

这篇谈谈如何写广告语？

最重要的，当然是多看。看看那些优秀的广告是怎么写的，它们在表达什么，拥有什么样的特质。然后我们谈几点广告语的要求：口语化、利益化、沟通化、独特化。还有一些具体的技巧。



这里只选一些流传多年的经典吧——

61.钻石恒久远，一颗永流传

62.人头马一开，好事自然来

63.万事皆可达，唯有情无价

64.世事无绝对，惟有真情趣

65.纸要Double A，万事都OK

66.中国移动通信卡，一边耕田一边打

为追求琅琅上口

也可以改一些名言、俗语使用看——

67.车到山前必有路，有路必有丰田车（丰田）

68.来者都是客（国航）

69.生活如此多娇（肯德基）

70.先天下之乐而乐（丽江花园）

71.心静，思远，志在千里（别克）

72.心到自然成（九牧王）

73.开门见中国（万科第五园）

74.心有中国一点通（万科第五园）

75.高处不胜寒，还好有《经济学人》读

76.不在乎天长地久，只在乎能打多久（和经电讯）

2、广告语的第二条要求，利益化。

清晰表达产品利益（你的产品有什么价值，带给用户什么好处），还有品牌理念。尤其重要的是，要让人知道、记住你是谁，所以，在广告语中嵌入品牌名也是一种艺术。

77.Think small（大众甲壳虫）

78.保护电器保护人（公牛插座）

79.一定吃到逗（趣多多）

80.打开真感受（珠江啤酒）

81.要来就来真的（维他柠檬茶）

- 82.回甘就像现泡 (茶里王)
- 83.陆上公务舱 (别克GL8)
- 84.陆上统治力 (宝马X5)
- 85.三棵树, 马上住 (三棵树漆)
- 86.好空调, 格力造
- 87.怕上火, 喝王老吉
- 88.要淘宝, 到易趣
- 89.送礼就送脑白金
- 90.孝敬爸妈脑白金
- 91.春节回家金六福
- 92.我有喜事金六福
- 93.送长辈, 黄金酒
- 94.看病人, 送初元
- 95.可能是世界上最好的啤酒 (嘉士伯)
- 96.清新爽洁不紧绷 (某洗面脸)
- 97.清新口气, 你我更亲近 (绿箭)
- 98.相见才叫亲 (绿箭)
- 99.关心牙齿, 更关心你 (益达)
- 100.头屑去无踪, 秀发更出众 (海飞丝)
- 101.我们是老二, 所以我们更努力 (艾维斯)

- 102.中国白酒第一坊（水井坊）
- 103.中国高尚生活元素（水井坊）
- 104.不是所有牛奶，都叫特仑苏
- 105.不是所有的吉普，都叫jeep
- 106.享受生活，享受每一刻/分享此刻，分享生活（柯达）
在广告语中嵌入品牌名是一种艺术——
- 107.Keep walking（johnney walker）
- 108.常来常熟（常熟）
- 109.好险，有南山（南山人寿）
- 110.马上，就好（马英九竞选）
- 111.多一度热爱（361度）
- 112.给我小心点（统一小心点拉面丸）
- 113.世界为你倾倒（青岛啤酒）
- 114.原来生活可以更美的（美的）
- 115.买保险就是买平安（平安保险）
- 116.地球是一块福田（福田公益）
- 117.懂天下事不如懂酒（董酒）
- 118.你的健康是天大的事情（天大药业）
- 119.工于致诚，行以致远（工行）
- 120.善建者行，善者建行（建行）

企业理念、品牌理念型广告语，通常都要求高大上，但一不小心就会写成假大空，怎么样把握这个度，又讲清楚你的价值观很重要——

121.旅行 (LV)

122.Joy is BMW (宝马-有容乃悦)

123.Go with Visa (VISA)

124.Think different (苹果)

125.Let' s color (多乐士)

126.Dirt is good (OMO奥妙)

127.Life is for share (T-mobile)

128.We share (中国人寿台湾)

129.想得到，做得到 (NEC)

130.知其道，用其妙 (西门子，英文为this is how)

131.精于心，简于形 (飞利浦)

132.不只贡献石油 (BP)

133.Our Energy is your Energy (道达尔)

134.Citi never sleeps (花旗银行)

135.The World Local Bank全球本土银行 (汇丰银行)

136.因您而变 (招商银行)

137.和世界一家、和世界一起红、一起向上 (招行信用卡)

138.专注您所关注 (招行金葵花理财)

- 139.助您家业常青 (招行私人银行)
- 140.不平凡的平凡大众 (台湾大众银行)
- 141.车之道, 唯大众 (大众-Das auto)
- 142.The best or nothing (奔驰)
- 143.Born to be appeal (奔驰-因魅力而生)
- 144.使命必达 (联邦快递)
- 145.我们爱物流 (UPS)
- 146.珍视所托, 一如亲递 (UPS)
- 147.未来, 你, 好 (友邦保险)
- 148.我们是老二, 所以我们更努力 (艾维斯)
- 149.珍视生活本质 (万科)
- 150.天地根, 人居本 (万科)
- 151.让建筑赞美生命 (万科)
- 152.智慧地球的解决之道 (IBM)
- 153.四海一家的解决之道 (IBM)
- 154.有健康才有将来 (纽崔莱)
- 155.科技以人为本 (NOKIA)
- 156.沟通从心开始 (移动)
- 157.真诚到永远 (海尔)
- 158.突破科技, 启迪未来 (奥迪)

159.领导时代，驾驭未来（奔驰）

160.比你更关心你（别克服务）

161.比女人更了解女人（雅芳）

162.让美更美丽（多芬）

3、广告语的第三条要求，沟通化

写出反映目标用户的个性或价值观

第一种类型：青春自我型“我们”的时代已经远去，“我”的时代正在来临。证明“我”的存在，强调“我”的存在，宣告“我”的存在，是这个时代的主流价值观

。广告，不过是社会观念的复制与模仿。于是那些喊着表现自我、彰显个性的广告语大行其道，而且以“我”为主体的广告语越来越多。多见于运动品、快消品、数码产品、服装等年轻人品牌。

163.我就喜欢（麦当劳）

164.淘我喜欢（淘宝）

165.Go forth向前闯（Levi's）

166.解扣真我（Levi's）

167.路，我主导（Levi's）

168.夜，我主导（Levi's）

169.瞰生活（万科城）

170.凌驾自由（Jeep）

171.豪气顿生（揽胜）

172.纵横于心（Jeep切诺基）

- 173.非我不型 (Jeep牧马人)
- 174.活出棱角 (JEEP)
- 175.活出敢性 (雀巢)
- 176.活得痛快 (轩尼诗)
- 177.我是凡客 (凡客)
- 178.我要怒放的生命 (凡客)
- 179.有春天,无所畏 (凡客)
- 180.尽管蹂躏 (凡客)
- 181.Live Fast (DIESEL)
- 182.BE STUPID (DIESEL)
- 183.We are animals (Wrangles)
- 184.爱噪音 (CONVERSE)
- 185.非正式行为 (CONVERSE)
- 186.你制造 (CONVERSE)
- 187.I am what I am (锐步)
- 188.What two are you (锐步)
- 189.创你型格 (PUMA)
- 190.坏到骨子里bad to the bone (哈雷)
- 191.生而狂野born to be wild (哈雷)
- 192.骑得猛,死得快ride hard die fast (哈雷)

193.要爽由自己 (可口可乐)

194.突破渴望 (百事)

195.透心凉, 心飞扬 (雪碧)

196.不准不开心 (嘉士伯)

197.我有话要说 (司迪麦口香糖)

198.不走寻常路 (美特斯邦威)

199.穿什么就是什么 (森马)

200.穿什么, 潮我看 (森马)

201.它抓得住我 (柯尼卡)

202.我的地盘听我的 (动感地带)

203.有能量, 无限量 (红牛)

204.I Can Play (匹克)

205.多一度热爱 (361)

206.无畏向上 (安踏)

207.让世界的不公平, 在你面前低头 (安踏)

208.让改变发生 (李宁)

209.一切皆有可能 (李宁)

210.撒开跑就快活 (李宁)

211.全橙全能 (李宁)

212.NIKE集锦——放胆做Just do it、把球给我、出来出来、时不我待 (My time

is Now)、赛真格的、打出荣誉、只要心够决、广州未赢够、广州用实力说话、你能比你快、做对手的死神、争分夺秒、要有长进就得天天练，踢就要踢得漂亮、冲、炼、战起来、练到赢、步步为赢、发现未知、赤足新生、发足狂跑、比赛第一、北京撒欢儿，你能比你快、爱你的身体、跑了就懂、只为更赞、篮球永不熄、跟熟悉做对 为好奇开道、不做下一个谁做第一个我。

213.ADIDAS集锦——没有不可能Impossible is nothing、无兄弟不篮球、给压力压力、够NBA够兄弟、十一为一、全倾全力all in

第二种类型：成功励志型成功学是这个时代的显学。汽车、酒类、地产这些所谓成功人士的必备品体现尤多。

214.我能（全球通）

215.Keep walking（尊尼获加）

216.Release Me（萨博）

217.跃级而立（雅阁）

218.成就明天（大众帕萨特）

219.先进近人（广本思域）

220.敢为天下先（凯迪拉克出人头地的代价）

221.向上人生路（宝来）

222.激扬人生路（宝马X3）

223.敢梦想，敢追寻（轩尼诗）

224.让思想更有力（THINK PAD）

225.驾驭世界向前（宝马7系）

226.创想改变未来（奥迪A6）

227.心是人生最大的战场（幻象玛雅咖啡）

228.通往成功的路总在施工中（尊尼获加）

229.愈曲折，愈见大风景（途观）

230.最高的那座山在哪里？在你的心里（凯迪拉克）

231.朋友给我鼓舞，我朝梦想迈进（尊尼获加）

4、广告语的第四条要求，独特化

广告的目的旨在打动人心，只有透过对生活的洞察，贴进人的生活形态，对生活中诸多事物提出自己独到的见解，这样的广告语也就具备了打动人心力量。或是重意境，够高远，提出立足生活而又高于生活的观念主张、人生哲学，让广告语引人关注与思考，获得长久的心灵感动与共鸣。

232.Think different（苹果）

233.越不繁，越不凡（三星）

234.想得到，做得到（NEC）

235.感动常在（佳能）

236.你好色彩（佳能IXUS）

237.为美而拍（佳能IXUS）

238.山高人为峰（红塔山）

239.停下来，享受美丽（美即面膜）

240.生活，从下班开始（芝华士）

241.回家，是给亲人最好的礼物（金六福）

242.食物会以你对待它的方式回报你（冰箱）

- 243.知识使你更有魅力 (中国时报)
- 244.学琴的孩子不会变坏 (功学社)
- 245.可怜的旧情人，看不到我的新内衣 (思薇尔玩美女人)
- 246.好东西要和朋友分享 (麦斯威尔)
- 247.生命就该浪费在美好的事物上 (统昂曼仕德咖啡)
- 248.世界上最重要的一部车，是爸爸的肩膀 (中华汽车)
- 249.世界上有一种专门拆散亲子关系的怪物，叫做“长大” (CHIMEI)
- 250.世界不过是一句话的距离 (全球通)
- 251.万事皆可达，唯有情无价 (万事达)
- 252.情定时，唯有金 (世界黄金协会)
- 253.不在乎天长地久，只在乎曾经拥有 (铁达时)
- 254.Time is love唯有时间。让爱。更了解爱。(铁达时)
- 255.世上仅此一件，今生与你结缘。(石头记)
- 256.为继往者开来，为开来者引领未来 (首酒)
- 257.65%的人买途锐不是用来越野的 (途锐)
- 258.风的呼啸。追随者的叹息 (凯迪拉克)
- 259.最高的那座山在哪里？在你的心里。(凯迪拉克)
- 260.最好的答案，不在熟悉的路上 (奥迪A6L)
- 261.何以掌控？放手；何以升华？沉淀；何以犒赏人生？再上征程 (奥迪)
- 262.100年可以改变山，但石头就是石头A hundred year can change the

mountain,but It' s still rock (哈雷)

263.The hardest job in the world is the best job in the world (强生)

264.It' s good to be a dad , It' s better to be a friend (Robinsons 'Pals'
英国果汁品牌)

265.瞰生活 (万科城)

266.竹叶青，平常心 (竹叶青茶叶)

267.传统的中国茶 神奇的东方树叶 (东方树味)

268.以诗歌和阳光佐茶 (饮冰室茶集)

269.茶给了时间味道 (统一祁门经茶)

270.时间给了男人味道 (衡水老白干，喝出男人味)

271.美好发现，从来不晚 (华夏干红)

272.一支好酒，来自天籁 (香格里拉藏秘)

273.天赋灵犀，地道好酒 (长城干红)

274.上海没有陌生人 (屋里厢)

275.温一壶月光下酒 (水井坊)

276.愈欣赏，愈懂欣赏 (轩尼诗)

277.世事无绝对，惟有真情趣 (轩尼诗)

278.活出骑士风范 (芝华士)

279.这就是芝华士人生 (芝华士)

280.谁是心玩家？ (马爹利)

- 281.自在，则无所不在（鹿牌）
- 282.人头马一开，好事自然来（人头马）
- 283.钻石恒久远，一颗永流传（戴比尔斯）
- 284.生命就该浪费在美好的事物上（统昂曼仕德咖啡）
- 285.不受拘束的灵魂（幻象玛雅咖啡）
- 286.我不在咖啡馆，就在去咖啡馆的路上
- 287.雅哈一下，品味浓缩的意大利（雅哈咖啡）
- 288.用一辈子的时间赶时间，雅哈一下（雅哈咖啡）
- 289.每一杯咖啡，都在等一个人（雅哈咖啡）
- 290.雨天，这个城市，仍有一个角落，是晴朗的。（711city café）
- 291.整个城市就是我的咖啡馆（711city café）
- 292.在我的无声世界里，听到宁静的声音。——美即面膜微电影《The Magic Moment》
- 293.再名贵的树，也比不上你记忆中的那一棵（万科）
- 294.冰箱里最甜的西瓜，也比不上水井里的那一颗（归去来）
- 295.有些旅行本身就是一个传奇（LV）
- 296.爱是最美的旅行（LV）
- 297.有时候，家只是一种感觉（LV）
- 298.旅行让我们面对自己（LV）
- 299.在每个故事中，都有一段美好的旅程（LV）

300.有些旅行无法言传 (LV)

301.有些旅程永远改变了人类 (LV)

302.每趟旅程都从非洲开始 (LV)

5、广告语的第五条要求

技巧一：反差对比型此类广告语，形式上追求对仗，前后两句的意思上寻找反差，从而造成某种思想感、深沉感。当然，用多了就会变成矫揉造作，多见于汽车。

303.想得到，做得到 (NEC) 304.知其道，用其妙 (西门子this is how)

305.精于心，简于形 (飞利浦)

306.越不繁，越不凡 (三星)

307.内在力，外在美 (相宜本草)

308.爱在此，乐在此 (香港旅游局)

309.心不羁，驰无际 (萨博)

310.心自驰，与谁同 (萨博)

311.建现在，见未来 (建行香港)

312.心风雅，行光华 (大众CC)

313.行有界，爱无疆 (宝马公益)

314.思迥异，做不同 (联想笔记本)

315.做自己 自己做 (台新银行imake信用卡)

316.未来就是现在 (安泰人寿)

317.The World Local Bank全球本土银行 (汇丰)

- 318.离你最近的远见（中海金沙湾）
 - 319.不平凡的平凡大众（台湾大众银行）
 - 320.不做下一个谁，做第一个我（NIKE）
 - 321.一直被模仿，从未被超越（意识形态）
 - 322.懂得萃取过去，才能创造未来（人头马）
 - 323.力量征服一切，你征服力量（奥迪）
 - 324.等级划分一切，你划分等级（奥迪）
 - 325.经典传承时间，经典颠覆时间（奔驰）
 - 326.经典是创新的定格，创新是经典的延续（奔驰）
 - 327.经典是对经典的继承，经典是对经典的背叛（奔驰）
 - 328.不在乎天长地久，只在乎曾经拥有（铁达时）
 - 329.不在乎天长地久，只在乎能打多久（台湾某电信）
 - 330.没有一定高度，不适合如此低调（万科兰乔圣菲）
 - 331.踩惯了红地毯，会梦见石板路（万科兰乔圣菲）
 - 332.没有CEO，只有邻居（万科兰乔圣菲）
 - 333.粗犷的气质，值得细细玩味（万科兰乔圣菲）
- 技巧二：押字对仗型此类广告语，前后半句各有一个或两个相同的字，这种技法用滥了已经，但也不乏佳作，还是多发于汽车，可能每个汽车广告都需要一个装逼犯。
- 334.未来，我来 335.未来，为我而来（雪佛兰）
 - 336.变，以驭万变（奥迪）

- 337.简，而未减 (iPad mini)
- 338.经典，起点 (奥迪)
- 339.发动，心动 (飘柔)
- 340.谙知，未知的方向 (奥迪)
- 341.让美更美丽 (多芬)
- 342.凡事不平凡 (诺基亚LUMIA)
- 343.专注您所关注 (招行金葵花)
- 344.简约而不简单 (利郎)
- 345.热爱你的热爱 (雪佛兰)
- 346.比你更关心你 (别克服务)
- 347.比女人更了解女人 (雅芳)
- 348.用心让明天更新 (黑松)
- 349.起步就与世界同步 (广本)
- 350.自在则无所不在 (鹿牌威士忌)
- 351.全家就是你家 (全家便利店)
- 352.神州行，我看行 (神州行)
- 353.有能量，无限量 (红牛)
- 354.每一天，为明天 (蒙牛)
- 355.每一天，新一天 (维达)
- 356.越不繁，越不凡 (三星)

- 357.想得到，做得到（NEC）
- 358.药材好，药才好（仲景牌六味地黄丸）
- 359.不知足，所以无不足（宝马X5）
- 360.愈欣赏，愈懂欣赏（轩尼诗）
- 361.愈曲折，愈见大风景（大众迈腾）
- 362.茶有益，茶有大益（大益普洱茶）
- 363.掀波澜，也能挽狂澜（雷克萨斯）
- 364.想象力，是你的超能力（雄狮文具）
- 365.精神好，做什么都好（白兰氏）
- 366.有精神，精彩每一天（白兰氏）
- 367.没有最好，只有更好（澳柯玛）
- 368.只融在口，不融在手（M&M）
- 369.不见身家，只见家（山外山地产）
- 370.放下地位，只谈品位（水井坊）
- 371.远离掌声，聆听心声（水井坊）
- 372.撇开酒量，只谈雅量（水井坊）
- 373.境界愈大，自视愈小（宝马）
- 374.眼见为山，心见非山（宝马）
- 375.舍去繁华，方得升华（宝马）
- 376.你的世界，从此无界（福特）

- 377.心中干邑，干邑中心（马爹利）
- 378.不同的酷，相同的裤（李维斯早年）
- 379.在线精彩，生活更精彩（腾讯）
- 380.前所未有的，因为之前所有（奔驰）
- 381.离开了家，就开始了回家（归去来）
- 382.身体听你的，世界都听你的（白兰氏）
- 383.心有多大，舞台就有多大（CCTV-2）
- 384.端起的是情份，也是身份（恒福茶业）
- 385.欣赏一种美，驾驭另一种美（奔驰）
- 386.一生领导潮流，难得随波逐流（万科兰乔圣菲）
- 387.无关乎道路，只关乎目标（宝马X5）
- 388.力量征服一切，你征服力量（奥迪）
- 389.等级划分一切，你划分等级（奥迪）
- 390.走向未来，更决定未来走向（奔驰）
- 391.有时放眼前行，有时放手远行（宝马5系旅行轿车）
- 392.用前所未有的世界观，观世界（某汽车）
- 393.看到时代左右的人，也在左右这个时代（别克）
- 394.生活的理想，就是为了理想而生活（房地产）
- 395.不在乎天长地久，只在乎曾经拥有（铁达时）
- 396.不在乎天长地久，只在乎能打多久（台湾某电信）

397.我们没有发明车轮，但我们发明了纯粹驾驶乐趣（宝马）

398.光华之中，意想之外（奔驰GLK）

399.不敛锋芒，尽显光芒（奔驰GLK300）

400.我希望你的美不仅来自内在，更有外在（太古汇）

401.总有那么一部车，革新自我，却影响着时代（雅阁）

402.总有那么一种进取，源自内心，却撼动外界（雅阁）

403.因为进取，所以进步，因为知心，所以创新，美的新思，跃动新姿（美的集团）

6、附赠一些英文广告语

404.Joy is BMW 405.Go with Visa

406.Enjoy Coca Cola

407.Das auto（VW）

408.Go beyond（陆虎）

409.Keep walking（尊尼获加）

410.Live young（依云）

411.Live Fast（DIESEL）

412.Be stupid（DIESEL）

413.Dirty Jobs（DIESEL）

414.We share（中国人寿台湾）

415.Start ahead（飘柔）

- 416.Let' s color (多乐士)
- 417.Think different (苹果)
- 418.Think small (大众甲壳虫)
- 419.Generation Next (百事新一代)
- 420.Connecting people (诺基亚)
- 421.Beyond petroleum (BP)
- 422.Make·Believe (SONY)
- 423.Dirt is good (OMO奥妙)
- 424.This is how (西门子)
- 425."How are you?" (Vodafone)
- 426.Life is good (LG)
- 427.Life is for share (T-mobile)
- 428.We are animals (Wrangles)
- 429.Just do it (NIKE)
- 430.Ideas for life (松下)
- 431.Open your mind (smart)
- 432.Sense and simplicity (飞利浦)
- 433.Ask for more (百事)
- 434.Yes , We Can (奥巴马竞选)
- 435.Sheer driving pleasure (宝马)

- 436.sheer driving pleasure纯粹驾驶乐趣
- 437.ultimate driving machine终极座驾
- 438.Impossie is nothing (ADIDAS)
- 439.Adidas is all in (ADIDAS)
- 440.Citi never sleeps (花旗银行)
- 441.Human after all (DIESEL)
- 442.For successful living (DIESEL)
- 443.Global warming ready (DIESEL)
- 444.The best or nothing (奔驰)
- 445.The World Local Bank (汇丰银行)
- 446.Our Energy is your Energy (道达尔)
- 447>Your Journey , Our Passion (普利斯通)
- 448.Uniquely Singapore (新加坡旅游局)
- 449.Endless Japan (日本旅游局)
- 450.Hello 加拿大
- 451.Self Made Man
- 452.From Kindle, Fire is born 知识薪火相传 kindle fire
- 453.wake up to life 雀巢
- 454."If it's on, it's in." — Radio Times, MCB
- 455.Live by it (哈雷)

456.The World Is In Play (索尼PS Vita)

457.Never Stop Playing (索尼PS Vita)

458.Long live play (索尼PS Vita)

459.Life is a game (索尼PS Vita)

460.We are champions! (休斯顿火箭)

461.Be Part Of Something BIG (休斯顿火箭)

462.Are You in (休斯顿火箭)

463.The start of some thing big (休斯顿火箭)

464.Let 's become BIG! Let 's be BIG! (休斯顿火箭)

465.It 's time! (休斯顿火箭)

466.Get Red! (休斯顿火箭)