



- 最早的性魅力广告
- 《花花公子》与《藏春阁》的广告大战
- 征婚广告的骗局

杨晓华 李红 编著
庞光瑜

XA173/11

98
F712.6
192
2



3 0109 7656 5

目 录

前言

第一章 广告溯源 (9)

一、当今世界最大的无烟工业——广告业 (9)

二、外国广告之最 (13)

(一) 世界最早的广告 (13)

(二) 世界最早的商业广告 (14)

(三) 最先用英文印刷的广告 (14)

(四) 最早进入先进广告业的国家 (14)

(五) 最早利用“性”魅力的广告 (15)

(六) 最早制作霓虹灯广告的城市 (15)

(七) 最古老的写在草纸上的广告实物 (16)

(八) 世界上最早的报纸广告 (16)

(九) 最先用无线广播电台播送广告的国家 (17)

(十) 最早出现直接邮寄广告的国家 (17)

(十一) 最早的空中广告二则 (18)

1 最早的飞机烟雾广告 (18)

2 最早的空中投光广告 (18)

1



C

142472

(十二)	执世界牛耳的美国广告业	(19)
(十三)	最舍得花钱做广告的公司	(26)
(十四)	世界最大的电子广告屏幕	(27)
(十五)	缅怀死者的广告新招	(27)
(十六)	最大而最新奇的实物模型广告四则	(28)
(十七)	广告又有了新发明	(28)
(十八)	电脑霸主的广告	(29)
(十九)	各国人民最喜爱的广告色	(30)
(二十)	时间最长的广告战	(30)
(二十一)	最下流的广告战	(36)
三、	中国广告之最	(50)
(一)	中国最早的广告	(50)
(二)	中国现存最早的工商印刷广告	(51)
(三)	中国最早刊载广告的报纸	(52)
(四)	中国最早的霓虹灯广告	(52)
(五)	中国最早的广播广告	(52)
(六)	“文革”中,我国城乡最普遍使用的广告用语	(52)
(七)	“文革”后,我国播出的第一条广告	(53)
(八)	发展最迅猛的我国广告业	(53)
(九)	中国首次出现的最大广告屏幕	(59)
(十)	申办 2000 年奥运的广告之最	(59)
(十一)	最好的广告设计者——电脑	(60)
(十二)	谁最相信广告	(61)
(十三)	垃圾筒上的最新发明	(62)
(十四)	厕所里霓虹灯广告高高挂	(62)
(十五)	最抢手的新领地——厕所广告	(63)
(十六)	“卫星广告”	(64)

(十七) 最惨无人道的广告	(64)
(十八) 继《文汇报》让出头版刊登广告之后	(66)
(十九) 党的十四大会议上的公关广告节目	(67)
(二十) 广告进入了“人代会”	(68)
(二十一) “广告衫”飘进了庄严的人民大 会堂	(69)
(二十二) 今年最热的空调广告战	(69)
第二章 成功的公关广告与商品广告	(72)
一、成功的公关广告	(77)
(一) 日本十大企业的经营广告口号	(77)
(二) 美国17家大型企业的公关广告与简 评	(78)
(三) “鸽子广告”	(80)
(四) 马氏公司在第十一届亚运会上发动了 强劲的公关广告攻势	(81)
(五) 选择了最有效的宣传媒体的公关广告	(83)
(六) 未花一分钱而又闻名全国的广告	(84)
二、成功的商品广告	(85)
(一) 美勒啤酒公司的超凡广告术	(85)
(二) 高明的“……不按英里数收钱”的广 告术	(86)
(三) 利用对比来达到理想效果的广告	(87)
(四) 卖西瓜——自行车票与“8”	(89)
(五) “兵马未动,粮草先行”的绝招	(89)
(六) 大西洋真的缩小了吗?	(90)
(七) 最好替顾客精打细算	(90)
(八) 最好不出声——麦克唐纳公司的无	

声广告战术	(91)
(九) 把握产品发展各阶段的广告术	(92)
(十) 电影广告	(94)
(十一) 以“死”做广告	(95)
(十二) 经济不景气,广告成央求	(96)
(十三) 千金酬一语	(96)
(十四) 神秘的巨幅无字白幔	(97)
第三章 名人广告	(98)
1 《霍元甲》与广告	(99)
2 健力宝与李宁	(99)
3 罗斯福总统与派克钢笔	(99)
4 美国广告中的邓小平	(100)
5 尼克松与老板娘	(100)
6 金丝姬与“力士”	(101)
7 里根与广告	(101)
8 劳莱斯(Rolex)名表与登山健将	(102)
9 沈殿霞与神州公司	(103)
10 法国白兰地与艾森豪威尔总统	(104)
11 巴尔扎克与广告	(105)
12 网球王——广告王	(105)
13 于连铜像与广告	(106)
14 马季八分钟救活一家工厂	(106)
15 清宫秘膳	(107)
16 李鹏的照片	(107)
17 雷锋与广告	(107)
18 巩俐与广告	(108)
19 乒坛宿将成为广告人	(109)

20	罗斯福的金玉良言	(109)
21	马季的广告原则	(110)
22	新风霞的心里话	(110)
23	以假乱真的“名人广告”	(111)
24	广告星探与明星	(112)

第四章 广告与幽默 (114)

一	“裸体进来,少给一半价钱出去”	(114)
二	事与愿违的广告	(115)
三	广告托辞	(115)
四	合作	(116)
五	额外要价	(116)
六	活一百岁的秘方	(117)
七	吸引异性的香水	(117)
八	恰如其份的广告二则	(118)
1	不打不相识	(118)
2	为窗户安上玻璃	(118)
九	收回雨伞的寻物广告	(118)
十	大实话广告二则	(119)
1	“否则,你我都要挨饿”	(119)
2	承印一切	(119)
十一	超级水准的美容师	(120)
十二	绝无仅有的女秘书	(120)
十三	望而生畏的广告	(120)
十四	广告效应	(121)
十五	谙熟男性心理的广告	(121)
十六	滑稽至极的广告	(121)
十七	死者的口碑载道	(123)

十八 迅速寻物术	(123)
十九 快速破案术	(124)
第五章 广告怪圈	(125)
一 广告事故二则	(125)
1 黑色的星期四	(125)
2 黑色的星期五	(127)
二 美女广告	(130)
三 丽靡之词	(133)
四 虚假广告	(136)
1 征婚广告的骗局	(136)
2 形形色色的虚假广告	(143)

前 言

“一滴墨水可以引发千万人的思考，一套好书可以改变无数人的命运。”

——拜伦

你想在翻云覆雨、瞬息万变的商业战场上把握机遇，神机妙算吗？广告战术，是成功者运用的有力武器。

《广告术》一书，荟萃了形形色色有趣的、成功的、失败的、虚假的各种典型的广告实例，试图多角度、多侧面地剖析和反映自人类社会产生广告这一特殊宣传手段以来，广告给人们带来的珍闻奇趣、社会效应与反思。既可作富商巨贾的潜修读物，也可为本经营者指点迷津。同时，还能为从事其他职业的人士提供启迪与帮助。

全书分五章：

第一章 广告溯源

本章以大量古今中外的广告资料数据、范例，反

映了广告事业发展的历史线索。具有较强的知识性。本章中的“可口可乐”对“百事可乐”、《藏春阁》对《花花公子》，两例蜚声海外的广告战，还会让人们感受到严酷的“商战”现实，以利于把握战机，出奇制胜。

第二章 成功的公关广告与商品广告

为你展示五彩缤纷的广告世界的辉煌杰作，以资启迪与借鉴。

第三章 名人广告

叙述了名人广告的非凡效应。

第四章 广告与幽默

具有较强的趣味性。

第五章 广告怪圈

旨在帮助人们掌握广告技巧，讲求广告策略，提高人们的广告安全意识，也告诫善良的人们，以敏锐的嗅觉，防止轻信，免受虚假广告宣传的欺骗。

全书注重知识与趣味的交融，以驾驭竞争的机缘为核心，让读者感受到“物竞天择、优胜劣汰、适者生存”的真义，帮助读者在严酷竞争形态下，借鉴古往今来的种种广告战术，在竞争中求生存、求发展。

勇于搏击的人们，不妨参考书中的各种“战例”，作一次大胆而明智的决策，也许人类从此又多了个天才和富翁。

由于见识所限，错误在所难免，恳求广大读者惠鉴。

编者 1993年3月8日于桂林

第一章 广告溯源

一 当今世界最大的无烟工业

——广告业

当今世界,天上地下,城市乡村,大街小巷,街头巷尾,广告几乎无处不在,无所不包,无奇不有。时代改变了人们的生活,广告改变了人们的观念。广告所能发挥的广泛的社会效应,越来越被人们所重视。广告已与人们的生活发生了密切的关系。

从1930年法国巴黎的一位医生,创办了世界上第一家广告公司以来,至今广告业已逐渐发展成为最大的无烟工业。

据统计,1979年西方八十六个国家支付的广告

费用达到 974.9 亿美元,仅美国就占 497.2 亿美元。我国虽刚恢复“文革”中几乎完全停顿了的广告业,当年的广告收入也已达 1500 万元,以后每年均以 30% 至 40% 的增长率增长。至 1988 年,年收入达 15.89 亿元,到 1992 年,年营业额为 67.8675 亿元,以超出同一时期国民生产总值的增长幅度递增。

把广告业与旅游业作比较,1979 年的世界旅游业收入为 750 亿美元,而西方八十六国的广告费比它多出 224.9 亿美元。美国该年度的旅游业收入是 83.3 亿美元,仅为广告费用的 17%。

1984 年,全世界的广告费用为 1500 亿美元。到 1989 年,国际广告代理公司研究处处长斯蒂夫·瓦纳曼公布的数字为 1920 亿美元。

从 70 年代末到 80 年代初,仅美国就拥有广告公司 7 千多家,雇佣职工 13 万多人,每年有上万名大学毕业生从事广告业。汤姆逊一家广告公司就雇佣职工 6 千多人,在世界 26 个国家设有子公司或办事处。美国、日本、英国、加拿大成为世界四大广告大国,四国的广告费每年合计约占世界广告费的 70~80%。

我国国家工商局最新公布的统计数字表明,到 1992 年底,我国各类广告经营单位已发展到 16683 家,比上年增长 41.8%,大大超出上年估计的 14000 家的数字。从业人员达 18.5 万人,比上年增长 37.9%。营业额比上年增长了 93.4%。

随着我国社会主义市场经济的发展,我国的广告业将进一步地放开搞活,中国的广告业将走向国门,

面向世界。

在美国,广告商们力求把广告做到每一个人的身上,凡能利用的地方,包括人们的日用商品,甚至衬衫、背心、房屋墙壁和天花板都派上了用场。在允许做香烟广告的年代,美国《时代》周刊一年就稳赚香烟广告费 1500 万美元。美国的普通电视广告一分钟收费 1 万至 10 万美元,在晚上 7 至 10 时的“黄金时间”特别节目里,收费高达数十万美元。就连美国历届总统竞选的巨额资金的大部分费用都被电视台赚去。

据悉,全世界以年人均占有广告费来计算的话,1992 年全年度排列前三名的国家分别为:

瑞士第一,年人均均为 612 美元。

美国第二,年人均均为 513 美元。

日本第三,年人均均为 311 美元。

联邦德国 1979 年的广告费为 62.7 亿美元,其中 45% 归报纸出版业,杂志占 20%,电视占 9%。人们在研究联邦德国经济增长和发展的关系时发现,广告费的增长和经济面临的困难成正比。从 1976 年以来,消费品、工业品及劳务等广告费每年都增长 10 亿马克,1980 年增加了十二亿马克,共达到 118 亿马克,等于国防预算的三分之一。其中花在报纸、杂志、电视上的广告费为 53 亿,增长 7%;杂志的广告费为 24 亿,增长 21%;电视的广告费为 11 亿,增长 8.5%。而联邦德国 1980 年的经济增长速度则只有 2%。

日本一年的广告开支 88.5 亿美元,世界最大广告公司之一的电通公司,每年营业额 10 亿美元以上。

东京一家专门制作引路标志的甲子广告牌工业所，一年的收入也达 4000 万美元。

海湾地区由于得天独厚的石油资源，经济腾飞。广告市场更以超常发展的速度，呈现出一派生机勃勃的兴旺景象。

就海湾地区人均广告费来说，1992 年全年的平均广告费还远远低于欧美国家，但蓬勃兴旺的广告市场景象，与萧条的欧美广告市场形成鲜明的对照。

据 1993 年 1 月 13 日《经济参考》报道：

1992 年海湾广告市场业务比上年增加 33%，金额达 4 亿美元。阿拉伯地区的广告业务比 1991 年扩大 30%，达 4.4 亿美元。沙特阿拉伯年广告业务费达 1.88 亿美元，比上年增加 3200 万美元。居该地区之首，预计 1993 年可达 2.28 亿美元。阿联酋则以 9000 万美元的广告费用名列第二。科威特以 7900 万美元的广告费用位于第三。巴林以 1700 万美元排列第五，阿曼为 1500 美元，卡塔尔为 1100 万美元。

以上数据仅为报纸、电视和杂志等广告费用，广播、录像等广告费用还在其外。如沙特阿拉伯一家户外设置的永久性广告牌的费用就达 2000 万美元。

从阿联酋的迪拜到首都阿布扎比长达 150 多公里的高速公路两旁，化妆品、汽车、航空公司、食品、洗涤剂、服装等和名家产品名厂家的广告牌林立。

该地区广告业务的兴旺得益于新安装的碟形卫星天线。阿联酋还打算安装有线电视。这将有利于广告业的更快发展。

成功的广告公司既要拥有机械、电脑、电器、建筑、音响、颜色、美工等方面作出独出心裁的设计，又必须拥有一批出色的语言学家、心理学家、经济学家、作家、画家、作曲家、剧作家、设计师、工程师和众多的能工巧匠。优秀的广告作品，在生产和消费之间起穿针引线的媒介宣传作用，既是最有效的营销战术，又能给人以艺术的享受和增长人的知识。

(参考《世界知识出版社》编著出版的
《西方社会形形色色》)

二 外国广告之最

(一) 世界最早的广告

“我居于此地，原系塞浦路斯里诺斯人氏。承蒙上帝恩典，赐我圆梦之才。”

这是二千五百年前的一张广告，据考证，被认为是世界上最早的广告。它是在挖掘古埃及的孟菲斯城时发现的。

(二) 世界最早的商业广告

土耳其挖掘出有三百块刻有希腊字母的碎石片，经过考古工作人员的细心拼凑才悉知：这是世界上最早的一块商业广告。这块石片放在一个古代店铺的橱窗内，上面标有商品的名称和价格。

(三) 最先用英文印刷的广告

世界上第一个用英文印刷的广告(一份由威廉·卡克斯顿为其“索尔兹伯里果饼”印发的传单)，是早在哥伦布第一次出航之前十五年印制的。它高 12.5 厘米，宽 17.5 厘米，内容为：

“倘任何人，不论教内或教外人士，愿意取得适用于桑斯伯莱大教堂的仪式书籍，而其所用字体又与本广告所使用者相同，请移驾至西敏斯特附近购买，价格低廉，出售处有盾形标记，自上至下有一红条纵贯以为辨识。”

(四) 最早进入先进广告业的国家

英国大概在美洲进行殖民之前，就已经成为广告

业最先进的国家。广告媒介主要有宣传卡、商店招牌以及各种传单。人们移居美洲新大陆，靠的就是广告的招引，描述宣扬美洲新大陆的广告招贴，贴满了当时的伦敦街头。

(五) 最早利用“性”魅力的广告

“你喜欢抚摸的那种皮肤。”

这是沃尔特·汤普森为“伍德伯里”香皂举办的推销活动中的广告语，被认为是有意利用性魅力来推销物品的首创。

(六) 最早制作霓虹灯广告的城市

1910年夏末，巴黎出现了霓虹灯作的广告。从此，霓虹灯广告风行于世，直至现在。

据悉，世界上第一架霓虹灯是由法国的克劳特安装在巴黎皇宫上的。

(七) 最古老的写在草纸上的广告实物

写在草纸上的埃及一名奴隶主为悬赏缉拿逃奴而散发张贴的广告,是公元前 1000 年以前的广告实物,至今收藏在英国博物馆内。内容为:

“男奴西姆从善良市民织布师哈布那里逃走。坦贝的善良的市民们,请协助把他带回。他身长 5 英尺 2 英寸,面红目褐,有告知其下落者,奉送金环半副,将其带回本店者,愿奉送金环一副。——能按您的愿望织出最好布料的织布师哈布。”

(参考刘志明等编著的《广告传播学》)

(八) 世界上最早的报纸广告

虽有争议,但广告历史学家亨利·桑普森认为,第一篇名副其实的报纸广告出现于 1650 年,该报有关“国会诉讼程序”一栏里,登载了某家要求寻找被盗的 12 匹马的悬赏启事。另一位历史学家弗兰克·普莱斯伯利则认为,最早的报纸广告乃是《英国信使报》1625 年刊载的一则图书出版广告。

(摘编自刘志明等编著的《广告传播学》)