

● 美术工具书 ● 美术工具书 ● 美术工具书 ● 美术工具书 ● 美术工具书

报刊广告萃编

沈宝龙 编

浙江人民美术出版社

(浙)新登字 2 号

报刊广告萃编

浙江人民美术出版社出版·发行

(杭州市体育场路 347 号)

全国各地新华书店经销

浙江富阳美术印刷有限公司印刷

1999 年 3 月第 1 版·第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/24 印张: 11.5

印数: 0,001—6,000

ISBN 7 - 5340 - 0946 - 4/J·825

定价: 16.00 元

ISBN 7-5340-0946-4



9 787534 009464

报刊广告萃编

沈宝龙 编

浙江人民美术出版社

目 录

2016 / 1

公益	9-24
食品 保健品	25-44
家电	45-89
电脑 电讯	90-162
汽车 摩托	163-187
房地产	188-241
文化 艺术	242-256
综合	257-274

自从英格兰的《每周新闻》报在 1625 年刊登书籍广告以来，报纸广告已有三百多年的历史。在广播、电视、杂志等新兴的广告媒体的冲击下，报纸广告仍保持着首选广告媒体的地位，赢得了众多的广告客户，并带来了可观的效益。据有关资料显示，各国报纸广告的营业额均居于各类广告媒体的榜首。近几年来，随着我国改革开放的不断深入，商品经济的发展，报纸出现了一个前所未有的繁荣期。晨报、日报、下午版、晚报、周报、旬报等陆续登场，给报纸广告业带来了新的机遇。编写本书的旨意在于为报纸广告客户与设计者及有关人士提供一本资料丰富、实用的报纸广告参考书，以弥补这类参考书缺乏的遗憾，但愿大家会喜欢这本书。

一、报纸广告的特点

1、覆盖面广

报纸的种类多，发行量大。目前，我国报纸有上万种，不少报纸的发行量大都在十几万份以上，有的甚至在五百万份以上。它深入千家万户，遍布城乡各地，读者面之广远远超过电视、杂志等媒体。因此适合刊登各类广告。

2、见效快

报纸的出版周期短，每天都能与读者见面，即使周报也只间隔几天时间。因此，报纸尤其适合刊登时效性强的广告，如车、船及航班班次等通知，产品展销会之类的广告，在一天之内即能迅速传遍报纸覆盖区。

3、可重复阅读

电视与广播播出的广告，只能是短短几秒钟时间，对产品的性能、规格、技术指标等，都不可能作详细介绍。而报纸广告则可弥补这一缺陷，读者能从容阅读，

仔细研究与比较，尤其是针对那些需有详尽文字介绍的高科技产品。而广播、电视广告则不可能做到这点。

4、信息性强

不少广告的内容具有较强的信息性，如展销会、庆典活动、购物有奖、新产品上市信息发布等。这类广告安排在经济信息版发布，可使广告产生更好的效应。

报纸广告除了以上优点外，也存在某种不足，如报纸寿命短，通常有效期只有一天或一周（视报纸出版周期而定）。另外印刷也较粗糙。

二、报纸广告类别

1、企业广告

宣传企业的规模、标志、商标、技术、销售、信誉等。

2、产品广告

宣传产品的性能、特点、造型、规格、使用、售后服务、价格、质量等。

3、组合广告

即同时宣传企业与产品的广告。

4、新闻发布式广告

以新闻形式发布的广告，如新产品鉴定、杂志创刊、公司成立及各类庆典、祝贺、产品信息等均可在相关的版面发布，带有较强的新闻性。

5、启事式广告

如招聘启事、遗失作废启事、迁移启事、寻人启事、征婚启事。

6、分类广告

通常放在报纸专版或中缝，字号小，篇幅面积小，广告费用少，效果好。以服务类内容为主，如搬家、交友、咨询、招工、招租、生日祝贺、旅游等。

7、公益广告

公益广告近年来在我国报纸上出现较多。内容有保护环境、捐助灾区、遵守公德、抗灾减灾等，对美化人的心灵、培养公民高尚的道德品质等起到很好的作用。

三、报纸广告的编排设计

报纸广告的编排设计主要涉及两大方面：一是文稿，二是插图。

1、文稿

文稿要求用词精练得当，内容真实可信，富有联想和新意。

文稿内容包括标题、副标题、正文、标语等。标题是文稿中最重要的部分，它可以是一个句子，也可以是一句短语。它应能吸引读者的注意，通常放在较醒目的位置，运用视觉引导，将读者的视线从标题引向正文、插图。正文是广告内容的主体，它具体叙述广告要宣传的客观事实，即产品或服务。编排时需注意严格掌握全文的面积外形、行距、长度，占据面积不宜太大，字体一般选用宋体、正楷等。标语是体现企业、产品、劳务性质或加强形象的短句。广告标语制定后，无论在何种媒体做广告都不应改变，它起到树立企业形象的作用。标语的字号应比标题小一些，编排时较自由，可放在画面的任何位置。

文稿其他部分还有企业名称、地址、电话、厂长或经理姓名等。

2、插图

报纸广告往往以插图为主。插图比文字表述更直观，它所传递的信息量也比文字多。如一件服装的广告，如果用文字来描述它的款式、色彩、面料、工艺等需用很多文字，读者往往不可能坐下来细细阅读。而用一张图片则一目了然，更容易吸引读者。

插图可采用摄影作品，也可采用绘画或漫画等作品。插图内容可选择产品本身，也可选择靓丽潇洒的人物、名人肖像、美丽的自然风光等，以此来衬托产品，使读者产生美好的联想。如“美的”空调广告，采用巩俐的肖像做产品的衬托，使读者引发对产品的美好联想，产生了很好的广告效应。

插图还应注意真实、新颖、亲切、客观。

四、报纸广告编排的原则：

1、突出主体

广告的主体部分应放在广告画面的“最佳视域内”。一般都放在广告画面的左上方或右上方区域，而下方或四周边缘部分是较偏视觉区域。如广告上有模特儿出现时，其视线与读者对视，以吸引读者，使读者不由自主地观看广告的其他部分。

2、简练

通常报纸版面的内容较丰富，读者往往为报纸的新闻、评论、文艺副刊等吸引，不太愿意多看广告，这就要求广告在视觉上有冲击力。每个广告只能宣传一个中心，标题要醒目、单纯、简练，只有这样才能吸引读者，取得较好的效果。

3、要有较强的形式对比

在报纸广告琳琅满目的版面中，要吸引读者的注意，就要强调广告编排上的形式对比，即文稿中的标题、正文、标语等都要有形式较强的黑白、大小、粗细、块面等对比，图形部分的图片、插图、花边线条等也要有较强的曲直、长短、黑白、色块等对比。只有这样才能吸引读者的视线。

4、空白的运用

报纸广告画面留有一定的空白，在与邻近的广告对比时有助于提高自身的价值，并在表现产品和企业形象时，起到引人注目的效果。千万不要为节省篇幅而把画面填得满满的，使画面拥挤、繁琐、凌乱，没有主体，这样不但不会引起读者的注意，反而会使读者反感。

5、报纸及版面的选择

广告放在哪一种报纸与哪一个版面刊登，是应认真考虑的。不同的选择会产生不同的效果。

不同类型的广告应选择不同类型的报纸。究竟是日报、晨报、晚报、周报，还是其他专业性报纸都应认真考虑。有些报纸是全国性的，有些是区域性的，有些是针对某种行业或专业的，它们的读者对象和覆盖面都是不同的。如在北方干旱地区不宜做雨具的广告，在东北不宜做电风扇之类降温产品的广告，在广州、海南等地不宜做取暖器之类的广告，否则，不但不会带来经济效益，而且还会带来麻烦。

报纸版面的选择也十分重要，如文体用品宜选择在文娱、文体版刊登，健身用品、保健品宜选择在卫生版刊登。不同的广告相应选择不同的版面才会起到最佳的广告效应。

本书在编辑期间，承蒙浙江中亚广告艺术中心的大力支持，提供广告案例，逢出版之际，深表谢意。

附录：

报纸广告的规格尺寸：

大报版面规格表：

通版(两个版面连接)	80x48 cm
整版	48x35 cm
半版	24x35 cm
1 / 3 版	16x35 cm
1 / 4 版	12x35 cm
竖 1 / 4 版	24x17 cm
1 / 5 版	10x35 cm
1 / 6 版	8x35 cm
1 / 12 版	8x17 cm
1 / 24 版	8x8.5 cm
小方位	4x8.5 cm
报花	2.5x4 cm
中缝整条	48x4.5 cm

小报版面规格表：

整版	23.5x34 cm
半版	23.5x17 cm
双通栏	23.5x13.5 cm
1.5 通栏	23.5x10 cm
1 / 4 版	11.5x17cm
通栏	23.5x6.6 cm
1 / 4 通栏	5.5x6.6 cm
报眼	11x6.8 cm

注1：以上均以厘米为单位。

注2：各报刊在刊登广告时规格均会略有不同，误差在1至2厘米左右，设计时以各报社的广告规格表为准。

1998公益广告

杭州日报广告部制作

为了我们的孩子



及孩子的孩子的未来，

请爱护这片蓝天！

公益广告

同心协力 重建家园



浙江日报社广告中心

为了地球上的生命

——拯救我们的海洋

'98 世界环境日主题

上海绿保森吉有限公司



从小自立 长大自强



自强创辉煌

新醒世恒言(一)

中国有上亿个“小皇帝”。

我们应该给他们留下什么呢？

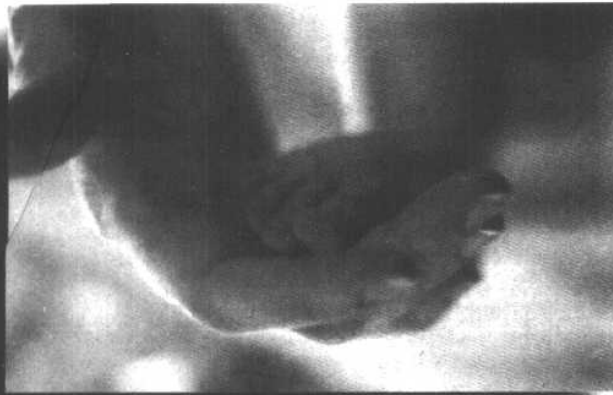
金山银山。

不如让他们从小自立。

 人不可 有从大流时过且过	 人若能 辟难①止逆失方向	 人能怕 自内心死自暴自弃	 人不该 心胸狭②嫉妒他人	 人不必 唯史家操笔心如焚
 人应当 力③上得不甘入后	 人应当 志奔向前遇战降降	 人应当 顺强④逆弱往万里	 人应当 自信不疑自强不屈	 人应当 顶天⑤地再创辉煌

…下岗了……各人有各人的选择……你呢! …


自强圆群煌
 北京 网通



这一双
曾经托起你的人生第一步的
青春之手
总有一天也会苍老无力 筋骨毕露

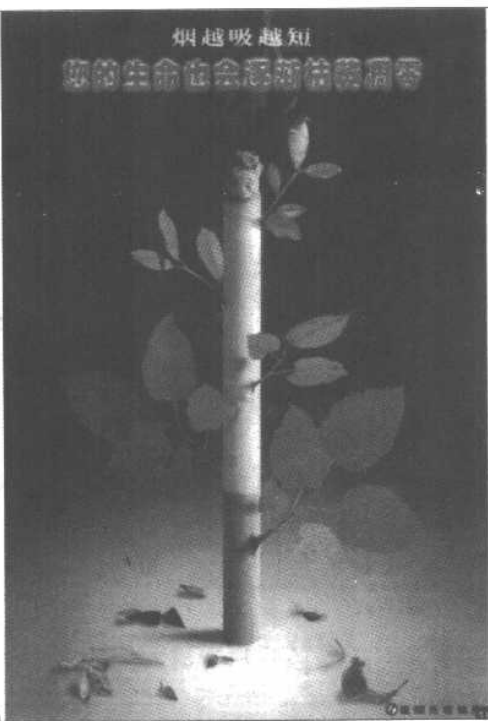
点滴亲情 岁月留痕

关心这双手的主人
爱护曾经小心呵护过我们的人

“星星杯” 公益广告参选作品

浙江省工商行政管理局
浙江省广告协会
浙江日报
浙江电视台
浙江人民广播电台

作品右下角号码为参选号码
平面候选作品已刊登完毕，衷心感谢浙江星星
电器工业公司（重量冷柜）对本次活动的大力支持。



人之过 在眼前



己之过 在背后

公益广告



说普通话，
从我做起。

首届全国推广普通话宣传周 1998.9.13-9.19

血脉相通 心心相连

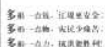


无偿献血是社会主义精神文明的体现





——百姓一脉，四海一家



長江沿岸遭遇特大洪災，凡百萬平民無家可歸。凡百萬災民無家可歸。千辛萬苦逃過劫難，大洪水呼喚大支援。

我们中谈的很无聊，我们干脆无话可说。我们不是孩子了要嘛！——毕达哥拉斯说——

“我重信守诺” 李烈钧建陶山字信楼于五月十六

日晚黄金时间由中央电视台1、4套并机现场直播。整场行动自即日起在中国工商银行和全国邮政系统展开。这将是近期特务斗争的主旋律与重心！

从8月13日起，国家计划委员会工交财行各综合司负责办理招标投标事宜。名单中，原计划委员会综合司主任王西成调任物资部综合司主任(补阙，12001)。

[illegible]

咨询热线: 0101560-52022 手机: 0112816