

系列廣告鑑賞(之二十九)

廣告拼創意，7待有理？7有此理？

文/趙紹球

7字當頭，一時無兩

7 這個數字，在今年的廣告行銷界，意外爆紅！

首先，是手機界的兩大天王《Samsung》與《Apple》的年度出擊，均跟 7 這個數字有關。雙方先後推出《S7 / S7 Edge》及《iPhone 7》機皇，從實體到虛擬、從功能趨勢到美學設計，各領風騷，互別苗頭，為低迷市道帶來一絲騷動，煞是熱鬧。

但由於首先登場的《三星 Note 7》手機頻傳爆炸案，導致原本『超乎 7 待』的後勢已無可 7 待。

經過 9 月 7 日《蘋果 iPhone 7》一輪發佈會後，竟意外引發無數大陸廣告精英為之競相折腰。一時之間，7 字峰頭無兩，廣告創意爭相腦洞大開，究其現象的背後，不曉得是要向品牌大戶致意，還是要大耍山寨廣告偷渡創意？

相約 7 待，萬眾矚目

《三星》的『超乎 7 待』發佈會



《蘋果》當局的發布會邀請



不同地區的果粉 7 待



大陸版本

香港版本

台灣版本*

接下來，讓我們看看大陸地區異業廣告精英是如何絞盡腦汁，大開外掛，同聲同 7 的！由於族繁不及備載，僅列幾個案例以饗讀者。

《7 天酒店》，『7，在此』。渾然天成，舍我其誰？



《麥當勞》搭上《蘋果》發佈會『7 號見』，直接告訴你，他們有 7 種醬料，你愛哪一種？任挑！



《雀巢咖啡》『ON. 7 新品種』的咖啡，感覺就是蘋果味的咖啡了。



《日產汽車》四款新車《騏達》、《軒逸》、《逍客》、《天籟》與你『如 7 而至』。



有錢就給 i7 花，一語雙關，還真愛妻！i7 就快借《快錢》。



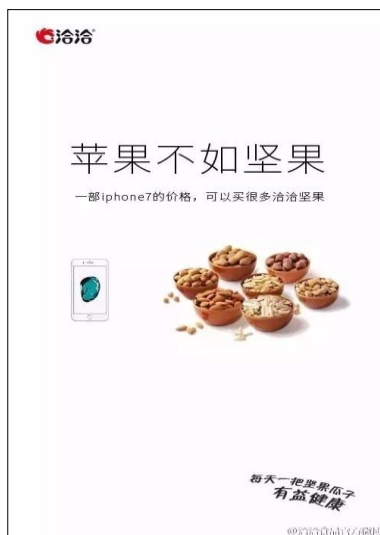
《可口可樂》『品味7待』，難道可樂要出蘋果可樂？還真7待呢！



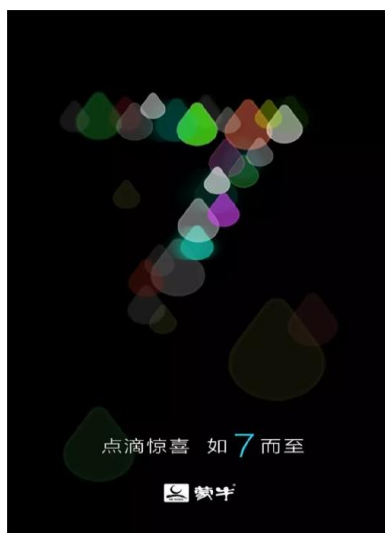
不就是個雙鏡頭？《海爾》可是有雙桶裝備呢！



《洽洽食品》的『蘋果不如堅果』，投資健康才是硬道理！



《蒙牛》到底有何驚喜值得7待？以點滴光點圖變成7的形狀，強化『點滴驚喜』，頗有新意。不過具體的驚喜是什麼，還真令人有點蒙懂呀！



又一個，7有什麼鳥不起？《岡本》保險套 0.03，據說是迄今為止最受好評的產品。



當然，《岡本》都出招了，江湖上怎能少了《杜蕾斯》？

蛤！什麼？一夜7次郎嗎！？



『別亂跑』！擺明就是針對《iPhone 7》無線耳機《AirPods》容易掉的傳聞缺陷而來。

有《杜蕾斯》幫你套牢，安啦！但別用錯哦！



借力使力，出7不意

借力，是廣告行銷大法中的絕技之一。借勢使力，乾坤大挪移，暗助發力，據為己用，有時候往往能夠出7不意，創造非凡效果。

至於這些向7看齊或是見賢思7的廣告創意，到底是借勢成功令人7待有理呢？還是淪為廣告吸血鬼下的祭品變成7有此理？每個人心中都有自己的答案。

*關於7，據老廣說是老二的意思，粗口也。

走過精彩世代...

見證台灣廣告
懸賞高手

邀您一起來加持台灣廣告史



【見證台灣廣告】系列性廣告鑑賞專欄，由顏伯勤文教基金贊助撰寫，歡迎業界人士拔筆惠稿，一起忠實呈現台灣廣告史！
本基金可提供廣告圖檔或影音檔供作參考佐證。千字左右，一經刊載當奉稿酬千元。 來稿請寄：stevenchew@xkd.ocm.tw 趙紹球收

見證台灣廣告 50 Years Witness 50 years of Taiwan ad