

脉动广告词经典语录(精选8篇)

企业标语是企业对外宣传的窗口，能够吸引目标受众的注意力并引起他们的兴趣。企业标语的文字和设计应当相辅相成，通过配色、字体和排版等方式来增强品牌形象的一致性和辨识度。通过学习这些企业标语的设计，你可以提高自己的创意思维和表达能力。

脉动广告词经典语录篇一

广告，即广而告之之意。广告是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。本站小编带来了经典脉动广告词，欢迎阅读！

- 1、生活随时有状况。你，准备好了吗？脉动，补水溶维生素群，为你随时准备更佳状态。
- 2、喝一口脉动，让你随时脉动回来
- 3、随时随地，脉动回来。
- 4、关键时刻，随时脉动回来
- 5、关键时刻不在状态，脉动，富含多重维生素c让你随时脉动回来！

【脉动广告词】延伸阅读——品牌介绍

脉动也是一种碳酸饮料，其蓝色的包装以及多种口味深受广大青年人的青睐。脉动是很多朋友喜欢的饮品。

脉动由其广告slogan“行动你的脉动”可见，其针对的市场不可能是老年群体，也不可能是中年群体。其目标市场定位

在15-30岁左右的学生、年轻人、时尚运动爱好者、白领。而“脉动动茶”以冰红茶、绿茶与经典“脉动”互补，如果说，经典脉动是给爱好时尚而运动的男性群体设计，那“动茶”无疑更突出了休闲、安逸的女性气息。

“脉动”的价格在“康师傅”、“统一”之上。但也并不高出多少。以武汉市场为例，平均价格在4.5元左右，比“康师傅”、“统一”贵1.5元。之所以价格定位高于同类产品，第一是为了追求更多的企业利润；而更重要的是，从“康师傅”、“统一”饮料大战的战场中脱颖而出。

近年来，中国饮料市场瞬息万变，可口可乐、百事可乐、康师傅等饮料业巨头都在迅速抢占市场，而乐百氏集团旗下产品“脉动”功能饮料脱颖而出，成为饮料新贵。

脉动是一款“活力型”功能饮料，独有“矿维力”，含多种活性维他命和人体必需之矿物质成分，随时补充人体所需的水分和养分，时刻保持动力。近年，脉动根据其产品特色和市场定位，推出了电视广告：感觉不在状态？随时脉动回来！

该广告片讲述的是一位同学在图书馆自习，站立起来后身体却是倾斜的（表示该同学不在状态），这使他走路不平衡，闯了大祸，不小心将图书馆的书架全部撞翻。后来这位同学喝了脉动饮料，立刻神清气爽，恢复了良好状态。

初次欣赏这个广告片的时候，会有眼前一亮的感觉，觉得它与平常的饮料广告不同，并不像一些饮料广告，用乏味、大众化的唱歌跳舞和大量的旁白来诉说该产品有多么多么好，功能多么多么强大。该广告片的创意点在于，没有用多余的语言来修饰、形容，只用一个简单的倾斜方式，很好地表达出了主人公的身体与精神状态不佳，最后主人公喝了脉动，立刻恢复正常，变成直立，生动形象地说明脉动饮料能够使你随时补充体力，保持良好状态。从该广告的发生背景来看，脉动所针对的目标市场不是老年群体或者中年群体，其目标

市场定位是在15-30岁左右的学生或年轻人。

如今中国的饮料市场似乎已经呈饱和状态：碳酸饮料市场垄断严重，世界饮料巨头可口可乐、百事可乐旗下的众多产品已经把市场垄断地毫无进入的可能；茶类饮料市场竞争激烈，但也是由康师傅、统一、娃哈哈这三个集团瓜分了绝大部分市场；矿泉水市场进入的可能性很大，但制约性强，利润也不高；剩下的功能性饮料市场，似乎有力的竞争对手只有健力宝和红牛。而健力宝的定位更多的是专业运动员，红牛的针对性更强，是一款含酒精的功能性饮料，甚至含有一些不适合女生饮用的成分在内，因此在这一块市场上，脉动有很大的发展空间。而脉动也很眼光独到的选择了学生、白领等年轻人这一空白细分市场，据调查，我国15-30岁的青少年人口数量近4亿，一个毫无竞争对手的、拥有4亿人口需求的市场，有什么比这更好的呢？表面上脉动的卖点是一款维生素功能性饮料，但脉动走的是普通饮料的路线，首先它是一款饮料，然后才是维生素饮料，有些消费者甚至忘记了它的“功能”，只把它当作一款普通饮料来喝，所以脉动在这方面是比较成功的。现在的年轻消费者在消费快速消费品时，其心理需求大过于生理需求，他们多会选择与自己个性、生活能产生共鸣的卖点产品。

脉动独特的口味也大受年轻一族的追捧，乐百氏首先提出了“水分和维生素双补”的新思路，并进一步创造出“维生素饮料”的概念。在新概念的支持下诞生的脉动属于果味功能饮用水，它不同于一般的水，也不同于果汁，不仅可以随时为人体补充水分和身体必须的维生素，在口味上更具有淡淡的水果味，有种独特的爽口口感。脉动有橘子、青柠和西柚三种口味，其中橘子和青柠口味格外受欢迎。正是因为脉动既解渴，又拥有水饮料的特征，但比水更有味、更健康、更独特，才得到目标消费群的喜爱。

青年群体的消费特征之一是，一旦感觉良好，就会产生积极购买的情绪，从而做出迅速购买的决策。而脉动的包装策略

似乎就是为了迎合这一特征而产生的。脉动在包装上有很大的突破，其独特的宝塔状宝蓝色瓶体使它在货架上格外引人注目。脉动的包装风格是按罗马的建筑风格设计的，采用了国际流行的大瓶口径，迎合了年轻人自在、不拘小节的心理，瓶体色调以淡蓝色为主，在夏季给人以凉爽、沉静的感觉。此外，脉动瓶子的材质非常好，600毫升的大瓶硬度很高，整体包装看上去动感很强。其600毫升的大瓶体，也让消费者感觉非常实惠，深受年轻消费者喜爱。

新颖的创意与卖点，是脉动广告片引人注目的原因所在，而独特的市场定位、差异的外观与口味成为脉动成功的关键因素。脉动选择了一个新的细分市场，从各方面迎合了目标消费者的需要，体现了品牌价值，从而开拓功能饮料市场，在竞争激烈的饮料市场中取得主动。

1、一切皆有可能。——李宁牌系列运动服

——直击现代都市人的核心欲望，激人奋进。其寓意是：有李宁，哪里都是运动场；有李宁，怎么运动都时尚；有李宁，就能满足您的任何运动的欲望。

2、人类失去联想，世界将会怎样？——联想集团

——借联想对人类的积极作用，表达企业的地位和价值。问句的形式引人思考，触发联想，短句铿锵有力，容易记忆。

3、不走寻常路——美特斯·邦威广告词

——富有个性挑逗力的广告语，体现当代年轻人充满自信，追求自然，渴望个性独立的时代气息。

4、看成败，人生豪迈，不过是从头再来——cctv公益

——充满豪迈之情，体现不屈之意，突出表达了坚强、乐观、

积极进取的精神，具有很强的激励作用。

5、美的不只是商品，廉的绝对是价格。——美廉美连锁超市

——用“不只,,,绝对”突出表现了美廉美的从业信念：商品最美、服务最美、价格最廉。语义简短而又含蓄，耐人寻味。

6、《家庭中医药》：健康在这里等候，生命在这里延伸！

——“等候”运用拟人的修辞格，写出了《家庭中医药》对人们健康的贴心关怀，“延伸”又化抽象的“生命”为形象，写出了《家庭中医药》对人们延年益寿的功效。

7、《法制文萃报》：好人得好报！

——一语双关，既紧紧扣住了法制类报刊的内容，鼓励人们向善向美，远离罪恶，又宣传了报纸的高质量，劝人订“好”报。

8、《现代家庭》：一册在手，一生牵手。

脉动广告词经典语录篇二

1、脉动广告词

1、生活随时有状况。你，准备好了吗？脉动，补水溶维生素群，为你随时准备更佳状态。

2、喝一口脉动，让你随时脉动回来

3、随时随地，脉动回来。

4、关键时刻，随时脉动回来

5、关键时刻不在状态，脉动，富含多重维生素c让你随时脉动回来！

2、经典广告词

1、无线你的无限。

2、世界因为不同。

3、多一些润滑，少一些摩擦。

4、雅芳比女人更了解女人。

5、人头马一开，好事自然来。

6、李宁：把精彩留给自己。

7、如果你不来，广告明星就是他。

8、如果五指一样长，怎能满足用户不同需求？

9、小身材，大味道。

10、只要有梦想，凡事可成真。

11、如果你听了一课之后发现不喜欢这门课程，那你可以要求退回你的学费，但必须用法语说。

12、煮酒论英雄才子赢天下。

13、世界因你而广阔。

14、燕舞，燕舞，一曲歌来一片情。

15、享受黑夜中偷拍的快感！

3、经典广告词

让时间停在最美的地方——克丽提娜化妆品

只要我愿意，还有什么不可以——色彩地带化妆品

时间因我而存在——罗西尼手表

晴空万里，创写意天地——法国航空公司

自信，不是挂在自己嘴边，而是看在别人眼里——杰克丹尼斯啤酒

shift.....(超越) ——日产汽车

突破科技，启迪未来——奥迪

嘿，你到底在哪里——澳大利亚国家旅游广告

科技以人为本——诺基亚手机

引领全球速递——dhl全球速递公司

做想做的事，用心去生活——上海smg中心chonneyoung
电视台宣传语

goodtothelastdrop(滴滴香浓，意犹未尽) ——麦斯威尔咖啡

敢为天下先——美国通用凯迪拉克汽车中国广告语

越挑战，越精彩——keepworking(人头马黑酒) 全球广告语

为您生活添色彩——美国安利中国广告语

成长难免有创伤——邦迪创可贴广告

钻石恒久远，一颗永流传——djc广告语

中国网，宽天下——中国网通

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

脉动广告词经典语录篇三

1、生活随时有状况。

你，准备好了吗？脉动，补水溶维生素群，为你随时准备更佳状态。

2、喝一口脉动，让你随时脉动回来

3、随时随地，脉动回来。

4、关键时刻，随时脉动回来

5、关键时刻不在状态，脉动，富含多重维生素c[]让你随时脉

动回来!

脉动广告词经典语录篇四

1 生活随时有状况。你，准备好了吗?脉动，补水溶维生素群，为你随时准备更佳状态。

2 喝一口脉动，让你随时脉动回来

3 随时随地，脉动回来。

4 关键时刻，随时脉动回来

5 关键时刻不在状态，脉动，富含多重维生素c[]让你随时脉动回来!

“脉动”在前期市场推广时，曾投入大量资金，在cctv等媒体打出“运动、时尚、脉动、激情、篮球、轮滑”为关键字的广告。

用年轻的学生在街头篮球、在街头show轮滑技艺为内容，并配以动感十足的背景音乐，很容易捕捉到定位的群体。

脉动的电视广告，包括户外广告、电台广播，是先期占领市场、普及教育的重要环节。

而前期市场推广过后，消费者对“脉动”已有所了解，知道了它是继“红牛”等功能饮料后的、专门针对年轻人的补充体能饮料，脉动就开始了下一步动作，让“知道”变为“品牌忠诚”。

脉动也是一种碳酸饮料，其蓝色的包装以及多种口味深受广大青年人的青睐。脉动是很多朋友喜欢的饮品。

脉动由其广告slogan“行动你的脉动”可见，其针对的市场不可能是老年群体，也不可能是中年群体。

而“脉动动茶”以冰红茶、绿茶与经典“脉动”互补，如果说，经典脉动是给爱好时尚而运动的男性群体设计，那“动茶”无疑更突出了休闲、安逸的女性气息。

“脉动”的价格在“康师傅”、“统一”之上。但也并不高出多少。

以武汉市场为例，平均价格在 4.5元左右，比“康师傅”、“统一”贵1.5元。

之所以价格定位高于同类产品，第一是为了追求更多的企业利润;而更重要的是，从“康师傅”、“统一”饮料大战的战场中脱颖而出。

维生素b3

参与能量代谢，有效帮助身体释放能量

维生素b5

脂肪和糖类转变成能量的必需元素

维生素b6

参与体内蛋白质代谢，帮助合成血红蛋白

维生素b12

参与体内生化反应，帮助身体造血机能

维生素c

帮助人体抗氧化，促进铁的吸收，增强免疫系统功能

脉动是达能入主乐百氏之后的第一个成功作品。这种维生素饮料最早诞生于新西兰和澳大利亚，含有多种b族活性维生素及维生素c[]具有天然清新的水果味、口感清爽，很受消费者的喜爱。

脉动广告词经典语录篇五

——直击现代都市人的核心欲望，激人奋进。其寓意是：有李宁，哪里都是运动场；有李宁，怎么运动都时尚；有李宁，就能满足您的任何运动的欲望。

2、人类失去联想，世界将会怎样？——联想集团

——借联想对人类的积极作用，表达企业的地位和价值。问句的形式引人思考，触发联想，短句铿锵有力，容易记忆。

3、不走寻常路——美特斯·邦威广告词

——富有个性挑逗力的广告语，体现当代年轻人充满自信，追求自然，渴望个性独立的时代气息。

4、看成败，人生豪迈，不过是从头再来[]——cctv公益

——充满豪迈之情，体现不屈之意，突出表达了坚强、乐观、积极进取的精神，具有很强的激励作用。

5、美的不只是商品，廉的绝对是价格。——美廉美连锁超市

——用“不只,,,绝对”突出表现了美廉美的从业信念：商品最美、服务最美、价格最廉。语义简短而又含蓄，耐人寻味。

6、《家庭中医药》：健康在这里等候，生命在这里延伸！

——“等候”运用拟人的修辞格，写出了《家庭中医药》对人们健康的贴心关怀，“延伸”又化抽象的“生命”为形象，写出了《家庭中医药》对人们延年益寿的功效。

7、《法制文萃报》：好人得好报！

——一语双关，既紧紧扣住了法制类报刊的内容，鼓励人们向善向美，远离罪恶，又宣传了报纸的高质量，劝人订“好”报。

8、《现代家庭》：一册在手，一生牵手。

脉动广告词经典语录篇六

1、脉动广告词

1、生活随时有状况。你，准备好了吗？脉动，补水溶维生素群，为你随时准备更佳状态。

2、喝一口脉动，让你随时脉动回来

3、随时随地，脉动回来。

4、关键时刻，随时脉动回来

5、关键时刻不在状态，脉动，富含多重维生素c让你随时脉动回来！

2、经典广告词

1、德国大众：“小即是好。”

- 2、可口可乐：“享受清新一刻。”
- 3、万宝路香烟：“万宝路的男人。”
- 4、耐克：“说做就做。”
- 5、麦当劳：“你理应休息一天。”
- 6、迪比尔斯：“钻石恒久远，一颗永留传。”
- 7、通用电气“ge带来美好生活。”
- 8、桌张频酒：“美妙口味不可言传。”
- 9、克莱罗染发水：“她用了？她没用？”
- 10、艾维斯：“我们正在努力。”
- 11、美国联邦快递公司：“快腿勤务员。”
- 12、苹果电脑：“1984年。”
- 13、阿尔卡—舒尔茨公司：“多种广告”。
- 14、百事可乐：“百事，正对口味。”
- 15、麦氏咖啡：“滴滴香浓，意犹未尽。”
- 16、象牙香皂：“99和44/100%纯粹。”
- 17、美国捷运公司：“你知道吗？”
- 18、美国征兵署：“成为一个全材。”
- 19、anacin去痛片：“快、快、快速见效。”

20、滚石乐队：“感觉是真实的。”

21、百事可乐：“新一代的选择。”

3、经典广告词

晴空万里，创写意天地——法国航空公司

自信，不是挂在自己嘴边，而是看在别人眼里——杰克丹尼斯啤酒

shift.....(超越) ——日产汽车

突破科技，启迪未来———奥迪

嘿，你到底在哪里———澳大利亚国家旅游广告

科技以人为本———诺基亚手机

引领全球速递———dhl全球速递公司

做想做的事，用心去生活——上海[smg中心]choneyoung
电视台宣传语

goodtothelastdrop(滴滴香浓，意犹未尽) ——麦斯威尔咖啡

敢为天下先———美国通用凯迪拉克汽车中国广告语

越挑战，越精彩———keepworking(人头马黑酒) 全球广告
语

为您生活添色彩———美国安利中国广告语

成长难免有创伤——邦迪创可贴广告

钻石恒久远，一颗永流传——dvc广告语

中国网，宽天下——中国网通

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

脉动广告词经典语录篇七

以下范文小编为大家收集整理好关于脉动的广告词，供大家参考！

- 1、 生活随时有状况。你，准备好了吗？脉动，补水溶维生素群，为你随时准备更佳状态。
- 2 、 喝一口脉动，让你随时脉动回来
- 3 、 随时随地，脉动回来。
- 4 、 关键时刻，随时脉动回来

5、关键时刻不在状态，脉动，富含多重维生素c让你随时脉动回来！

1、无线你的无限 出自： 英特尔

2、世界因为不同 出自□ moto

3、多一些润滑，少一些摩擦 出自： 统一润滑油

4、雅芳比女人更了解女人 出自： 雅芳

5、人头马一开，好事自然来。 出自： 香港人头马

6、李宁：把精彩留给自己 出自： 李宁

7、如果你不来，广告明星就是他 出自： 央视ad盛典

8、如果五指一样长，怎能满足用户不同需求？ 出自：

9、小身材，大味道。 出自□ kisses巧克力

10、只要有梦想 凡事可成真 出自： 香港电信

12、煮酒论英雄才子赢天下 出自： 才子男装

13、世界因你而广阔 出自： 中国网通

14、燕舞，燕舞，一曲歌来一片情。 出自： 燕舞收录机

15、享受黑夜中偷拍的快感！ 出自□ siemens s57

16、实力创造价值 出自□ cctv

17、穿着自然 出自： 班尼路

18、非常可乐，非常选择 出自： 非常可乐

19、没有陌生人的世界 出自： 佐丹奴

1[ibm]四海一家的解决之道

2、除钞票外，承印一切。(某印刷公司)

3、戴比尔斯钻石：钻石恒久远，一颗永流传

4、德芙巧克力：牛奶香浓，丝般感受

5、会武当，和天下。(第四届世界传统武术节主题词特等奖)

6、柯达：串起生活每一刻

7、可口可乐：永远的可口可乐，独一无二好味道

8、鹿牌威士忌：自在，则无所不在

9、麦氏咖啡：滴滴香浓，意犹未尽

10、麦氏咖啡：好东西要与好朋友分享.

脉动广告词经典语录篇八

下面是范文小编为大家整理好的脉动饮料广告词，希望对大家有所帮助！

1 生活随时有状况。你，准备好了吗?脉动，补水溶维生素群，为你随时准备更佳状态。

2 喝一口脉动，让你随时脉动回来

3 随时随地，脉动回来。

4 关键时刻，随时脉动回来

5 关键时刻不在状态，脉动，富含多重维生素c让你随时脉动回来！

化妆品广告语大全

宝贝您的秀发. 宝贝化妆品

美加净燕窝润肤霜, 天然滋润充满生机! 美加净牌化妆品

名人“献给天下有情人. 名人润肤霜

十个妈妈八个爱——孩儿面大王! 孩儿面化妆品

常用贵妃液, 令您秀发如云! 贵妃液化妆品

劳动护肤哪里有, 月中桂系列可满足! 月中桂护肤品

爱人的. 星期天———心中只有格兰蒙! 格兰蒙化妆品

天花缤纷, 光彩永恒! 天花化妆品

至美至真, 虹雨精神! 虹雨化妆品

虹雨, 把青春的梦想与选择, 揉成永恒的美! 虹雨化妆品

令您在任何场合, 都特别清丽动人! 虹雨化妆品

丽丽化妆, 神采飞扬! 丽丽化妆品

明星风采, 纯纯关怀! 纯纯化妆品

可蒙化妆, 美的世界! 可蒙化妆品

当您眼角出现皱纹时, 申花防皱霜会令您焕然一新, 重现朝气!

国货精华, 上海申花! 申花牌化妆品

绿宝、绿宝, 植物之宝! 绿宝牌化妆品

岁月留苍老, “黑马”葆青春! 黑马牌化妆品

修护明眸娇颜, 重拾流金岁月! 依柔片牌化妆品

依柔、依柔, 依然柔柔蜜蜜! 依柔片牌化妆品 申花牌化妆品

依柔、依柔, 节日的问候! 依柔片牌化妆品

《生活新报》：新闻改变生活

《下一站》：阅读改变行走

《解放日报》：了解上海的第一选择

《新闻晨报》：新闻力量优化生活

《世界新闻报》：地球大，眼球大

《羊城晚报》：真知影响人生

《北京青年报》：有新闻的地方就有我们

《北京娱乐信报》：新闻一条是一条

《北京晚报》：晚报不晚报

《法制文萃报》：好人得好报

《劳动午报》：早也报，晚也报

《21世纪经济报道》：新闻创造价值

《经济观察报》：理性、建设性

《环球时报》：和您一起看世界

《三联生活周刊》：一本杂志和他倡导的生活

《新周刊》：中国最新锐的时事生活周报

《书城》：再现文字之美

《城市画报》：新生活的引领者

《经理人》：管理企业，经营自我