性能正是年轻成功人士所追求的。

5、广告表现策略

凯美瑞动感、尊贵、舒适、环保给你带来无限机遇

要提升个人魅力就买凯美瑞

6、广告媒介策略

以网络广告为主，这类生产者一般比较关注网络。而且，网络上投放广告比电视广告要便宜，取得赌效益更加突出。

五，广告打算

1、广告时间

开始时间：20年10月1日，国庆开始可以做个促销活动，把广告打得更响。活动结束时间：20年1月4日

2、广告的目标市场

北京、上海、广州、深圳、浙江的事业有成，进取心强的高收入人群为主。年龄在25到40岁之间，在大中城市定居，月收入1、5到3万元，受过大专以上教育，一般为高级主管及私营企业主管。

3、广告发布打算

广告发布的媒介

a、以网络广告为主，这类生产者一般比较关注网络。而且，网络上投放广告比电视广告要便宜。取得的效益更加突出。

b、在各大报纸《上海日报》《深圳日报》《北京日报》《广州日报》《浙江日报》的汽车周刊中，刊登广告。

c、在《汽车杂志》上刊登一整篇的关于凯美瑞性能、外观、价格以及凯美瑞相关于其他车种优势的文章。杂志广告全部放在封二，采用16开正面广告。

d、在娱乐杂志、精英杂志等高级白领可以看到的杂志上投放广告。

2、各媒介的广告规格网络：制作广告视频，在新浪，淘宝，中关村等网页上定制页面广告。

报纸：5.1至5.7在汽车周刊中发布一整版的广告。接上去减小为1/2D版面。

杂志：《汽车杂志》上采用16开的版面。其余杂志可以放在杂志的最后一面，也可以放在封二，采用16K正面广告。

**广告文案篇11**

标题：放心――沃尔沃汽车已来到中国

正文：满载生机勃勃的荣誉，携带近70年的安全设计史，今天VOLVO汽已来到中国，以其珍惜生命便是财富，热爱生活、勇于挑战的豪气，准备驶进您的生活。这是一部令您放心的车，入乡随俗，特别针对中国道路行驶需要而制造。它不仅安全可靠、性能卓越，更巧妙地将安全性能与汽车动力完美结合，助您在人生路上，安心驰聘。VOLVO汽车的外观大方，车厢内部更是宽敞典雅，令人倍感安全舒适。无论在什么场合当中，它都倍受瞩目。安稳轻松地为您增添风采I每一部驶入中国大地的VOLVO汽车，都将享有瑞典VOLVO汽车公司所建立的完善维修网络为您提供原厂零配件与高质量的售后服务。现在，尽可以放心了! 帕拉丁平面广告文案

广告语：超越未来

标题：纵情广阔天地 驾驭自由梦想

正文：

无论喧嚣城市还是狂放山野

PALADIN一样从容疾驰

抛开身畔追随和羡慕的视野

任体内对自由的渴望

在驰骋中尽情宣泄

一往直前的不羁梦想

凝聚成内心澎湃的动力之源

开辟前方无限可能

纵横天地任由激情洋溢

随文：略

**广告文案篇12**

1. 公安局广告:因为我存在所以我悲哀,因为我消失所以我幸福!

2. 服装店广告:你出钱我出血,你高兴我跳水!

3. 理发师收徒广告:想试试让所有来找你的人都对你低头哈腰的感觉吗?

4. 电脑专卖店广告:拥有我,你将不再是出土文物!

5. 饭店广告:民以食为天,我们以顾客为本,顾客是我们的上帝!oh!my god!

6. 红灯区广告:我们是 妓者,欢迎来搞!

7. 七度空间卫生巾七度空间少女列卫生巾，我的舒服我来定

8. 玉兰油惊喜从肌肤开始

9. 诺基亚科技以人为本这个最经典，好像没用了

10. 摩托罗拉hello，moto让人印象深刻

11. 安尔乐卫生巾安尔乐的保护体贴又周到

12. 脑白金今年过节不收礼，收礼只收脑白多脑白金广告尽管垃圾，但这个广告词还算经典，几乎所有看

13. 电视的人都知道

14. 中国联通引领通信未来

15. 美特斯邦威不走寻常路，美特斯邦威

16. 李宁一切皆有可能

17. 可口可乐永远的可口可乐，独一无二发味道

18. 肯德基有了肯德基，生活好滋味

19. 中国移动沟通不处不在

20. 飞亚达一旦拥有，别无所求

21. 康师傅好吃看得见

22. 新飞冰箱新飞广告做得，不如新飞冰箱好

23. 奥妮洗发水黑头发，中国货

**广告文案篇13**

1. 您没想到的,我们都为您想到了! 品一品食品总汇

2. 喜来登以丰富的经验展示中国风情面貌中国喜来登饭店集团

3. 你的第二个家友谊饭店

4. 绵绵德信意,滴滴见温情! 德庆婚庆服务

5. 友谊之火永不熄灭友谊饭店

6. 不要让今天的疲劳留到明天,请注入一剂辛辣良方! 延吉咖哩饭店

7. 纯正口味,异域情调,美式服务,全新感受,所付甚少,回味悠长! 加州牛肉面店

8. 在凉快的冷气室吃一碗热腾腾的兰州拉面,是人生一大享受! 兰州拉面店

9. 元芳火锅,四季享用! 元芳火锅店

10. 南洋西餐歌舞厅,夏日浓情新风采! 西餐歌舞厅

11. 香港名师主灶,正宗潮州风味! 北京潮州菜馆

12. 我们的厨师知道你的口味。印第安那克兰特餐馆

**广告文案篇14**

1. 红星御酒-----红星御酒，融进你我真情

2. 杜康酒-----何以解忧，唯有杜康

3. 酒道酒-----天下酒道，品质是金

4. 古越龙山绍兴酒-----数风流人物，品古越龙山

5. 乌毡帽黄酒-----美酒乌毡帽，爽口盖了帽

6. 贵州醇-----好山好水出好酒，金装银装贵州醇

7. 古井贡酒-----高朋满座喜相逢，酒逢知己古井贡

8. 十八掌酒——中国功夫，十八掌酒

9. 衡水老白干——衡水老白干，喝出男人味

10. 小刀酒——喝小刀，成大气

11. 从台酒——这酒有来头，从台酒

12. 板城烧锅酒——可以喝一点，板城烧锅酒

13. 刘伶醉酒——刘伶醉酒，刘伶醉

14. 御河春酒——御河好酒，御河春

15. 翼衡酒坊——前途无量，冀衡酒坊

16. 董仲舒酒——汉朝国酒，董仲舒酒

17. 亭台酒——故乡明月，亭台酒

18. 宠牌酒——天下大爱，宠牌酒

19. 诗画酒——中国风景，诗画酒

20. 聊仙酒——QQ爱，聊仙酒

**广告文案篇15**

第一则

如果你问我，这世界上最重要的一部车是什么?那绝不是你在路上能看到的。

30年前，我5岁，那一夜，我发高烧，村里没有医院。爸爸背着我，走过山，越过水，从村里到医院。爸爸的汗水，湿遍了整个肩膀。我觉得，这世界上最重要的一部车是――爸爸的肩膀。

今天，我买了一部车，我第一个想说的是： “阿爸，我载你来走走，好吗?”

广告语：中华汽车，永远向爸爸的肩膀看齐。

第二则

印象中，爸爸的车子很多，大概七八十部吧。我爸爸没什么钱，他常说：“买不起真车，只好买假的。我这辈子只能玩这种车罗!”

经过多年努力，我告诉爸爸，从今天起，我们玩真的。爸爸看到车后，还是一样东摸摸、西摸摸，他居然对我说：“我这辈子只能玩假，你却买真的\"!”

爸，你养我这么多年不是假的，我一直想给你最真的。 广告语：中华汽车，真情上路。

凯迪拉克汽车

标题：出人头地的代价

正文：在人类活动的每一个领域，得到第一的人必须长期生活在世人公正无私的裁判之中。无论是一个人还是一种产品，当它被授予了先进称号之后，赶超和妒忌便会接踵而至。在艺术界、文学界、音乐界和工业界，酬劳和惩罚总是相同的。酬劳就是得到公认，而惩罚则是遭到反对和疯狂的诋毁。……这一切都没有什么新鲜，如同世界和人类的感情――嫉妒、恐惧、贪婪、野心以及赶超的欲望一样，历来就是如此，一切都徒劳无益。如果杰出人物确实有其先进之处，他终究是一个杰出者。杰出的诗人、著名的画家、优秀工作者，每个人都会遭到攻击，但每个人最终也会拥有荣誉。不论反对的叫喊如何喧嚣，美好的或伟大的，总会流传于世，该存在的总是存在。

千里马

题目：千里马2：心有多野，未来就有多远。

正文：

梦想激涌，每个成就都是起点

雷霆动力，纵情千里

勇者，从不满足现状；智者，尤擅提升自我。

风不息，浪不止，追求永不停步，

千里马，一路勇往直前，就如您一样，为了更远大的前景不断超越自我， 新一代千里马2，内外兼修，安全、美观、实用三者兼顾，全面进化，

更高品质，为了您的更高梦想.

千里马2，心有多野，未来就有多远。海，有我的视野，没有我的速度； 风，有我的速度，没有我的内涵；

山，有我的内涵，没有我的梦想；疾风独领，态度决定速度 追风的，被风带走；

领风的，带着风走

别克

题目：心静，思远，志在千里；有空间，就有可能.

正文：

登顶的那一刻，眼前群山起伏，心里却平静如水。

成功，只是一个逗号，

最高的那座山，永远都在心中。

正如您沉稳而不失激情，成功而不忘超越，

别克，也在不断赋予成功以新的内涵，

从单一轿车品牌

跃升为汇聚君威、凯越、别克陆上公务舱、赛欧

等子品牌的别克母品牌

与您一起，开辟一个又一个里程碑

君威Regal：心致，行随，动静合一；雄罗万象，波澜不惊；

别克凯越Execelle：全情全力，志在进取

1）一个时代的主导力量，并非高高在上――时代中坚者，于脚踏实地中卓显实力。“全情全力，志在进取”是他们共同的语言：事业全力以赴，生活全情投入；更凭借领先优势，远见规划未来！――如别克凯越，继承别克品牌品质精髓，以前瞻性标准融汇当代汽车科技，带来更高效动力，更舒适驾乘感受，更可信赖的周全保护，从而赢在起点，领先长远！别克凯越，天生风格沉稳而实力卓著，正可与时代中坚者并驾齐驱，前途无可限量！

2）还在寻找更广阔的个人空间？

凯越，为时代中坚者首创“双H”超高效和谐延展空间.

革命化的仪表盘连贯车门水平主轴（Horizontal），配合双暖色一体化内饰（Harmony）。�Z身其中，清晰感受空间延展，全局一手掌握。更汇聚高效空间规划，呈现自在驾乘感受――2.6米轴距座舱设�Z16处储物空间，兼顾繁忙公务与私密生活，全套智能电控系统，以简易化操控达成更高效率。凯越，助全情全力，志在进取之时代中坚者主导效率空间，放怀广阔未来！

3）凯越科技，全方位呈现“动态舒适”驾乘科技，创领全员“动态舒适”驾乘新时代

独有的Twin-Tec引擎，Step-gate精确排档与Twin-link悬架一体联动，生成动态舒适感应，各类驰骋乐趣全员同步体验；全封闭承载式车身，配合前后排超高效空间，将全员保护与全员自由合二为一；更以豪华配

备确立同级车领导地位，事业生活愈加得心应手！这就是凯越，助全情全力，志在进取之时代中坚者携手共进，成功指日可待！

GL8陆上公务舱：商旅新境界

2024款别克GL8陆上公务舱，全面引领商务旅程高标准，更专为阁下提前抵达。外在典雅华贵，从容出席一应公商务及私用场合，卓显实力进而事半功倍！全线领先同级车，配备3.0V6引擎，智能双层电动天窗及倒车雷达，于顺畅宁静间一路领先；至多8人座的宽敞空间，选配10碟3屏DVD影音系统，舒适体贴更显耀尊荣。诚邀阁下提前入主，直达事业更高境界！

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！