

最新寻找形象代言人活动方案(精选5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

寻找形象代言人活动方案篇一

在本月22日的国展招聘大会上，某知名啤酒集团招聘形象代言人的启事引发了不少争议，

记者在现场看到，该集团为形象代言人规定的任职资格共有两大类十三项条件，每项条件后面都附有详细的阐释说明，其要求之广，标准之严，让跑惯了招聘会的记者也不禁“大开眼界”。

该企业招聘负责人婉拒了记者的采访。但他的一位同事向记者透露，招募形象代言人的活动已经在电视台等媒体上展开，目前已经有1000多名候选人，面试工作也在同时进行当中。

“为什么不直接找个明星做形象代言人？”面对记者的疑问，这位中年男士回答得很干脆：“太麻烦”。

70多岁的。陈女士是来为女儿找工作的，看到这则招聘启事后，她不无激动地对记者说“不可能有这种十全十美的人，这样的招聘启事不健康、不正常。”但另一位不愿意透露姓名的男士则认为无论是炒作还是真的需要，此举都是出于企业的市场需要，不应该用个人道德标准去衡量。

寻找形象代言人活动方案篇二

很多企业认为做品牌就要去打广告，就要去请个当红明星做代言人，就算请不起当红明星，也最起码要请一个曾经大红大紫的明星才行。有不少企业找远卓品牌做咨询时，开口闭口都是如何才能制作一条好广告，什么样的广告语才是最合适的，先在省台投放还是先在央视投放，产品包装采用蓝色的还是绿色的。沟通一段时间，其突然醒悟品牌塑造原来是一个系统工程，必须先做品牌战略规划。

这些企业中有很多都陷入了“品牌奢侈论”的误区，认为做品牌就要花巨资做广告，对此，远卓品牌机构提出了“一分钱做品牌”，认为企业可以创造性地整合资源，凭借低成本塑造强势品牌。对于花巨资请形象代言人的问题，远卓品牌机构认为，请形象代言人同样可以“一分钱请形象代言人”。企业在请形象代言人时，一定要根据企业文化和产品内涵请准对象，把风险降到最小化，对于实力不强的中小企业，我们还可以请卡通形象代言，节省巨额代言费。

很多品牌发展到一定阶段，都会想到品牌的形象代言问题。在品牌繁杂，眼睛接触新事物频率跟不上品牌更新速度的时候，品牌若有个性化的整体形象，则比较容易在人的大脑中留下印象。品牌形象代言就是要将品牌的独特内涵及鲜明的个性主张通过形象代言的方式，传达给大众消费者，使品牌特色更鲜明，品牌形象更深入人心。

明星代言有弊端

明星代言是形象代言中最普遍的一种，也是消费者最受关注，影响力最大的一种。因明星本身的知名度，其代言的品牌能在短时间内扩大知名度。另外明星有强大的鼓动作用，让喜欢此明星的人喜欢上该品牌，同时让消费者信任该品牌，减少或化解消费者的疑虑。但明星代言毕竟有它的缺陷性，而且也不是每个企业都能请得起明星。请明星做广告费用很高，一线明星标价都上百万，二三线明星虽然价格没这么高，但知名度不高，效果很可能是差强人意，有的甚至反客为主，

实质变为企业为其打广告，提高了明星的知名度，企业品牌却没有被有效推广。

同时，明星因各种原因，常会有很多不合宜的行为及负面消息，这些问题的出现都会影响品牌形象。如在四川地震后，莎朗斯通的不适当言论就使其代言品牌受到了很大影响。莎朗斯通在戛纳接受采访时谈及中国四川地震，被媒体称莎朗斯通用“有趣”形容地震，并且称这是中国的报应，引来中国各界声讨。虽然也有媒体称莎朗斯通此话是被媒体断章取义的结果，但莎朗斯通还是没有逃过被中国封杀的厄运，同时也令其代言品牌的利益受损。莎朗斯通事件发生之后，迪奥中国迅速对她的言论表示了谴责和撇清，迪奥中国宣布终止与莎朗斯通在中国的代言关系。

明星代言还会因为企业请了与品牌不匹配的形象代言人而遭遇不必要的麻烦。9月19日，陈道明代言高炉家酒的新发布会在合肥举行。高炉家酒所属的双轮集团是全国浓香型白酒大型生产基地之一，高炉家酒更是全国最知名的白酒品牌之一。陈道明冷静、理智的形象与高炉家酒的品牌形象不谋而合，“坦荡见底是明，用心历练是道。”的广告词更是被人们所津津乐道，这次代言吸引了白酒行业和各媒体的目光。但是不久之后，有人提出这样的疑问：“陈道明代言酒，但是他喝酒吗？”

一个真正成功的代言，光看明星的人气是不够的，还要看明星与品牌的匹配程度。请不喝酒的陈道明为酒代言就缺乏说服力。虽然陈道明冷静、理智的形象与高炉家酒的品牌形象不谋而合，但不喝酒的人又怎么能道得出高炉家酒的真正品味呢？再者高炉家酒请陈道明代言时也忽略了一个很严重的问题：，陈道明曾经代言河南白酒品牌——宝丰酒业，高频度的广告投放让陈道明那句“宝丰酒，不过是好酒”深入人心。高炉家酒在此后请陈道明代言就容易混淆视听，使观众不知道陈道明在代言哪个品牌。品牌代言要努力避免代言品牌之间的干扰。

所以，远卓品牌机构认为，企业请代言人有一定风险，一个好的代言人能有效诠释企业的品牌内涵，起到宣传企业和产品、品牌的作用。但是，明星也不是随随便便就能请的，且不说它的花费高，请明星也要“因地制宜”，否则只是会“拔苗助长”。对此，远卓品牌机构提出了请形象代言的五个观点。

关于明星代言的五个观点

匹配是成功代言的前提。一个真正成功的代言，光看明星的人气是不够的，还要看明星与品牌的匹配程度，即明星自身特质是否与品牌相符，明星的影响人群是否与品牌的目标消费群相符。品牌即人品，只有明星与品牌两者匹配的代言，才会对推广品牌和提升销量有更好和更持久的效果。比如，蒋雯丽在生子后为某婴儿奶粉做代言的信服力就比较好，而某些明星给治疗不孕不育的医院做代言人，就显得莫名其妙了。

二，要努力避免代言品牌之间的干扰。一个高人气明星同时代言数个品牌是很常见的，因此，企业在选择代言人时，不仅要了解明星本身，也要了解明星所代言的其它品牌。一方面，如果一个明星代言的产品过多，会使其代言的产品失去焦点，降低代言的效果；另一方面，一般不会出现一个明星同时代言同一品类的两个品牌。但是，如果明星已经代言过的产品中，在产品档次、品牌形象、市场定位等方面与自己的产品和品牌有冲突，则会对自己的产品产生负面影响。以李宇春为例，其表现的是一种草根英雄或者平民英雄的形象，展现的是一种中性气质，在平民阶层比较影响力，比较受少女的欢迎，如神舟电脑、夏新手机等主要针对二三线大众市场的二线品牌，选择李做代言人就比较合适，相互间也不会有冲突。但有观点认为可口可乐作为一个国际知名品牌也选择李做代言人，与神舟、夏新同列，会影响其品牌形象，其实仔细分析，可口可乐选择李宇春是有道理的，这与其目前在中国着力拓展农村市场和品牌形象年轻化的状况相符合。

三，代言的价值要看企业发展趋势。明星代言对不同的企业有不同的价值，有为了展示企业实力的，有为了快速提高品牌和产品知名度的，有为了建立和完善品牌形象的，但其目的都是利用明星自身的人气和曝光率，作为品牌和产品的一种宣传方式，因此，大部分的明星代言都以广告的形式出现。以tcl天价签下国际球星小罗纳尔多为其大屏幕电视代言为例，代言费用超过其大屏幕净利润的一半，有观点认为投入如此高的代言费用是一种浪费，怀疑小罗纳尔多的代言对tcl来说是否有如此高的价值。其实仔细分析tcl近年来开始走国际化路线，而今年的世界杯将至，签下一个国际顶级的球星以求在世界杯期间迅速提高在国际上的知名度tcl的行为虽然看上去像一场豪赌，但十分符合tcl的企业发展趋势，影响深远，并不是毫无根据的。

四，选择代言人的五大参考要素。选择代言人有五大参考要素，其一，明星要有与品牌相称的知名度，如全国性品牌选择的代言明星一般是在全国有影响力的明星，体育产品选择的代言明星一般是体育明星。其二，明星的个人特质要与品牌特质相称，如一个气质热情活泼的品牌选择的代言明星一般是年轻偶像，一个气质成熟睿智的品牌选择的代言明星一般是中年明星。其三，明星不能有代言过与品牌有冲突的其他产品，如企业不应选择一个代言过其竞争对手产品的明星代言，食品品牌不应选择一个代言过卫生巾品牌的明星代言。其四，明星形象要正面，不能有负面报道，一个人气大部分来自绯闻和负面报道的明星，企业应该敬而远之。最后，明星是否具有发展的潜力，如有些“明星”虽然有一时的人气，但缺乏发展的潜力，昙花一现，企业也需要考量这一因素。当然，在实际选择过程中，如果有其它运作因素在内，那么在具体选择代言人时就是另外一个话题了。

五，及时跟踪，迅速反应以应对风险。一般来说，明星代言的时间不会太长，由于明星出现问题给企业带来的风险也不会太大，因此，在选择明星时考虑更全面一些，则不会出现

太大问题。当然风险仍然存在，主要来自明星的生老病死、负面报道等突发事件，这就要求企业有及时跟踪明星状况和快速反应的能力。比如某著名演员突然因病去世，聘请其代言的企业就马上停播了由该演员主演的广告片，并换以新的广告。某知名演员由于穿着问题引发了民族情绪，导致大众的骂声一片，负面报道铺天盖地，聘请其代言的企业马上撤下有其形象的所有海报和广告。

寻找形象代言人活动方案篇三

明天开始[kimi]天天等不满10岁的小童星代言的广告将告别屏幕；电视上播放广告将显示时长；男明星代言卫生巾等也将成为历史。

陈柏霖

汪东城

从9月起，新版《广告法》将正式实施。今天上午，国家工商总局召开新《广告法》实施新闻发布会。记者从会上了解到，总局建设了广告数据中心，并加大了广告的日常监测力度。屡次发布虚假广告的广告主或将面临最高200万的处罚，并吊销营业执照。

明起严查违法广告

定期公示加大曝光力度

工商总局相关负责人表示，新法正式实施后，对广告监测中心监测到的严重虚假违法广告，一律停播并立案查处。对发布虚假违法广告较为严重的媒体，定期公示，加大曝光力度。对广告违法率居高不下、广告违法问题屡查屡犯的媒体，暂停广告发布业务并通报有关部门，提请依法追究媒体单位及相关责任人员责任。

记者了解到，新法区分违法行为的社会危害程度和具体情节，对严重的广告违法行为，如发布虚假广告、利用广告推销禁止生产销售的商品或者提供的服务等，设定了较重的法律责任，增加了行政处罚种类，加大了打击力度。

未满10岁小童星不得代言

根据新《广告法》规定，广告代言人不得为未使用过的商品或者未接受过的服务做代言。要求广告代言人必须先行体验，可以提高其责任意识，也符合广告真实性原则的要求。

此外，因“爸爸去哪儿”火起来的kimi[]天天等不满10周岁的童星，将在广告中暂别代言人的身份。因新《广告法》规定，未满10周岁的未成年人不得代言。

国家工商总局广告司司长张国华表示，儿童作为演员出现在广告中是可以的，但是儿童如果签署广告代言合同或收取代言费，都将被视为代言人。对于目前已经上市流通带有儿童代言人形象的包装物，张国华表示将有一定的宽限期，具体宽限期还在与全国人大商讨中。

代言虚假广告代言人负连带责任

新《广告法》实施后，保健食品广告以后再也看不见明星的影子了。

根据新《广告法》规定，医疗、药品、医疗器械、保健食品广告不允许代言。因为这些都是关系到人民群众生命健康安全商品或者服务，由于人体的独特性，作用于某个人有效并不代表对他人有效，广告代言人做推荐证明本身不具有科学性。同时，保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。

现行《广告法》没有对代言人的法律规制。新《广告法》中

对明星代言也作了法律责任规定，明星代言不能只收钱而不担责。只要明星代言的是虚假广告，同样负有连带责任。在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满3年的自然人、法人或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。

新增10行业广告准则虚假广告处罚更严厉

新《广告法》完善了保健食品、药品、医疗、医疗器械、教育培训、招商投资、房地产、农作物种子等广告的准则，从7种扩充到17种。

新《广告法》规定“涉假”广告出现，处罚款由过去的1到5倍，变为现在的3到5倍；规定两年内有3次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用5倍以上10倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处100万元以上200万元以下的罚款。

涉事广告主除了罚款外，还将面临吊销营业执照、撤销广告审批文件、一年内不得受理其广告审查申请等行政处罚。

新《广告法》规定(节选)

播广告要提示时长

广播电台、电视台发布广告，应当遵守国务院有关部门关于时长、方式的规定，并应当对广告时长作出明显提示。

保健食品广告这些红线不能碰

保健食品广告不得含有下列内容：

(一)表示功效、安全性的断言或者保证；

(二)涉及疾病预防、治疗功能；

(三) 声称或者暗示广告商品为保障健康所必需；

(四) 与药品、其他保健食品进行比较；

(五) 利用广告代言人作推荐、证明；

(六) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。

保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。

代言人必须使用过代言的产品

广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合本法和有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。

不满十岁儿童不能代言广告

不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。

互联网弹窗广告应当确保一键关闭

利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。

寻找形象代言人活动方案篇四

亲爱的同学们：

新学期新气象，我们怀着美好的憧憬迎来学校110周年华诞；
新学期新希望，我们带着美好的回忆开启1周年新的未来。在新学年来临之际，校学生会向全校青年学生倡议如下：

一、做有理想、有追求的大学生

理想信念是激励人们迎接挑战、克服困难的的精神支柱和强大力量。青年学生要坚定理想信念，刻苦学习，奋力拼搏，以渊博的学识迎接社会的挑战，切实增强为祖国和人民服务的本领；要养成良好的习惯，不断完善自我，秉承“登高必自”的校训，积极追求有价值的人生；要与时俱进，锐意进取，保持蓬勃的朝气，用激昂的斗志和不懈的拼搏谱写人生的辉煌篇章。

二、做有担当、有作为的`大学生

青年学生是未来实现中华民族伟大复兴中国梦的主力军，是国家发展的栋梁之材和社会进步的中坚力量。青年学生在校期间，要保持旺盛的求知欲和好奇心，敏于创新，勇于探索，传承110年农大精神，为农大的发展献计献策；要艰苦奋斗、敢于担当，不断提高创新实践能力，为国家的富强贡献力量。

三、做有品质、有修养的大学生

青年学生应锤炼品格，立德修身。青年学生要培养勤俭自强、矢志不渝的坚强意志，养成明礼诚信、团结友善的道德规范；要树立高雅的审美情趣，养成良好的道德习惯和文明风尚；要树立积极向上的世界观、价值观、人生观，带头做中华民族传统美德的传承者和社会主义核心价值观的践行者。

新学年，新起点。亲爱的同学们，让我们行动起来，努力学习，奋发有为。在学校110周年华诞来临之际，争做学校“形象代言人”，传承“学用结合、学以实为贵，育人为本、学术至上”的办学理念，谱写青春歌，放飞农大梦。

寻找形象代言人活动方案篇五

亲爱的同学们：

春日到来，郑州大学校园树木吐绿、繁花盛开，呈现一幅美

丽景象。为维护我校良好的校园环境，营造浓郁学习氛围，构建文明校园，共青团郑州大学委员会、郑州大学学生会、研究生会、社团联合会倡导人人争当绿色校园志愿者，争做文明校园代言人，特向全校青年学生发出以下倡议：

一、爱护绿色校园，争做文明郑大人。热爱校园，保护环境，不践踏草坪，不乱扔垃圾，不毁坏花草树木，校内骑车注意交通安全。树立绿色文明观念，把环保行为视为个人文明修养的重要组成部分。

二、践行志愿服务，争做好客郑大人。积极参加志愿活动，传递爱心弘扬志愿者精神。发挥主人翁精神，积极帮助需要帮助的人，同时要勇于向不文明行为说“不”，团结起来对校园内的不文明现象予以制止、劝导。

三、养成良好习惯，争做向上郑大人。一年之计在于春，呼吁大家早睡早起，养成晨读和锻炼习惯，走下网络、走出宿舍、走向操场，用学习丰富心灵，用运动强健体魄，用青春期里养成的良好习惯滋养人生。

亲爱的同学们，一年之计在于春！让我们携起手来，从自己做起，从小事做起，从现在做起，争当绿色校园志愿者，争做文明校园代言人，积极展现郑大学子的精神风貌和责任意识，共同为郑州大学建设“双一流”而努力！