

博益

趣味知識系列

女人今時今日

今日女性與廣告的種種關係





- 今日女性懷有超越「超人」的豪情壯志，廣告反映了她們的多重角色及十八般武藝。
- 今日女性不要做乖乖、不甘於柔情似水，而要對男性主動進取、奔放不羈，廣告呈示了她們的新時代心態。
- 今日女性與男性平分天下，廣告行業更進行着「陰盛陽衰大換血」的「陰」謀。

《女人今時今日》

是香港第一本用「廣告眼」看女人的專著，
從廣告及廣告業的種種，
透視此時此地的女性風貌；

作者正是

炮製《點只廣告咁簡單》的
廣告人及時代女性——
紀文鳳。

本書還告訴你

一個成功的廣告怎樣孕育和誕生、
一個傑出廣告人有甚麼秘訣。

定價

ISBN

17-0136-8

女人今時今日

今日女性與廣告的種種關係



紀文鳳著

博益出版集團有限公司

博益

書名：女人今時今日
作者：紀文鳳
主編：李國威
執行編輯：梁嘉麒
封面設計：黎一鳴
出版經理：關永圻
出版：博益出版集團有限公司
發行：香港電視出版有限公司
香港禮頓道一號
5-8319111
印刷：博益出版集團有限公司
出版日期：一九八六年八月(初版)
一九八七年十月(第四版)
定價：每本港幣二十元
出版書號：7 F 86030
ISBN 962-17-0136-8

版權所有·請勿翻印

© Publications (Holdings) Limited. 1986

THE SELF-MADE WOMAN.

SHE'S LIVING BETTER ALL THE TIME.



A new generation of women is leading the way to the future. And America is following.

Because today's woman is not satisfied with yesterday's solutions to today's challenges.

She's asking the tough questions. And SELF is answering them.

Because there's nothing superficial about today's new woman or her favorite magazine. So each month, SELF gives her the in-depth information she wants on health, beauty, making money and making big decisions. And it is this unique editorial content that has made SELF the leading authority on today's life and lifestyles, finance and fashion, food and fun.



The SELF-made woman. She's getting better and living better every day. Making more and spending more on everything from lipsticks to luxury vacations. And she's buying SELF. The magazine that's making it because she is.

SELF: The first word in Self-Improvement for over 3,000,000 women.



© 1981 The Condé Nast Publications, Inc.
A Member of The Condé Nast Package

* “Self”雜誌的廣告強調今日女人要充實自己。
(見第三章第九節)

FRESH COLOURS

Handwritten signature



COLOURS by Alexander Julian.
A man should look as alive as he feels

Men's jewelry, personal leather goods, belts and watches from the Colours by Alexander Julian Collection

*女人怎可以送花給男人？今時不同往日，女人一樣可以用鮮花攻勢去取悅男性，信不信由你！（見第三章第七節）



楊協成菊花茶
電視廣告／30秒

音樂……

女聲（陳潔靈）：

今日，
我要獻出誠意，
充實自己，
唔去計較明日嘅成就、
明日嘅收穫。

……

男聲旁白（李學彬）：

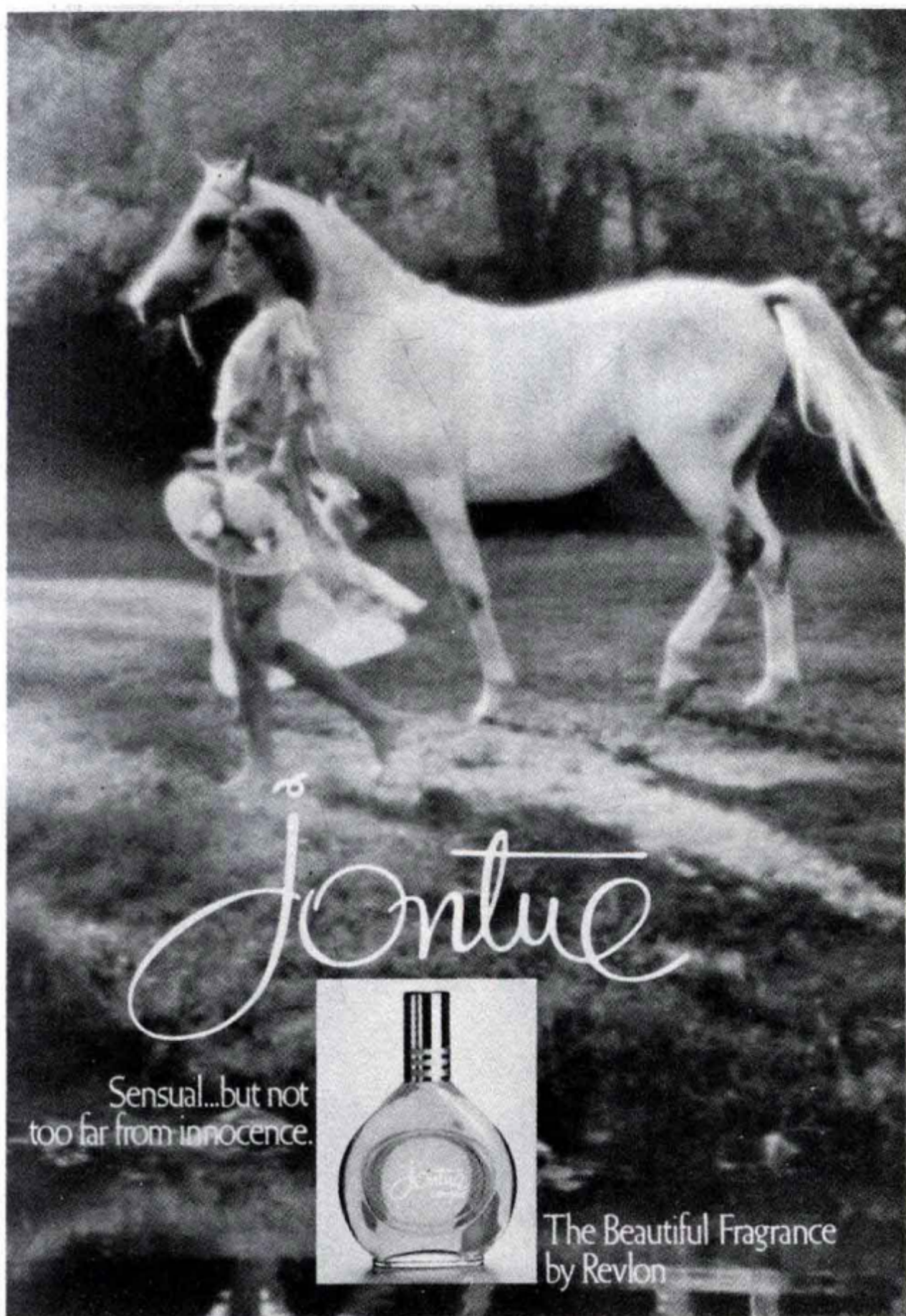
楊協成，
真誠嘅精華。



*楊協成菊花茶的電視廣告片，女主角說出今日女人的心聲。
（見第三章第九節）

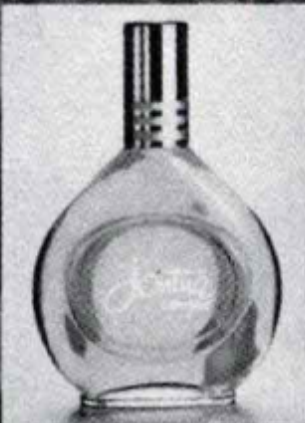


数据加载失败，请稍后重试！



16
Jontue

Sensual...but not
too far from innocence.



The Beautiful Fragrance
by Revlon

* 夜濤香氛是專為尊重傳統價值的女人而設的。
(見第二章)

It's easy to say we're in love.
But our diamond says we want to stay that way.



And that means being honest with each other now.
When it counts. Making special efforts to get to know each other better.

To understand how much I want a career, and why it shouldn't
end when we start a family. And knowing he can quit his job,
if he wants to try to really make it as an artist.

Yes, falling in love was pretty easy. But our diamond says
we're going to make it last.

A diamond is forever.



To give you some idea of diamond values, the half-carat ring shown here (enlarged for detail) is worth about \$600. Diamond values will vary according to color, clarity, cut and weight. Ask your jeweler for the free booklet, "A Diamond Is Forever." De Beers Consolidated Mines, Ltd.

* 「鑽石就是永恒」象徵愛情永固，點綴每一個美麗的愛情故事
(見第三章第六節)



le parfum par Christian Dior

SOMETHING WITHIN YOU IS DIO



POISON

*Poison香水在香港推出時的廣告，集中在表現紫色瓶子和綠色六角形盒子的獨特設計，以增強記憶及印象。（見第二章）



* 波姬小絲替Calvin Klein 推銷牛仔褲，語出驚人，引起軒然風波。（見第三章第十三節）



*一雙修長的漂亮的美腿，穿上幼如絲、滑如膚的絲襪，在一舉手一投足之間，將性感的魅力完全引發出來。
(見第三章第十三節)

櫻花彩色菲林現已 改名為柯尼卡彩色菲林



Konica
柯尼卡彩色菲林

色彩艷麗，深受攝影人仕讚賞的櫻花彩色菲林現已正式易名為柯尼卡彩色菲林。是次易名主要為統一全球各主要市場柯尼卡產品的名稱，令消費者對其他柯尼卡產品有更深切的認識。

為配合更改名稱，柯尼卡彩色菲林的包裝亦經精心設計，由西包裝更業歷1984年度美國Clio優秀包裝設計獎。

而易名的柯尼卡彩色菲林，秉承櫻花彩色菲林的超卓品質，色彩自然持久，定必獲得攝影人仕的鐘愛。



柯尼卡彩色菲林
一九八六年原香港小姐競選大會
特備彩色菲林



柯尼卡彩色菲林 誰能代替你地位

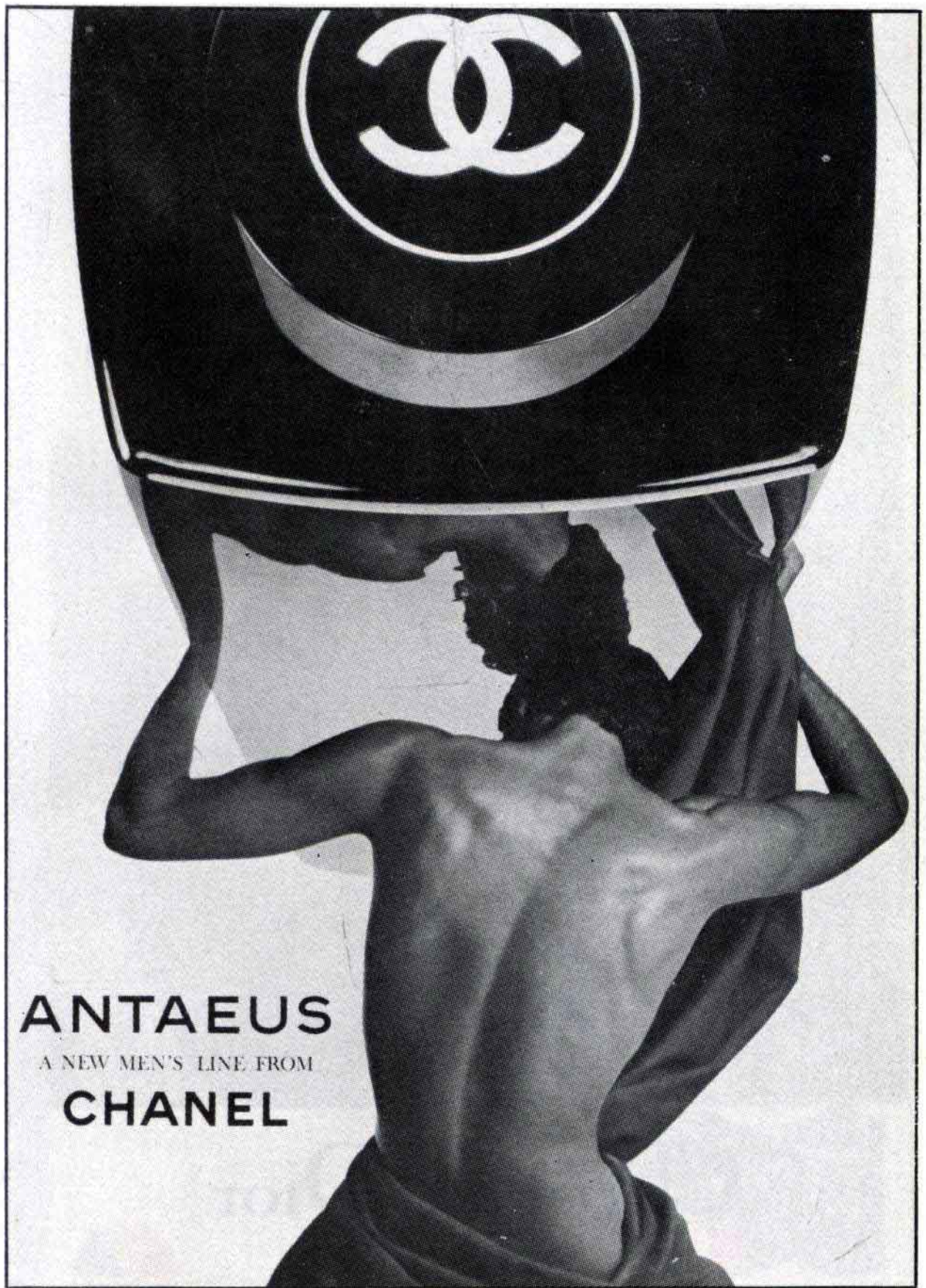
* 柯尼卡彩色菲林的廣告設計把美女作為美術品。
(見第三章第十節)



Christian Dior

MONSIEUR

*一九八六年男性流行的顏色是粉紅色，姬仙蒂姆新設計的男裝但見紅粉緋緋。（見第一章）



*Chanel的男用化粧品以男人背部來做構圖，增加視覺美感。
(見第一章)