

中国近现代商业广告史

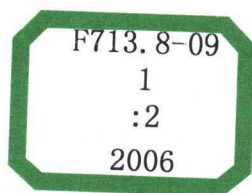
丛书主编 杨海军

苏士梅 著

20世纪广告史研究丛书



该书获河南大学学术著作和教材出版基金资助



中国近现代商业广告史

21世纪广告史研究丛书

丛书主编 杨海军

苏士梅



图书在版编目(CIP)数据

中国近现代商业广告史/苏士梅著. —开封:河南大学出版社, 2006

(21 世纪广告史研究丛书/杨海军主编)

ISBN 7-81091-551-7

I. 中… II. 苏… III. ①商业广告—历史—中国—近代 ②商业广告—历史—中国—现代 IV.F713.8-092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 132572 号

责任编辑 薛巧玲

封面设计 郑州新海岸电脑彩色制印有限公司

出 版 河南大学出版社

地址:河南省开封市明伦街 85 号

邮编:475001

电话:0378-2825001(营销部)

网址:www.hupress.com

排 版 河南大学出版社印务公司

印 刷 河南第二新华印刷厂

版 次 2006 年 12 月第 1 版

印 次 2006 年 12 月第 1 次印刷

开 本 690×960 毫米 1/16

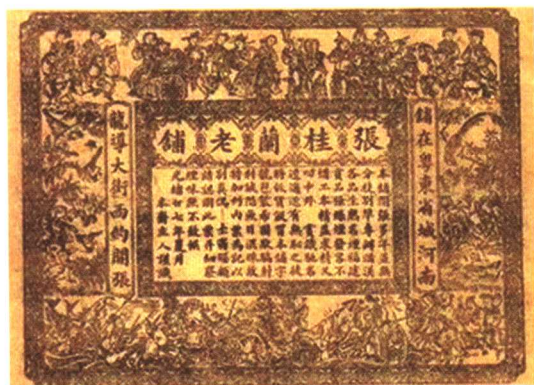
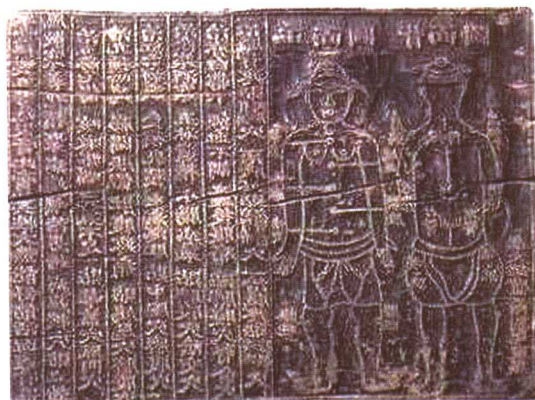
印 张 16.75

字 数 292 千字

ISBN 7-81091-551-7/F·166

定 价 33.50 元

(本书如有印装质量问题请与河南大学出版社营销部联系调换)



| 菱形幌—古街银店

| “清肺化痰丸”雕版印刷广告
| “张桂兰老铺”铜板印刷广告

洋 硝 出 賣
 茲者未士
 孖刺有新
 到上好洋
 硝出賣如
 意買者請
 到本新聞
 紙餅面議
 戊午年十
 二月初八
 日啟

朱士孖刺有暗
 車火輪船名埃
 倫便連時準於
 每個禮拜一次
 由港往省貨脚
 客脚使宜貴客
 光顧請到本行
 面議
 戊午年十二月
 十五日啟

THE SHUN PAO

申報

全港醫藥界所共之無上大補品
科達麥精魚肝油

生活
 賜保命
 生活素
 乳白魚肝油

文學導報
 作家
 中流

固本不帶

申報

本實勝於雄辯
 固本不帶
 一洗便靈

CUBAT
 固本不帶
 上海化學工業社出品

THE SHUN PAO

馬占山將軍

申報

席主省黑

當代英雄
 黑龍江前主帥馬占山將軍之血

中國福新煙公司謹登

金塔香煙

申報

本年進入憲政時期
 主席廣播昭告國民
 舉國努力建設民族公敵

健康祝並禧新留蔡

金馬牌
 純國產生八四九
 線織維化族國

長城牌
 線織維化族大

智敬歡毛豐華

美容花露水

皮膚總令人外觀 最爲重要 衛生者固自戒相 亦不得細視 有之矣 是也 衛生者之多少 亦視其環境而知此矣 發明一花露水 專治人生最大問題 且有日本醫學博士小笠原先生研究精心 發明一花露水 專治人生最大問題 且有日本醫學博士小笠原先生研究精心 發明一花露水 專治人生最大問題 且有日本醫學博士小笠原先生研究精心

| 日商“花露水”美容品廣告

堅爾齒牙膏

多泡 防蛀 極用 省

上海中興化學工業廠出品

文化生活叢刊

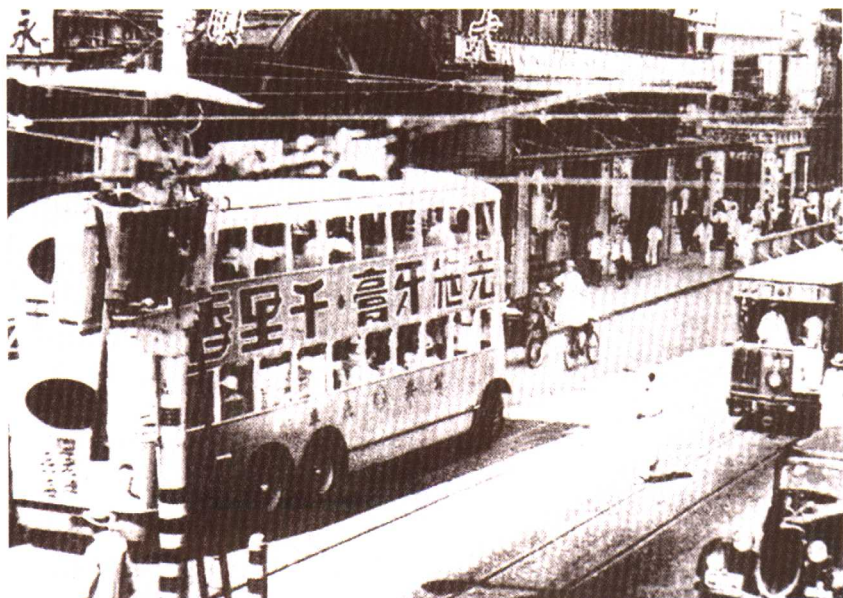
主編 羅莘田

副主編 羅莘田

| “文化生活叢刊”廣告

《光明日報》1953年3月12日第1版
『堅爾齒牙膏』廣告

“先施牙膏”車輛廣告





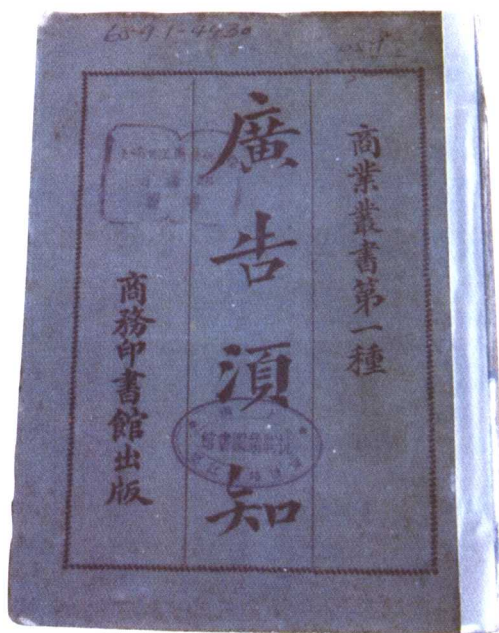
| “哈德门”香烟广告

| “阴丹士林”布匹广告

| “美丽牌”香烟广告

| 中法大藥房广告

| “木兰荣归图”月份牌广告



| 甘永龙《广告须知》

| 徐宝璜《新闻学》

| 抗美援朝时期的《解放军画报》

| “桂花卷糖”广告（“文革”时期）

| “携带式兆欧表”广告（“文革”时期）

目 录

第一章 中国近代广告的发端	(1)
第一节 鸦片战争前后的广告	(1)
第二节 晚清时期传统广告形式的发展	(15)
第二章 中国近代广告的发展	(32)
第一节 戊戌变法时期的广告	(32)
第二节 辛亥革命时期的广告	(39)
第三节 五四运动时期的广告	(45)
第三章 中国近代广告的黄金时期	(52)
第一节 20 世纪 20~30 年代繁荣昌盛的广告业	(52)
第二节 广告公司的出现及其发展	(63)
第四章 中国近代广告的艰难时期	(66)
第一节 抗战时期国统区的广告传播	(66)
第二节 抗战时期日寇占领区的广告传播	(71)
第三节 抗战时期抗日根据地的广告传播	(74)
第四节 抗战时期广告传播的特点及作用	(80)
第五节 抗战胜利后至建国前的广告	(86)
第五章 建国初期至“文革”前广告的恢复与发展	(93)
第一节 国民经济恢复时期的广告业	(93)
第二节 社会主义改造时期的广告业	(101)
第三节 全面建设时期的广告业	(104)
第六章 “文化大革命”时期的另类广告	(110)
第一节 “文革”时期广告业发展环境	(110)
第二节 “文革”时期广告业发展表现	(114)
第七章 近代广告发展的规律与特点	(123)

第一节	近代广告发展的规律·····	(123)
第二节	近代广告发展的特点·····	(128)
第八章	近现代广告管理·····	(135)
第一节	近代广告管理发轫·····	(135)
第二节	中华民国时期的广告管理·····	(136)
第三节	现代的广告管理·····	(143)
第九章	近现代广告教育·····	(145)
第一节	近代的广告研究·····	(145)
第二节	近代的广告教育·····	(151)
第三节	现代的广告教育与研究·····	(152)
第十章	近现代的报纸广告·····	(154)
第一节	报纸广告的出现及其发展·····	(154)
第二节	报纸广告的表现内容与风格·····	(159)
第三节	报纸广告在近现代广告发展史上的地位·····	(160)
第十一章	近现代的杂志广告·····	(165)
第一节	杂志广告的出现·····	(165)
第二节	杂志广告的发展·····	(167)
第十二章	近现代的月份牌广告·····	(179)
第一节	月份牌广告的出现·····	(179)
第二节	月份牌广告的表现内容及风格·····	(182)
第十三章	近现代的户外广告·····	(185)
第一节	路牌广告·····	(185)
第二节	车辆广告·····	(187)
第三节	橱窗广告·····	(189)
第四节	墙体广告·····	(192)
第五节	霓虹灯广告·····	(193)
第六节	游行广告、空中广告等其他户外广告形式·····	(195)
第十四章	近现代的广播广告·····	(198)
第一节	广播广告的出现·····	(198)
第二节	广播广告的表现与发展·····	(200)
第十五章	近现代的书籍广告·····	(204)
第一节	书籍广告的出现·····	(204)
第二节	书籍广告的兴盛·····	(205)

第十六章 近现代广告与传统文化	(212)
第一节 近现代广告与传统的价值观念.....	(212)
第二节 近现代广告与传统的思维方式.....	(218)
第三节 近现代广告与传统文学艺术.....	(220)
第四节 近现代广告与民俗文化.....	(223)
第十七章 近现代广告的表现风格与美学意蕴	(227)
第一节 近现代广告的创意与设计.....	(227)
第二节 近现代广告中的审美文化.....	(230)
第十八章 近现代中外广告文化交流	(235)
第一节 近现代中西广告文化交流.....	(235)
第二节 近现代中日广告文化交流.....	(240)
第十九章 近现代广告的作用与评介	(244)
第一节 近现代广告与经济.....	(244)
第二节 近现代广告在传递信息、沟通文化中的作用	(246)
第三节 近现代广告与政治.....	(249)
第四节 近现代广告与社会生活.....	(250)
主要参考书目	(254)
后记	(257)

第一章 中国近代广告的发端

本章要点:1840年爆发的中英鸦片战争,拉开了中国近代史的序幕,中国广告业的发展也步入了一个新的历史阶段。中国近代广告业是在半殖民地半封建土壤中,在列强疯狂进行经济侵略的特殊背景下诞生和曲折发展起来的。近代中国广告的产生,是新式商业经营方式演变趋新的产物。

第一节 鸦片战争前后的广告

鸦片战争前后中国近代广告产生,它是资本主义商业发展的产物,是近代新式商业经营方式演变趋新的具体反映。它与近代众多报刊以及其他各种传播媒体的出现相辅相成,是伴随着西方资本主义的入侵而产生的。近代广告业最先在几个通商口岸发展起来,其中,广告最发达的地区首推上海。当时的广告主要靠路牌和招贴,而在各类输入品中,又以药品和香烟使用广告最多。在这一时期,现代形式的报纸、杂志出现,并越来越显出其优势,以致成为近现代最有影响的广告媒体,报刊广告业很快发达起来。

一、近代广告产生的背景

(一) 政治社会背景

1840年爆发的鸦片战争是中国由传统走向近代的标志。

19世纪上半叶,清朝政治腐败,日益衰落。传统的封建生产方式、高度集权的君主专制制度、宗法制社会结构以及以封建经学为统治思想意识形态和文化结构已经成为由明后期产生并延续而来的新生产方式的桎梏。而此时的欧美资本主义国家却迅速崛起,尤其是英国率先完成了工业革命,其次,法国、美国等也相继进行了工业革命,生产的高速发展使资本家感到了市场的压力。为了积累巨额资本,开辟新的商品市场,掠夺廉价的劳动力和原料,帝国主义列强就把地大物博、人口众多、市场广阔的中国当做他们

掠夺的重要对象。1840年爆发的鸦片战争就是英帝国主义为此目的而发动的一场侵略战争。

腐败懦弱的清政府在鸦片战争中惨遭失败。1842年8月,英国侵略者强迫清政府签订了丧权辱国的《南京条约》,这是中国近代史上第一个不平等条约。条约中除赔款2100万两银子外,还须割让香港岛给英国,开放广州、厦门、福州、宁波、上海五处为通商口岸(即“五口通商”)。坚船利炮给英国带来了实惠,美国、法国等也不甘示弱,先后强迫清政府签订了《望厦条约》和《黄埔条约》。1856年10月,英法两国以“亚罗号”事件为借口挑起事端,第二次鸦片战争爆发,1858年6月,清廷被迫与俄、美、英、法四国签订了《天津条约》。条约规定:各国公使驻京,增开汉口、南京等10处商埠,外国商船和军舰可进出长江各口岸,英法两国获得巨额赔款。

鸦片战争和战后一系列不平等条约的签订,为外国资本主义打开了侵入中国的大门。帝国主义列强的入侵,使中国社会的性质发生了变化,迫使闭关自守的封建社会开始解体,农业和家庭手工业相结合的自然经济被瓦解,中国逐步沦为半殖民地半封建的社会。

(二) 经济商业背景

鸦片战争前,西方资本主义已经得到了一定的发展。为了谋取更大的利益,西方资本主义国家向全世界扩张的步伐也骤然加快。他们纷纷走出国门,建造大舰巨舶,组织商船队和贸易公司,进行航海探险,致力海外贸易,到世界各地寻找商业机会,掠夺金钱、土地和人口,进行原始积累。而此时中国资本主义正处于萌芽时期。在铁器、制盐、造纸、瓷器、棉布织染、制糖等手工制造业,碾米、制茶等农产品加工业,铁、铜、铅、金等采掘业中,都有关于手工工场或大作坊的记载。这些手工工场或大作坊不仅出现在长江三角洲、珠江三角洲等发达地区,也出现在云南、四川等边远地区。这为近代资本主义的发展准备了条件。但由于清政府的闭关锁国和压制政策,在沿海实行行商制度,限定一口通商,限制外商来华贸易和华商出口贸易,因而使之并没有形成内部发展的因素,中国也没有因此走上资本主义的发展道路。而且,由于西方列强的经济入侵,中国资本主义走向了畸形发展的道路。

鸦片战争的失败,不仅使中国社会的性质发生了改变,也使欧美帝国主义列强的经济侵略合法化。他们利用侵略特权,疯狂地向中国倾销商品并掠夺原料,同时开始向中国输出资本,外商纷纷在华创办工厂、企业,设立商号、银行等,并利用各种广告手段挤兑民族工商业者。为大量倾销洋货服务

的报纸、杂志、霓虹灯等近代广告形式由此引进,广告成了外商在中国实行经济侵略的商战利器。民族工商业者为了生存,在与远洋资本争夺市场的竞争中,也改变了原来不太重视现代广告媒体宣传的观念,开始仿效使用这些新式的广告媒介。中国的近现代广告业随之得到了发展。

二、近代广告的出现

报刊广告的出现是“近代广告发展的最显著的标志”^①。中国近代报纸广告的出现是在鸦片战争前后。

中国虽然是有世界上最早有报纸的国家之一,但严格意义上的报纸广告并未随之而出现。中国最早的报纸可追溯到唐玄宗开元年间(713~741年)出现的《邸报》。《邸报》是封建宫廷发行的一种类似政府机关报的誉录品。其主要内容是有关奏折诏令和皇室、官吏动态等方面的情况,带有政治公报、政情通报以及官文书汇编性质。严格说,《邸报》也并非真正的报纸,因为它没有任何新闻与言论,更不登载商业广告,而且它的发行量小、面窄,只在宫廷和官僚中流传。此报至清代改为《京报》,仍不登商业广告。北宋时期曾流传一种小报,内容多为新闻和时事政治性材料,不定期出版,因为是非法出版的非官方报纸,也不可能刊登广告。因此,直至鸦片战争前,中国的报纸仍然停留在单一的“文以载道”的功能模式上,报纸的商业功能几乎是一片空白。真正意义上的报纸广告是到了近代才出现的,而且中国最早的报纸广告是由外国人引进的。

中国最早的一批具有近代特征的报纸是鸦片战争前后外国人所创办的。这些报纸可粗略分为两类,一类是鸦片战争前创办于东南亚一带的教会报纸;一类是鸦片战争后创办于中国境内的商业报纸。近代广告是随着西方资本主义入侵中国,在中国境内创办报刊之后而产生的新事物。

早在鸦片战争前,西方的传教士就开始在东南亚一带创办一些报刊,目标受众定位于中国读者,内容多以宣传阐发基督教教义为主,目的在于大造舆论,从思想上控制中国人民,为其帝国的入侵服务,但也登载少量广告。1815年8月5日英国传教士马礼逊和米怜在马六甲创办《察世俗每月统记传》(见图1-1),这是外国人创办的第一家中文近代报刊,该报刊登了米怜的《告帖》:“凡属呷地各方之唐人,愿读《察世俗》之书者,请每月初一、二、三等日,打发人来弟之寓所受之。若在葫芦、槟榔、暹罗、安南、咖啞吧、廖里、龙牙——丁几宜、单丹、万丹等处,所属各地方之唐人,有愿看此书者,请于

^① 陈培爱,《中外广告史》,第36页,北京:中国物价出版社,2001年版。

船到呷地之时,或寄信与弟知道,或请船上的朋友来弟寓所自取,弟即均为奉送可也。”^①该“告帖”是中国近代报刊最早的广告(见图1-2)。它还曾刊登了立义馆的《告帖》,即招生广告,旨在告诉读者,一间免费学校即将开课,欢迎家长携带子女报名。但《察世俗每月统记传》是宗教刊物,除了一些“告帖”具有广而告知的广告功能外,几乎没有什么商业广告可言。

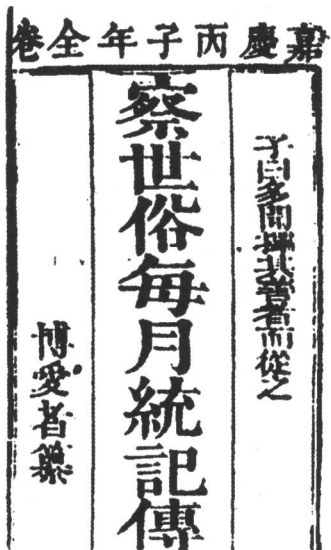


图1-1 《察世俗每月统记传》封面

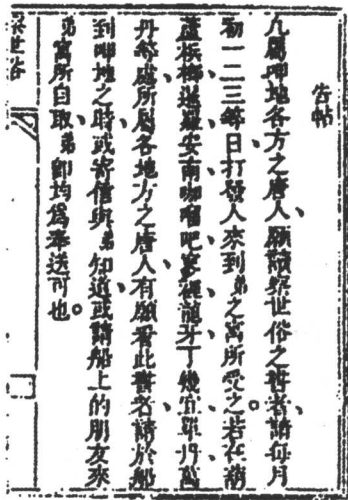


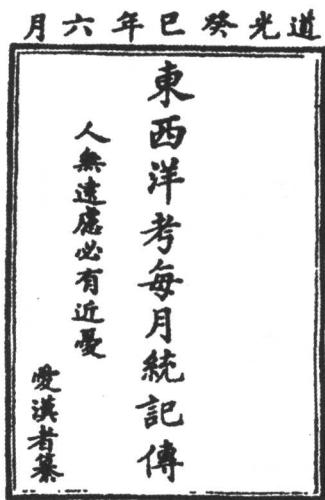
图1-2《察世俗每月统记传》告帖

1923年,在《察世俗每月统记传》停刊后两年,米怜的助手麦都思继承其遗志,在巴达维亚(现雅加达)创刊一份名为《特选撮要每月统记传》(1823—1826年)的中文月刊。该刊是《察世俗每月统记传》的巴达维亚版,也刊登少量的告帖。在《特选撮要每月统记传》停刊后两年,另一份中文月刊《天下新闻》(1928~1929年)在马六甲创刊,英华书院院长、教授吉德任编辑,它是以活版印刷的报纸出现的。

1833年8月1日,《东西洋考每月统记传》在广州创刊,这是中国境内出版的第一份中文近代报刊,由普鲁士传教士郭士力创办(见图1-3)。该刊采用雕版印刷和中国线装书款式,以宣传基督教教义、传播自然科学和社

^① [新加坡]卓南生,《中国近代报业发展史》增订本,第31页,北京:中国社会科学出版社,2002年版。

会科学知识及文学知识为主,同时也最早在刊物上登载“行情物价表”之类的商业信息及商业广告。如1834年元月出版的《东西洋考每月统记传》第8期上,开始增加了《市价篇》专栏,专门登载广州“省城洋商与各国远商相交买卖各货现时市价”表。这是中国境内中文报刊刊登商业广告的滥觞(见图1-4)。



入口的貨		出口的貨	
米	每担 上元 至 卅元	燕窩	每担 上元 至 卅元
檳榔	每担 上元 至 卅元	洋蜡	每担 上元 至 卅元
海參	每担 上元 至 卅元	阿魏	每担 上元 至 卅元
胡椒	每担 上元 至 卅元	丁香	每担 上元 至 卅元

图1-3 《东西洋考每月统记传》封面 图1-4 《东西洋考每月统记传》的市价表

《东西洋考每月统记传》非常重视商业信息的刊载,1833年8月《东西洋考每月统记传》登载的一篇谈论有关《东西洋考每月统记传》的文章中,编者即指出:本年每月应说明广州府、新嘉(加)坡二处之市价。各商知此、有益于行务也。亦说明载入运出之货、而陈经营之形势矣。且传东西洋之新闻消息。各商要投卖货物、或有他事、或可通知、得以明说而登载之。到了1838年,《东西洋考每月统记传》更进一步辟有“贸易”栏。这说明该刊已不再是单纯的宗教定期出版物了,而是把内容扩大到欧美商人最关心的贸易等问题上,因而较之以前的宗教期刊不同,《东西洋考每月统记传》的广告刊载量也越来越多。1838年,麦都思在英国青年奚礼尔的协助下,在广州办了一份名为《各国消息》的中文月刊(见图1-5)。其内容以外国新闻及广州的商品市场价格等为中心,这是由传教士主持,但仅刊登各国国情及商业讯息的一份月刊(见图1-6)。该月刊既与传教士创办的以宗教宣传为主的报刊不同,也称不上是商业报刊,只出版数期便停刊了。