

Name: Vapaad Capricornous

Country: Hong Kong

Organization: 田家炳中學

Solution: 學生

再談廣告

話說筆者個多月前打過一篇文章，有關當時廣告喜歡以「深度極高」的專用名詞作為產物的賣點，而奶粉廣告就是當中的表表者。(詳見：奶粉廣告)

不知道是否廣告商看過了我那篇文章，公仔箱內的廣告竟然紛紛由「高檔」大學 **lecture** 轉型為「低檔」的洗腦 **Hard sell** 法。

什麼是洗腦 **Hard sell** 法?

聽過許哥哥的「尖尖尖.....知椅意儀驗」未?

聽過薛姐姐的「小老鼠.....小烏龜.....七~種食物營~養.....」未?

聽過什麼 **S** 的「切切切 x100」未?

聽過有人賣抗敏感藥會 **Rock** 出來了嗎? (仲 **Rock** 得超級難聽!!)

這種賣廣告的方法比起「高檔」大學 **lecture** 形的更有威力，主要因為歌聲這種感性的東西很容易會在人的心靈留下痕跡。人喜歡聽感性的東西多於理性的理論，不是嗎?

這樣，這首歌內含的 **message** 就更容易上心，更易被人所接納。教堂每天會響起陣陣聖詩的歌聲來鞏固信徒的信仰，原理其實一樣。

音樂本來是一種美妙的東西，現在卻被廣告商濫用了.....

Source:<http://hkblog.xanga.com/730146661/%e5%86%8d%e8%ab%87%e5%bb%a3%e5%91%8a/>

