



一、文体简介

广告有广义和狭义之分,狭义的广告是市场营销的行为,具有经济目的,通过媒体向受众推销产品和服务,以促成购买行为。广义的广告即“广而告之”,凡是为了促进交流、达成沟通的广告传播活动,无论是否具有盈利目的,只要具备广告的特征,都可称为广告。例如常见的公益广告,以及西方民主国家的政治选举广告等。每则广告均由信息和传播信息的媒介构成。同时,广告只是全部营销环节的一环,此外还包括宣传、公关、推销等。

广告因其使用的媒体不同而形式各异,常见的广告类型有户外的平面广告,多以图片和少量文字为主。广播和电视上的广告需要准备脚本,而如今流行于社交媒体端的广告除了以视频方式出现外,多以软文的形式被阅读甚至转发。这样的广告形式因其涉及情感、文化等多种元素而富有阅读吸引力,但同时也因频繁推送而被网民所诟病。



二、例题

(一) 软文

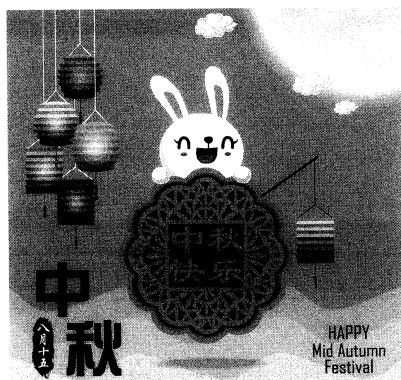
香港卓越饼家：中秋新品让您的思念更加香甜



“良夜清秋半,空庭皓月圆”,转眼间,一年一度的中秋佳节又快到了。人们在团圆之夜赏月的同时总要配以月饼食用,这也让月饼成为中国众多糕饼中最为重要的一种类型。关于月饼的味道,每个人都有心仪的一款,而它们都包含着思念的滋味。

时至今日,月饼已不再只是一种美味的食物,还成为了一种文化符号和情感寄托之物。香港卓越饼家——香港岛内最早的制饼世家之一,

希望把所有的情感都融入这一件小小的糕饼中，让每一件糕饼都蕴含满心意，让品尝者能够感受到香港卓越饼家的诚意。



“云消尘敛半秋天，星斗分明月正圆”，抬头仰望明月，是人们每到中秋佳节寄托相思的方式。时至今日仍然如此。今年中秋，香港卓越饼家特别为您送上月兔包装版咸蛋黄月饼！可爱的月兔提着灯笼仰望头顶上的明月，充分体现了中秋寄相思于明月的传统方式，同

时也将节日喜庆的一面表现了出来。

中秋之夜，你是否同我一样，正举目仰望那轮明月呢？那个寄托了相思的圆月，正如香港卓越饼家的月饼。与此同时，有着可爱月兔包装的咸蛋黄月饼，味道也非常出众！精挑细选的咸蛋黄，入口绵软香滑，口舌生津，配上软糯的饼皮，珠联璧合，呈现出一番尝后念念不忘的美味感觉。

另外，香港卓越饼家今年还隆重推出精品月饼，这就是荣获了2018年全国月饼大赛殊荣的大名鼎鼎的榴莲月饼！此款月饼由香港卓越饼家工作多年的制饼老师傅在东南亚亲选原材料，用心烘焙而成。此次得奖是对香港卓越饼家的制饼技艺之肯定，广受新老顾客们的好评。现在，只需要购买金秋月饼大礼盒，这大名鼎鼎的榴莲月饼就是你的了！

另外，另外，另外，即日起至中秋节当日，凡购买香港卓越饼家中任意一款月饼或糕饼的顾客，凭购买小票就可以参加抽奖，并有机会赢得价值超过港币31256元的锐意邮轮天马号45晚双人北半球邮轮假期礼券。



传统又时尚的香港卓越饼家，让中秋月饼成为您的绝佳伴手礼。带着这富有品位的中秋礼盒，带着一份浓浓的牵挂，这个中秋，用最有心意的方式，将您的思念之情充分地表达出来吧。到店消费，还有额外的惊喜和折扣等着您！

香港卓越饼家

文章改写自《澳门英记：让中秋思念的感觉更潮一些》
https://fashion.ifeng.com/a/20150820/40124623_0.shtml

引导题

分析作者如何结合传统文化和现代商业语境，从而达到宣传产品的目的。

评论示范

作为文化大国，中国自古以来都崇尚文化的传承和发展，即便是来到当今的科技时代，中国人对于传统文化的继承和追求也体现在生活的方方面面。例如，每逢中秋节，人人都会吃月饼和赏月，这是从古至今的传统。然而，在商业文化的影响下，如今的中秋节也抓住了商家创造营业额、举办大型促销活动的机会。在这篇香港卓越饼家的广告中，商家以“中秋新品让您的思念更加香甜”这样的传统概念为主题，宣传他们的月饼礼盒，从而达成商业目的。作为一个有宣传目的的植入性软文，该文本相较于传统意义上的广告有着鲜明的特点。与图片广告不同的是，本文通过抒情手法，呼应受众对于中秋传统文化的情怀，从而激发读者的购买欲。同时，作者通过结合传统文化和现代商业语境，如附加利益、品牌效应等常规广告手法来达到其宣传目的。

首先，作者通过广告标语和加入附加利益来吸引受众，从而将商品特色、传统文化和现代商业语境结合在一起。广告主题为“让您的思念更加香甜”，这立刻使读者将月饼的口味与在节日气氛产生的回忆及“思念”联系在一起。这种将商品与传统文化结合的方式，能够呼应读者关于中秋

开篇：考生从传统文化入手结合文本的商业属性，通过识别文本类型、目的等，提出分析重点，即如何结合文化和现代商业语境，从而达到宣传的目的。

要点一：考生从软文的标题入手，并结合文末的附加利益，形成第一个论点。

要点二：考生从文本的结构入手，引出标语和靠近结尾处的附加利益，从而很好地回应了传统文化语境与商业语境如何融合并达成宣传的效果。

考生识别出了文本中的诗词引用和图文结合的特点，联系到文化语境与商业语境，呈现出了具有中华特色的商品宣传手段。

要点三：考生能够关注到诗词的文化语境，为什么软文引用诗词就能够在中华文化的商业环境中吸引受众？这其中包含着广告的情感性特征。

团圆的情怀。同时，文章中使用“今年中秋”，显示出文本的时效性。另外，限定包装可爱、富有童趣和现代感的礼盒外观，更激发了受众的消费欲，突出文本的商业语境，符合广告的商品宣传本质。再来，作者用了颜色鲜艳、明亮度高的图片，使商品特色更加具像化，便于读者直观地认识商品。而在附加利益部分，作者运用口语化的语言拉近了与读者的距离，如“另外，另外，另外……”，轻松的语调为文本增加了可读性，并借此引出下文介绍的额外利益。“31256 元的锐意邮轮”的奖项表述具体且令人心动，以此吸引读者购买月饼并获得抽奖机会。这两点让我们看到文本试图通过使用符合现代商业语境中的“性价比”和促销节点等手段，有效地宣传自家月饼的价值，而附加利益则通过增加消费的合理性来打动读者，使商品有更大的诱惑力。

其次，作者通过引用诗词、添加图片、使用信息量丰富的语言塑造品牌形象，打造品牌效应，同时结合传统文化和商业语境来达到宣传目的。作者通过引用“良夜清秋半，空庭皓月圆”，使圆月高挂的优美意象得到了体现，而“云消尘敛半秋天，星斗分明月正圆”则将圆月与月饼相关联，同时，“抬头仰望明月，是人们每到中秋佳节寄托相思的方式”的表述呼应文章中多次提及的“情感寄托”与“浓浓的牵挂”，非常自然地引入传统文化来衬托软文的抒情氛围，进而有助于整体宣传效果的呈现。作者使用的图片和图片中描述性的语言着重于体现香港卓越饼家品牌自身传统、诚信和品质，为顾客提供了真实的信息，如图中的宣传标语“今秋月饼，全手工打造，出身不凡”，“手工打造”强调了月饼制作方法的传统特征和质量保证，“出身不凡”与背景中呈现的“2018 年全国月饼制作大赛金奖”结合，使读者对商品的品质有较高的认可度。这十分有效地塑造了香港卓越饼家的品牌形象，从而制造了一种品牌效应。这种常见的现代广告手法也体现了现代商业语境的特色，能够有效地传递信息并达到宣传目的。

最后，作者以软文的文体方式使广告呈现出故事性，在词语和句式的选择上着重于使读者产生共鸣，通过结合传统文化语境和现代商业语境，有效地达成宣传目的。如开头以“团圆之夜”作为切入点，使读者自然联

想到月饼这一传统食品。另外，作者把月饼称为“中国众多糕饼中最为重要的一种类型”，强调了中秋佳节的重要性，并借助人们对中秋传统习俗知识的了解，在富有中华特色的传统文化语境中突出了月饼在中秋不可或缺且具有代表性的地位。作者还把月饼描述为“文化符号和情感寄托之物”，更是加深读者对于月饼包含的文化价值的理解，引发读者共鸣。由于中秋是中华民族代代相传的传统节日，因此“情感寄托”和“情怀”便成为了文章的内核。作者甚至将此与月饼的制作过程相结合，从“把所有的情感都融入一件小小的糕饼中”“每一件糕饼都蕴含满满心意”和“香港卓越饼家的诚意”这些句子中可见一斑。这也结合了现代商业语境，使受众感受到品牌的用心和诚意，增加购买意愿。另外，文中也提及“制饼老师傅……亲选原材料”“技艺之肯定”和“广受新老顾客们的好评”，以此再次展现了品牌的可信度和商家对商品品质的保证。这充分传达了商品信息所具有的真实性和可靠性，从而获得读者的信赖，以激发其购物欲望。由此，作者有效地结合了传统文化和商业语境来吸引受众，从而达成宣传目的。

综上所述，作者通过广告标语、附加利益、品牌效应等现代商业技巧来引起读者对于传统文化的回忆与共鸣，从而达成宣传目的。文本可改善的地方在于如何更好地区分购买受众群体，从而更好地达成宣传目的。文化语境固然可成为宣传要点，但是它可能在年轻人中无法具有效力，而商业语境的处理方式却又贴近年轻顾客群体。因此，如果能够更好地作出区分，就会更有目的性，宣传效果会更好。

要点四：考生将笔墨集中在对重点词语和句式的分析中，进而阐述文本的语言特点。语言的使用反映了文化和商业语境，同时也是直接达成宣传效力的工具。

总结与引申：考生点明了这篇软文的有效性，并指出作者的欠缺之处。

综合点评

这篇针对广告软文的分析，能够紧扣引导题目中的关键词“传统文化语境”和“现代商业语境”，先从文章结构中显而易见的标题和附加利益活动着手，再从诗歌、图片以及相关语言信息的使用出发，最后集中笔墨对其他语言特点进行深入，较好回应了题目的要求，并且能够针对本广告中可改善的部分进行客观点评，有一定的组织性。

关于传统文化语境和现代商业语境这两个概念的理解，考生相对清晰明确，能够针对这两个概念的外延从文本中找到相应的证据，可谓是观察细致，思考也富有成效。传统文化语境结合的是文本中的诗词引用以及思念主题的设定，考生不仅能够找出这些特征，还能有效地使用广告分析的术语进行展开，揭示了它们在宣传中情感方面的吸引力。而现代商业语境下的广告策略显然更加现实，例如图片的引入、描述性的文字、附加利益活动等，能够看出现代商业语境下商家的考量及其对宣传的帮助。当然，难能可贵的是，考生不只看到广告中好的部分，还能够批判性地看到文章的不足之处。传统和商业的结合需要着重关注目标群体，如果单纯地将其结合却没有鲜明的目标群体，则会失去一定的效用，造成信息传达方面的失效。总而言之，考生能够细致全面地对所选文本进行分析已经符合考评的需求，质量不错。

(二) 图文广告

由于版权问题，查看全文请扫码二维码，
进入网络资源。



引导题

评论作者如何使用不同的语言技巧吸引受众。

评论示范

一直以来，厨房都在提供家庭饮食方面扮演着重要的角色，同时，它也成为了家庭中女性的“第二工作室”。如今，随着市场的不断开放、商品的不断发展，厨房的功能也在过去单一烹煮的基础上，逐渐加入了维系家庭凝聚力的元素。越来越多的家庭将厨房视为家庭成员沟通和交流情感的理想场所。另外，上班族女性也将下厨作为转换角色的契机，而越来越多的男性也通过学习下厨，来体现其家庭责任感。在这一市场背景下，厨房成为了厨电商家争夺的战场。本篇图文广告便来自厨房家电制造商之一的方太公司，旨在向消费者宣传自家厨房电器，目标受众为关注方太及类似厨电产品的消费者。本文将着重探究作者如何使用不同的语言技巧来吸引消费者，并达到宣传产品的效果。

首先，图文广告其中的一个语言技巧就是合理使用视觉语言，传达宣传理念和目的。该广告所使用的视觉语言在结构上进行了精心编排，使文本更具有吸引力。从整体看，主体图片占据整个版面的四分之三，而主人公又占据整个版面的主体位置，抓住了读者的眼球。厨具位于背景部分，与人物形成了一定的对比，让读者感受家庭氛围的同时，也关注到营造这一场景的主角——厨具。另外，作者选用了一张在厨房里做菜的夫妇合照作为整篇广告的主体，与常规的烘托气氛的图片不同，作者没有通过虚化

开篇：考生从厨房的功能展开，加入厨电的宣传目的，即如何在厨房中增加情感理念。

要点一：考生先从图文广告特别的版面安排出发，这是一种可视化的语言技巧。这种技巧使叙述逻辑清晰、主次分明，同时具有象征目的，重点突出产品理念中的“因爱伟大”，表现产品的浪漫情怀。

背景来突出主角，而是将厨房中的方太电器清晰呈现，如平底锅和抽油烟机，以具体产品的展现吸引读者，从而紧扣广告宣传的主旨。不仅如此，图片右下方出现的“手”暗示了场景之外的人物视角，在加强日常生活感与温馨感的同时，也让手拿传单的读者有了代入感。与此同时，在广告右侧，作者选用了便签形式，呈现市场调查的随机结果，内容包括基本信息、留言和拿手菜，这种呈现方式进一步加深了日常感。而右下角作者所设置的“方太”标识和二维码，尽管在整体构图上所占面积较少，但足以引起读者的注意，在达到宣传目的的同时，并不影响文本的故事性以及读者的观感。视觉语言的使用就是将图片中的各类人物和事物安放在不同的位置上，在叙事上产生一定的顺序和逻辑，让读者在阅读之后对广告所营造的家庭氛围充满向往和期待。

要点二：图片和内容的配合也是一种技巧。那么，应如何建立联系，表达怎样的含义，产生怎样的效果呢？考生对此一一作了说明。

另一方面，图文广告的语言技巧离不开图文内容的配合，这也对吸引受众起到重要的作用。在左侧的图片中，作者采用暖色调，烘托出一种幸福感与温馨感，而画面中，夫妇二人愉快交流的日常生活剪影、轻松自然的面部神态和肢体动作，与画面整体的暖色调相呼应，呈现出真实的家庭氛围，使有着相似体验的读者产生共鸣。图片中，妻子手捧的菜肴冒出热气，与文案中的“热气腾腾”相呼应，提升了照片的真实感与自然感。选择厨房作为图片背景，也能更好地突出方太公司的产品定位。另外，在照片的上方，作者使用标语——“生活就是小事上偶有不合，大事上不谋而合”来配合图片所营造的家庭氛围，产品所传达的理念在具像化的图文配合中逐渐呈现出来，方太厨具作为生活的“黏合剂”，加强了家庭的凝聚力。由此可见，图文内容的配合成为图文广告经常使用的语言技巧，具有一定的宣传效果。

要点三：考生从语言特点入手，分析广告中具有创意的文字信息，并阐述平实而温馨的广告语言能够使读者产生感同身受的心理。

最后，这则广告使用了平实而温馨的的语言，让读者感同身受，对产品所传达出的“爱”的理念有所感悟，达到宣传的目的。图片上方标语式的广告词“生活就是小事上偶有不合，大事上不谋而合”充满智慧，使读者产生“很有道理”的感觉。尽管平日里的小吵小闹是很多夫妻的常态，但在面临重要事件时的想法一致又能让夫妻站在一起。因此，广告词的使

用具有亲和力，能够将产品与家庭的日常生活联系起来，更好地打动消费者，尤其引起夫妻的共鸣。便签中利用类似真人笔记的字体，再次加强了文本的生活感，通过“小吵小闹的样子，才是过日子不是吗？”表达生活化的夫妻相处方式，将品牌形象与生活模式相联系，营造品牌的文化内涵，将方太的产品与温馨的家庭气氛相结合，赋予厨具情感色彩，以此打动消费者。另外，最下方提到的拿手菜，则呼应了厨房厨具的宣传主题。图片左上角的小字“致热气腾腾的一代”中，“热气腾腾”既能够指代生活的温暖和家庭的幸福，也能代表在使用厨具电器做饭时袅袅升腾的蒸汽，一语双关，很好地将生活和品牌定位相关联。右面便签的下方也配有“升腾你的生活，焕新你的厨房”的文字，与左上角小字呼应，提醒读者来购买方太厨具以“焕新”厨房，潜移默化中引起了读者的购买欲望。总之，平实而温馨的文字让这则广告无不表现产品的家庭定位，同时传达了产品与消费者的亲密距离，达到了一定的宣传效果。

总的来说，在现代社会，家庭是很多厨具公司宣传广告里的中心内容，作者通过对广告结构的创意性编排、图文的配合，以及生活化的语言文字来提升文本的故事性。将电器与家庭的温馨与温暖挂钩，在营造品牌文化内涵的同时，与读者建立情感上的共鸣，从而吸引受众，引起读者的消费兴趣，达到了较为成功的宣传效果。同时，我们也应该看到，对于不了解方太这一品牌的消费者而言，公司的理念“因爱伟大”应该占据更加凸显的位置，从而更具辨识度。而广告内容可以加强与此理念的契合度，特别增强厨电在图片中的辨识度和清晰度，从而呈现更好的效果。

综合点评

这篇评论较好地 will 图文广告所使用的语言技巧有条理地展示出来，分别从版面安排、图文配合以及文字信息几个角度进行分析，能够将产品所要表达的“因爱伟大”的主题与产品的功能结合起来，突出图片中的叙事重点——家庭温暖是如何跟产品的宣传重点结合起来的，细致地提供了例子，并详细展开，内容组织严密，语言分析到位，对图文广告的相关概念

总结与引申：考生总结了广告在传达理念的方式上使用了较为有效的语言手段，同时也不忘提出改进意见，使其达到更好的效果。

清晰明了。

当然，我们也不要忘记，无论是图文广告，还是杂志封面等，都会有专业的描述语言。这篇文章中用到了色调、版面编排、标语等，当然也可以试着谈谈图像中的象征作用，比如图片主人公的动作和神态象征，这能够成为一种隐喻，契合产品的理念，而这种语言技巧的使用是针对特定文体而产生的，也是产品宣传中必不可少的方法。广告直接宣传产品并不困难，难的是如何使品牌的理念深入人心，使受众一提到方太品牌就能够想到“因爱伟大”的理念，就像我们一看到耐克，就能够想到“just do it”这个标语，这就是一个深入人心的产品理念。



三、本章小结

无论是图文广告还是软文，都同属于广告这一文体，这一文体会较多地使用广告的通用技巧。不同的是，软文更强调文字语言背后的语境信息，而图文广告则更常用隐喻，通过图文配合来传达商品信息或者品牌理念。

无论分析哪一种类型的广告文体，都不要忘记广告的根本目的是宣传产品，广告创作者在使用文字和图片时，都应把产品的信息或者品牌的价值放在首位，针对不同的客户群体，不同的广告商会采用不同的媒体平台和语言技巧，并通过不同的信息传达策略来安排语言结构和版面结构等，让读者能够获得有效的信息，从而产生阅读的兴趣。不论是在商业语境还是文化语境中，广告的定位都要针对目标群体，而品牌理念的传达也要使用更为合理的语言技巧，这也能够让文本分析更具批判精神。

学习者档案