# 国外企业公益广告现状分析

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-01-26

*【摘要】真正 现代 意义上的公益广告产生于20世纪40年代的美国。由于 工业 化大生产不断 发展 ，引发了一系列 社会 问题 ，为了引起社会公众的关注和响应，公益广告作为一种有力的工具应运而生，但同时也不可避免地存在行为的缺失。因此，我们...*

【摘要】真正 现代 意义上的公益广告产生于20世纪40年代的美国。由于 工业 化大生产不断 发展 ，引发了一系列 社会 问题 ，为了引起社会公众的关注和响应，公益广告作为一种有力的工具应运而生，但同时也不可避免地存在行为的缺失。因此，我们应正确看待国外 企业 公益广告。

【关键词】企业公益广告；企业形象；行为规范

20世纪40年代国外就出现了公益广告，有资料表明： 经济 程度越发达的国家和城市，公益广告越多，如美国、法国、日本等国，除了公益团体, 许多企业开始关心社会, 或唤醒人们重视家庭关系, 或强调环境保护的重要，公益广告从而在受众心目中塑造起企业良好的形象，公益广告占到企业广告发布的40%。经过多年的发展，国外企业公益广告形成完善的运作方式，下面就针对国外企业公益广告运行优势进行简要的归纳和 总结 。

一、消除零乱、系统规划

近年来，国内外企业随着自身的发展壮大纷纷挑起了社会责任的重担。但据数据调查显示，国外企业在公益广告的制作上更加注重系统规划，国外企业每年都发布一次企业的社会责任报告，介绍公司一年来的社会公益事业以及他们的企业文化并在官方网站上设有对公益活动的介绍或专门的频道。例如，BP（ 中国 ）公司的气候变化、研发项目，BP参加的中国中小学绿色 教育 行动、BP捐助希望小学活动、BP组织员工参与志愿者活动、以及BP中国企业社会责任综述，等等。BP公司在公益活动方面都有明确的社会责任报告，并在其官方网站对其公益活动进行了明确的说明。相反，与外国企业相比我国企业在对企业公益事业的系统规划却显得有些零乱，例如：中国建设银行的“中国建设银行爱心基金”、“中国建设银行红十字青少年发展基金”项目，在建行的网页上仅能查询到两份有关“立项事宜”的项目报告，公众对具体的基金操作流程、资助标准、基金 历史 等一无所知。在例如：在“202\_最具责任感企业”的公益网页调查显示，在获奖的中国建设银行、中粮集团、国家电网、亿阳集团、伊利乳业和联想集团等6家国内企业，与英特尔（中国）公司、BP（中国）公司、杜邦（中国）公司、大众汽车、摩托罗拉（中国）公司、飞利浦 电子 （中国）公司等外企旗鼓相当，但实际上中国企业除了中粮集团和联想集团在 自然 资源、环境保护方面有一个大致的主题趋势以外，其余4家国内企业均未显示企业所承担的社会责任主题。 因此，国内企业公益行为的策划、宣传手段与国外企业相比，仍存在一定差距。专家认为，中国企业付出同样的爱心、捐出等额的善款，却没有外企打扮得那么“漂亮”的根本原因在于中国企业缺乏外国企业在公益广告制作上的整体规划。

二、避免单

一、内涵深刻 虽然国外 企业 公益广告经过多年的 发展 ，形成完善的运作方式，但不可避免的也会有其行为的缺失，但相对国内企业要少很多，经过查阅大量的资料发现媒体刊播体制限制、存在一定的违规现象是其行为的缺失现象。

三、媒体刊播体制限制

在国外企业赞助公益广告的投放播出主要是通过公共广告机构与媒介公司签订合作合同的方式，同时媒体是以免费的方式为其播出公益广告，免费播放的时间由媒体提供决定，这样就使公益广告的在刊播的时段和频率上无疑会受到限制。

另外，有的国外企业公益广告在刊播时公益广告活动存在着全国性和地区性的差异，这种差异使其在确定主题时就有所考虑和区别，无形中给公益广告带来了重复制作的弊病。例如：以阪神大地震为例说明，由于播放区域的不同，这次赈灾公益广告的 内容 也特别针对地域差异而分为全国版和关西地方版。

四、存在一定的违规现象

“水能载舟，亦能覆舟”，事物总是相生相克，企业公益广告可以为企业收获比 经济 利润更有意义的无形资产，但如果企业操作企业公益广告不能合理运作、把握好度，出现了违背公益广告的宗旨与宣传目的，违背国家有关广告发布的 法律 法规，其情形要比商业广告中的违规行为更能引起人的反感，其后果是企业不但不会从中得到任何利益，企业形象也会受到严重的损害。国外公益广告虽然起步较早，相关的体制也比较完善健全，但仍存在一定的违规现象。例如：世界电脑巨擘IBM公司曾经特邀专业广告公司为其精心设计了一个名为“和平、爱心与Linux”的企业公益广告宣传，并在美国芝加哥和旧金山的大街上将该广告“公之于众”，但该广告还未引起公众的注意，就被芝加哥和旧金山两市的市政部门指控IBM公司在公共场所乱涂乱画，并对其进行了经济处罚。最后，IBM公司不得不停止广告的实施，并雇人把已经画有企鹅、和平标志和心形图案的墙面清理干净。IBM的出发点是好的，但却因为没有遵守户外广告设置规划和管理中关于“不得损害市容市貌”而让广告无疾而终，不仅浪费了资源，也 影响 到企业在公众心目中一贯的良好印象。

因此，无论国际还是国内企业在认识到公益广告提升企业形象的重要作用同时，要遵循公益广告规范公众的行为，促进 社会 文明进步，促进社会主义精神文明建设的准则，避免企业公益广告行为的缺失为企业带来负面影响。

【 参考 文献 】 [2]扎西．企业发展不可或缺的力量——公益广告[J]．媒介· 研究 ．

[3]郑伶俐．论企业公益广告对企业形象的塑造[M]. 华中 科技 大学，202\_．

[4]李友萍． 现代 公益广告的创作及发展 分析 [M]．湖北社会 科学 ，202\_．

[5]陈莉莉．公益赞助是企业公民意识的最佳体现[M]．市场观察，202\_．

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！