

有趣, 快乐  
目的: 树立品牌形象, 推销产品

人群: 儿童期和年轻人

visual: 饱和度, 鲜艳的色 → 视觉冲击,  
友好, 快乐的气氛

巧克力饼干特写 → 美味 食欲

界限: 漫画

饼干卡通 → 友好可爱 动作

text: 分量高, 品质高  
内含 24包 → 量大

+30% → 美味

浓浓+巧克力背景

以活 → “趣” 好吃/有趣

✂

2 4 4  
10 + 10 + 5 - 0, 2, 3  
2 4 4

龄社会,年轻人压力日渐增大。这种压力也逐渐影响儿童。为了让他们的生活有趣,趣多多推出了香脆曲奇的产品。通过展示产品的内容,并建立友好有趣的气氛,借此广告有效树立其幽默风趣的品牌形象,并有效推销此产品。~~此广告也~~

作者首先通过文本来体现产品的质量。通过数据,广告从理性角度展示产品,激发购买欲望。“超值分享装,内含24包”。“24包”体现了净含量,呼应“超值”,让读者直观地感受到产品分量。同时,“多加30%巧克力味豆”,让读者了解巧克力的添加量更多,味道自然更好。这与“更浓郁”呼应,调动读者通感,从味觉上刺激购买欲望。作者也进一步通过卡通人的台词补充产品信息。“0反式脂肪”体现了产品的健康,回应现代人注重食品健康的语境。作者也写道“我趣!原来我这么好吃的啊!”“我趣”是现代流行语的谐音。流行语的使用增强了年轻人的亲切感,拉近品牌与目标买家的心理距离。不仅如此,“趣”也连接了品牌“趣多多”,加强读者记忆的同时,更强调了品牌“有趣,乐趣”的形象特征。“原来”更是展示了产品的美味,体现了一种惊喜感。综上,作者通过文字,利用数据,情感和味觉刺激,和流行语,树立了幽默的品牌形象,激发读者购买欲望。

除了文字,作者也利用图像与卡通来直观表现产品。~~通过对产~~作者包含了对曲奇饼干直接的特写。被咬了一口的设定,展示了饼干内部也有巧克力豆。这说明饼干不仅不是那种只有光鲜的外表,也有巨量的内容物。这有效激发了读者吃的食欲。不仅如此,作者也利用卡通人物的塑造树立自身形象。卡通人胖胖的身体比例十分可爱,有效吸引儿童。~~卡通人的帽子~~“趣多多”的品牌图标的爆炸形状更是增加了视觉冲击力,

红色的感叹号更加强了这一点，同时也有效提升了情感的表~~现~~现力，使图标更“有趣”。所以，作者利用图象与卡通，不仅有效吸引了儿童的买家，更是营造了品牌的风趣形象。

作者利用排版将文字与图片相结合，进一步增加表现力。通过视觉动线，作者将产品特写与品牌图标置于中心，并聚焦读者视线。通过卡通人的目光从三个不同角度，~~并~~投向中心，加强了聚焦效果。这令读者首先从产品的直观图象获取信息，调动感官，再了解产品信息。这种顺序符合大众的认知规律，有效激发购买欲望。

综上，作者通过图文结合的方式，有效构建了风趣的品牌形象，吸引了儿童和年轻人的购买冲动。