



# 现代

**Xiandai guanggao**  
**cijie**

# 广告词解

贵州省广告协会编

中国友谊出版公司

# 现代广告词解

贵州省广告协会 编

主编 贺永丰 王多明

中国友谊出版公司

---

1992年 北京

## (京)新登字 191 号

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| 书名 | 现代广告词解                              |
| 编者 | 贵州省广告协会                             |
| 出版 | 中国友谊出版公司                            |
| 发行 | 中国友谊出版公司                            |
| 印刷 | 贵阳黔灵印刷厂                             |
| 规格 | 787×1092 毫米 32 开本<br>14 印张 420000 字 |
| 版次 | 1992 年 2 月第 1 版                     |
| 印次 | 1992 年 2 月贵州第 1 次印刷                 |
| 印数 | 1-5020 册                            |
| 书号 | ISBN 7-5057-0078-2 / Z · 44         |
| 定价 | 9.75 元                              |

## 《现代广告词解》编辑委员会

顾问

肖英伟 刘祖刚 陈昭轩 饶观圣 蒋金林 周开良  
郭泰祥 邓家焕 陆廷伟 湛 笛

主编

贺永丰 王多明

审订

唐忠朴

编委

贺永丰 王多明 邓宗岳 贾肇华 祝秉权 郑药如  
任承华 邓小贵 廖友农 王葆华 马应钊 任明发  
姚世权 齐荫清 万祥富 刘怡森 田笃悌 彭学军

编撰者

贺永丰 王多明 王建玉 贾肇华 郑药如 祝秉权  
邓小贵 廖友农 李 琪 林 桦 张声茂 马 培  
王沛松 王燕来 任璐珈 邓冰泉 郑珊珊 吕 虹  
孟宪玲 吴湘黔

## 前 言

党的十一届三中全会以来，随着改革开放的不断推进和深化，我国的广告事业也伴随社会主义有计划商品经济的发展而迅速发展起来。广告经营单位倍增，从业人员队伍不断扩大，广告业已成为我国国民经济中一个新兴的充满生机和活力的行业。特别是近几年来，广告在传播信息，沟通产销，促进生产，活跃流通，指导消费，发展国际贸易经济等方面所发挥的重要作用，已引起社会各界的广泛重视。不少企事业单位，都在增设广告宣传机构；高等院校和科研部门也正在加强对这一新兴学科的研究。为使广大广告从业人员能获得一本通俗易懂的参考书籍，并通过这一工作对发展我国广告事业尽微薄之力，我们在贵州省广告协会的组织领导下，把近年来我国已出版的多种广告著作（包括译著）、刊物、报纸和国家颁发的广告法规及有关国家著名广告刊物中的资料搜集起来，将其专用名词、术语等，采用词目注释的形式加以归类整理，经过两年多的努力，编写出这本融知识性、政策性、资料性于一体的广告工具书。

本书由广告原理、各类广告、广告策略、广告设计、广告媒介、市场营销、广告管理、广告组织、广告书目、外国著名广告人物及组织等 10 个部份和附录组成。附录编入了中国广告协会和各省、市、自治区、计划单列市广告协会的组织领导机构；近几年我国和世界广告行业的有关统计资料等。全书 42 万多字。

广告是一门综合性的学科。它与经济学、商品学、管理学、市场营销学、社会心理学、公共关系学以及新闻学、传播学等，都有密切关系，为便于参考，本书将有关词目编入其中。书中有关广告管理的

125 条法规性词目，是参考广告管理机关的资料解释的。随着广告事业的发展，个别词目的解释在此书出版之时，很可能已经作了某些修改或补充解释，对此，读者在参阅时，请以政府主管机关现行解释为准。

《现代广告词解》在编写过程中，得到中国广告协会的指导；得到各省、市、自治区、计划单列市广告协会、贵州省工商行政管理局、贵州省社会科学院、贵州省广播电视大学、贵州省财经学院、贵州省商业专科学校等单位的大力支持；得到许多广告界同仁的关心和帮助。吉林省广告协会姚明盛、《人民日报》广告部张先华、上海广告装潢公司陈信根，以及中国广告协会秘书处的同志等，寄来有价值的资料，为丰富本书内容作出了贡献。特别是中国广告协会学术委员会副主任唐忠朴教授，在百忙中对本书进行了审订，增补了若干词目的内容。为此，在《现代广告词解》面世的时候，特向上述有关单位和提供资料的作者、译者、编者表示衷心感谢。

本书在编写时，由于受时间、资料、水平所限，在词目分类、词条释文等方面，难免有疏漏，甚至谬误之处。我们恳切希望广告界的同志们和广大读者朋友，批评指正。

《现代广告词解》编者

1991 年 10 月

# 总 目

|                       |         |
|-----------------------|---------|
| 一、分类目录 .....          | 1-21    |
| 二、正文 .....            | 1-354   |
| 广告原理 .....            | 1-48    |
| 各类广告 .....            | 49-111  |
| 广告策略 .....            | 112-139 |
| 广告设计 .....            | 140-190 |
| 广告媒介 .....            | 191-202 |
| 市场营销 .....            | 203-232 |
| 广告管理 .....            | 233-289 |
| 广告组织 .....            | 290-310 |
| 广告书目 .....            | 311-324 |
| 外国著名广告人物 .....        | 325-354 |
| 三、附录 .....            | 355-398 |
| 《广告管理条例》 .....        | 355-356 |
| 《广告管理条例施行细则》 .....    | 357-362 |
| 《广告行业自律规则》 .....      | 363     |
| 《广告行业岗位职务规范》 .....    | 364-367 |
| 中国广告协会领导机构 .....      | 368     |
| 各省、市、自治区、计划单列市广告协会    |         |
| 组织机构及通讯处 .....        | 369-376 |
| 贵州省广告协会部分会员单位简介 ..... | 377-380 |
| 中国广告业大事记 .....        | 381-391 |

|                                             |         |
|---------------------------------------------|---------|
| 1983—1990 年我国广告营业额统计 .....                  | 392—393 |
| 1989 年广告营业额在 5 亿美元以上的国家或地区 .....            | 394     |
| 1989 年世界部分国家或地区广告营业额, 国民生产总值<br>及所占比率 ..... | 395—398 |
| 四、词条笔划索引 .....                              | 399—419 |

## 分类目录

### · 广告原理 ·

|             |    |
|-------------|----|
| 广告 .....    | 1  |
| 广告学 .....   | 2  |
| 经济学 .....   | 3  |
| 管理学 .....   | 3  |
| 社会学 .....   | 4  |
| 商品学 .....   | 4  |
| 市场学 .....   | 5  |
| 行情学 .....   | 6  |
| 价格学 .....   | 6  |
| 流行学 .....   | 6  |
| 系统论 .....   | 7  |
| 信息论 .....   | 7  |
| 控制论 .....   | 8  |
| 信息学 .....   | 9  |
| 符号学 .....   | 9  |
| 色彩学 .....   | 9  |
| 暗示学 .....   | 10 |
| 运筹学 .....   | 10 |
| 决策学 .....   | 11 |
| 传播学 .....   | 11 |
| 新闻学 .....   | 12 |
| 广告经济学 ..... | 12 |
| 广告管理学 ..... | 12 |
| 广告设计学 ..... | 13 |
| 行为经济学 ..... | 13 |

|               |    |
|---------------|----|
| 组织经济学 .....   | 13 |
| 消费经济学 .....   | 14 |
| 经济效果学 .....   | 14 |
| 投入产出经济学 ..... | 15 |
| 公共关系学 .....   | 16 |
| 社会心理学 .....   | 17 |
| 经济心理学 .....   | 18 |
| 商业心理学 .....   | 18 |
| 广告心理学 .....   | 18 |
| 推销心理学 .....   | 19 |
| 消费心理学 .....   | 19 |
| 宣传心理学 .....   | 20 |
| 工商行政管理学 ..... | 20 |
| 广告主 .....     | 20 |
| 广告刊户 .....    | 20 |
| 广告表现 .....    | 21 |
| 广告作品 .....    | 21 |
| 现代广告 .....    | 21 |
| 广告战略 .....    | 22 |
| 广告策划 .....    | 22 |
| 广告要素 .....    | 23 |
| 广告主题 .....    | 24 |
| 广告目标 .....    | 24 |
| 广告行动目标 .....  | 25 |
| 广告目的 .....    | 25 |
| 广告创意 .....    | 25 |
| 广告创意原则 .....  | 26 |

## 2 分类目录

|                |    |                |    |
|----------------|----|----------------|----|
| 广告对象 .....     | 26 | 广告诉求 .....     | 36 |
| 广告语言 .....     | 26 | 广告频率 .....     | 36 |
| 电视广告语言 .....   | 26 | 广告的经久性 .....   | 36 |
| 广告话题 .....     | 26 | 信息目标 .....     | 36 |
| 广告标语 .....     | 27 | 广告传播目标 .....   | 37 |
| 广告咨询 .....     | 27 | 广告定位 .....     | 37 |
| 广告信息 .....     | 28 | 广告文化 .....     | 38 |
| 广告布局 .....     | 28 | 广告形象 .....     | 38 |
| 广告结构 .....     | 28 | 广告受众 .....     | 39 |
| 广告组织 .....     | 28 | 屏幕形象 .....     | 39 |
| 广告团体 .....     | 29 | 注意 .....       | 39 |
| 广告角色 .....     | 29 | 需要 .....       | 40 |
| 广告建议书 .....    | 29 | 需求 .....       | 40 |
| 广告奖 .....      | 29 | 广告想象 .....     | 40 |
| 广告费 .....      | 30 | 广告联想 .....     | 41 |
| 广告功能 .....     | 30 | 视角 .....       | 41 |
| 广告心理 .....     | 31 | 视野 .....       | 41 |
| 广告心理策略 .....   | 31 | 视觉后象 .....     | 41 |
| 广告心理功能 .....   | 32 | 视错现象 .....     | 42 |
| 广告心理过程 .....   | 32 | 定向 .....       | 42 |
| 广告信息个性 .....   | 33 | 符号 .....       | 43 |
| 广告感染力 .....    | 33 | 宣传 .....       | 43 |
| 广告心理效应 .....   | 33 | 宣传手法 .....     | 43 |
| 广告积累性效应 .....  | 33 | 新闻广告 .....     | 44 |
| 优先效应 .....     | 34 | 传播 .....       | 45 |
| 近因效应 .....     | 34 | 大众传播 .....     | 45 |
| 稀缺效应 .....     | 34 | 人际传播 .....     | 45 |
| 广告心理市场区隔 ..... | 34 | 中间传播 .....     | 45 |
| 广告二次性效应 .....  | 35 | 传播对象 .....     | 46 |
| 自己人效应 .....    | 35 | 大众传播媒体 .....   | 46 |
| 系列位置效应 .....   | 35 | 大众传播媒体特性 ..... | 46 |
| 品牌印象 .....     | 35 | 传播符号 .....     | 47 |

|                 |    |                 |    |
|-----------------|----|-----------------|----|
| 非语言符号 .....     | 47 | 楹联广告 .....      | 56 |
| 广告受众传播效果 .....  | 48 | 柜台广告 .....      | 57 |
| <b>· 各类广告 ·</b> |    |                 |    |
| 售点广告(POP) ..... | 49 | 悬挂广告 .....      | 57 |
| 标志广告 .....      | 49 | 墙面广告 .....      | 57 |
| 行业标志广告 .....    | 50 | 动态广告 .....      | 57 |
| 店标广告 .....      | 50 | 地面广告 .....      | 57 |
| 商品标志广告 .....    | 50 | 货架广告 .....      | 57 |
| 商标广告 .....      | 50 | 光源广告 .....      | 57 |
| 招贴广告 .....      | 50 | 招牌广告 .....      | 57 |
| 商品招贴广告 .....    | 51 | 封闭式柜台陈列售货 ..... | 58 |
| 营业招贴广告 .....    | 51 | 户外广告 .....      | 58 |
| 揭示招贴广告 .....    | 51 | 屋顶广告 .....      | 58 |
| 橱窗广告 .....      | 51 | 路牌广告 .....      | 59 |
| 综合性橱窗广告 .....   | 53 | 活动路牌广告 .....    | 59 |
| 专题性橱窗广告 .....   | 53 | 浮雕式路牌广告 .....   | 59 |
| 系列性橱窗广告 .....   | 53 | 电动多面体招牌广告 ..... | 59 |
| 季节性橱窗广告 .....   | 53 | 磁翻板路牌广告 .....   | 59 |
| 装饰性橱窗广告 .....   | 53 | 活动金属片路牌广告 ..... | 60 |
| 临街橱窗广告 .....    | 54 | 壁画广告 .....      | 60 |
| 室内橱窗广告 .....    | 54 | 站牌广告 .....      | 60 |
| 岛式橱窗广告 .....    | 54 | 天桥广告 .....      | 60 |
| 悬吊式橱窗广告 .....   | 54 | 钟塔广告 .....      | 60 |
| 壁橱式橱窗广告 .....   | 54 | 漂浮广告 .....      | 60 |
| 橱顶广告 .....      | 54 | 飞船广告 .....      | 60 |
| 店内广播广告 .....    | 55 | 霓虹灯广告 .....     | 61 |
| 展销会广告 .....     | 55 | 静态霓虹灯广告 .....   | 61 |
| 陈列架 .....       | 55 | 动态霓虹灯广告 .....   | 61 |
| 陈列台 .....       | 56 | 立式霓虹灯招牌广告 ..... | 62 |
| 陈列板面 .....      | 56 | 横式霓虹灯招牌广告 ..... | 62 |
|                 |    | 灯箱广告 .....      | 62 |
|                 |    | 立体模型广告 .....    | 62 |
|                 |    | 彩带广告 .....      | 62 |

#### 4 分类目录

|               |    |                 |    |
|---------------|----|-----------------|----|
| 马路护栏广告 .....  | 63 | 插入式广告 .....     | 69 |
| 跨街布条广告 .....  | 63 | 联券广告 .....      | 69 |
| 黑板报广告 .....   | 63 | 音乐杂志广告 .....    | 69 |
| 电子显示广告 .....  | 63 | 说话杂志广告 .....    | 69 |
| 电动广告 .....    | 63 | 跳动式立体杂志广告 ..... | 70 |
| 光导纤维广告 .....  | 63 | 无边版广告 .....     | 70 |
| 投影广告 .....    | 63 | 书籍销售广告 .....    | 70 |
| 太阳伞广告 .....   | 64 | 黄页广告 .....      | 70 |
| 景物结合广告 .....  | 64 | 传单广告 .....      | 70 |
| 圆柱广告 .....    | 64 | 商品说明书广告 .....   | 71 |
| 墙头油漆广告 .....  | 64 | 演出说明书广告 .....   | 71 |
| 印刷品广告 .....   | 64 | 贴签广告 .....      | 71 |
| 平面广告 .....    | 65 | 插签广告 .....      | 71 |
| 报纸广告 .....    | 65 | 标签广告 .....      | 72 |
| 系列性报纸广告 ..... | 65 | 祝贺卡广告 .....     | 72 |
| 报眼广告 .....    | 66 | 包装广告 .....      | 72 |
| 补白广告 .....    | 66 | 日历广告 .....      | 72 |
| 题(尾)花广告 ..... | 66 | 电影招贴广告 .....    | 73 |
| 联刊广告 .....    | 66 | 画册广告 .....      | 73 |
| 同贺广告 .....    | 66 | 连环画册广告 .....    | 73 |
| 中缝广告 .....    | 66 | 广播广告 .....      | 73 |
| 邮订广告 .....    | 67 | 普通广播广告 .....    | 74 |
| 报纸分类广告 .....  | 67 | 特约广播广告 .....    | 74 |
| P.I广告 .....   | 67 | 特设专题广播广告 .....  | 74 |
| 抽佣广告 .....    | 67 | 赞助性广播广告 .....   | 74 |
| 香味广告 .....    | 68 | 专栏性广播广告 .....   | 75 |
| 杂志广告 .....    | 68 | 插播广告 .....      | 75 |
| 杂志专辑广告 .....  | 68 | 歌曲广告 .....      | 75 |
| 折页广告 .....    | 69 | 电视广告 .....      | 75 |
| 跨页广告 .....    | 69 | 告知型电视广告 .....   | 76 |
| 多页广告 .....    | 69 | 演示型电视广告 .....   | 76 |
| 插页广告 .....    | 69 | 推荐型电视广告 .....   | 76 |

|                |    |                 |    |
|----------------|----|-----------------|----|
| 引证型电视广告 .....  | 76 | 交通广告 .....      | 82 |
| 故事型电视广告 .....  | 76 | 动体广告 .....      | 83 |
| 感情式电视广告 .....  | 77 | 交通设施广告 .....    | 83 |
| 悬念式电视广告 .....  | 77 | 车内活页广告 .....    | 83 |
| 幽默式电视广告 .....  | 77 | 汽车电视显示广告 .....  | 83 |
| 电视静止画面广告 ..... | 77 | 人体模型 .....      | 83 |
| 超级市场电视广告 ..... | 77 | 园林花坛广告 .....    | 84 |
| 闭路电视广告 .....   | 77 | 花坛广告 .....      | 84 |
| 电影广告 .....     | 78 | 漫画广告 .....      | 85 |
| 纪录式广告片 .....   | 78 | 篷帐广告 .....      | 85 |
| 动画广告片 .....    | 78 | 候车亭广告 .....     | 85 |
| 木偶广告片 .....    | 78 | 展览式售货 .....     | 85 |
| 幻灯广告片 .....    | 78 | 国际博览会 .....     | 85 |
| 口头广告 .....     | 79 | 工业广告 .....      | 86 |
| 实物广告 .....     | 79 | 原料广告 .....      | 86 |
| 音响广告 .....     | 79 | 主要设备广告 .....    | 86 |
| 木铎广告 .....     | 79 | 次要设备广告 .....    | 87 |
| 铸鼎广告 .....     | 80 | 组装部件广告 .....    | 87 |
| 刻碑广告 .....     | 80 | 供应品广告 .....     | 87 |
| 烽火台 .....      | 80 | 农业广告 .....      | 87 |
| 旗帜广告 .....     | 80 | 商业广告 .....      | 87 |
| 悬物广告 .....     | 80 | 贸易广告 .....      | 88 |
| 彩楼广告 .....     | 80 | 零售广告 .....      | 88 |
| 空中广告 .....     | 81 | 流行性商品促销广告 ..... | 88 |
| 风筝广告 .....     | 81 | 季节性商品促销广告 ..... | 89 |
| 实物立体广告 .....   | 81 | 滞销性商品促销广告 ..... | 89 |
| 冰灯广告 .....     | 81 | 服务行业广告 .....    | 89 |
| 人体广告 .....     | 81 | 直邮广告 .....      | 89 |
| 火花广告 .....     | 82 | 邮票广告 .....      | 90 |
| 模特广告 .....     | 82 | 邮戳广告 .....      | 91 |
| 门票广告 .....     | 82 | 明信片广告 .....     | 91 |
| 名录广告 .....     | 82 | 文娱活动中广告 .....   | 91 |

## 6 分类目录

|                          |    |               |     |
|--------------------------|----|---------------|-----|
| 征婚广告 .....               | 92 | 悬赏广告 .....    | 99  |
| 商业批发广告 .....             | 92 | 需要广告 .....    | 100 |
| 文化广告 .....               | 92 | 观念广告 .....    | 100 |
| 体育活动中的广告 .....           | 92 | 商誉广告 .....    | 100 |
| 外商来华广告 .....             | 93 | 诚实广告 .....    | 100 |
| 出口广告 .....               | 93 | 响应广告 .....    | 100 |
| 旅游点广告 .....              | 93 | 比较广告 .....    | 100 |
| 旅游商品广告 .....             | 93 | 联合广告 .....    | 101 |
| 开业广告 .....               | 93 | 合作性广告 .....   | 101 |
| 红利广告 .....               | 94 | 盈利广告 .....    | 101 |
| 转让广告 .....               | 94 | 非盈利广告 .....   | 101 |
| 售房广告 .....               | 94 | 消费者广告 .....   | 101 |
| 租赁广告 .....               | 94 | 媒介性广告 .....   | 102 |
| 讣告 .....                 | 94 | 全国性广告 .....   | 102 |
| 企业合并广告 .....             | 95 | 区域性广告 .....   | 102 |
| 搬迁、复业、变换电话<br>号码广告 ..... | 95 | 地方性广告 .....   | 102 |
| 债券广告 .....               | 95 | 国际广告 .....    | 102 |
| 国库券行情广告 .....            | 96 | 征求型广告 .....   | 102 |
| 美国的公共服务广告 .....          | 96 | 竞赛(猜)广告 ..... | 103 |
| 高科技广告 .....              | 96 | 劝导式广告 .....   | 103 |
| 电脑磁碟片广告 .....            | 96 | 报道式广告 .....   | 103 |
| 电话磁卡广告 .....             | 97 | 提醒式广告 .....   | 103 |
| 电脑信息服务广告 .....           | 97 | 直接性广告 .....   | 103 |
| 录像带广告 .....              | 97 | 间接性广告 .....   | 103 |
| 电子绘画广告 .....             | 97 | 迟效性广告 .....   | 103 |
| 传真广告 .....               | 98 | 将来性广告 .....   | 103 |
| 电脑喷画广告 .....             | 98 | 现时性广告 .....   | 103 |
| 太空球广告 .....              | 98 | 开拓期广告 .....   | 104 |
| 公益广告 .....               | 98 | 竞争期广告 .....   | 104 |
| 意见广告 .....               | 99 | 维持期广告 .....   | 104 |
| 馈赠品广告 .....              | 99 | 转换期广告 .....   | 104 |
|                          |    | 系列广告 .....    | 104 |

|               |     |                  |     |
|---------------|-----|------------------|-----|
| 阈限广告 .....    | 104 | 一面之词广告 .....     | 111 |
| 公共关系广告 .....  | 104 | 二面之词广告 .....     | 111 |
| 企业性广告 .....   | 106 |                  |     |
| 声誉广告 .....    | 106 | <b>· 广告策略 ·</b>  |     |
| 免费广告 .....    | 106 | 广告策略 .....       | 112 |
| 更正广告 .....    | 106 | 预测 .....         | 112 |
| “诱饵式”广告 ..... | 106 | 广告预测 .....       | 112 |
| 社会广告 .....    | 106 | 广告计划 .....       | 112 |
| 政府公告 .....    | 107 | 广告指标 .....       | 113 |
| 中奖广告 .....    | 107 | 广告预算 .....       | 113 |
| 谈判广告 .....    | 107 | 广告时机 .....       | 113 |
| 商标公告 .....    | 107 | 广告日期 .....       | 113 |
| “联姻”广告 .....  | 108 | 广告调查 .....       | 113 |
| 公告体广告 .....   | 108 | 广告问卷调查 .....     | 114 |
| 布告体广告 .....   | 108 | 广告信息调查 .....     | 120 |
| 证书体广告 .....   | 108 | 广告的区域选择 .....    | 120 |
| 新闻体广告 .....   | 108 | 可行性原则 .....      | 120 |
| 表格体广告 .....   | 109 | 统一性原则 .....      | 121 |
| 问答体广告 .....   | 109 | 具体性原则 .....      | 121 |
| 论说体广告 .....   | 109 | 集中性原则 .....      | 121 |
| 议论体广告 .....   | 109 | 广告产品定位策略 .....   | 121 |
| 抗辩广告 .....    | 109 | 广告产品生命周期策略 ..... | 122 |
| 抒情体广告 .....   | 110 | 开拓性广告策略 .....    | 123 |
| 描写体广告 .....   | 110 | 劝导性广告策略 .....    | 123 |
| 说明体广告 .....   | 110 | 提醒性广告策略 .....    | 123 |
| 简介体广告 .....   | 110 | 广告目标市场策略 .....   | 123 |
| 诗歌体广告 .....   | 110 | 广告促销策略 .....     | 124 |
| 戏剧体广告 .....   | 110 | 广告差别策略 .....     | 125 |
| 曲艺体广告 .....   | 110 | 广告时间策略 .....     | 125 |
| 散文体广告 .....   | 111 | 广告系列策略 .....     | 126 |
| 故事体广告 .....   | 111 | 密集性广告策略 .....    | 127 |
| 幽默体广告 .....   | 111 |                  |     |

## 8 分类目录

|                 |     |                       |     |
|-----------------|-----|-----------------------|-----|
| 集中市场广告策略 .....  | 127 | 移动平均法 .....           | 135 |
| 制宜式国际广告策略 ..... | 127 | 指数平滑法 .....           | 135 |
| 标准式国际广告 .....   | 127 | 季节预测法 .....           | 135 |
| 任意法 .....       | 127 | 相关关系预测法 .....         | 135 |
| 定率计算法 .....     | 127 | 单相关分析 .....           | 135 |
| 比率法 .....       | 128 | 简单回归预测 .....          | 136 |
| 销售额百分比法 .....   | 128 | 复相关分析 .....           | 136 |
| 盈利百分比法 .....    | 128 | 多主回归预测 .....          | 136 |
| 销售单位法 .....     | 128 | 自相关分析 .....           | 136 |
| 竞争对抗法 .....     | 129 | 广告评估 .....            | 136 |
| 目的完成法 .....     | 129 | 销售效果评估 .....          | 136 |
| 逻辑思维法 .....     | 129 | 广告二次作用 .....          | 136 |
| 认识试验法 .....     | 130 | 百万字行发行费 .....         | 137 |
| 决策程序法 .....     | 130 | 千人页发行费 .....          | 137 |
| 总边际法 .....      | 130 | 每秒万人价格 .....          | 137 |
| 按产品情况确定预算法 ...  | 130 | 千人广告成本 .....          | 137 |
| 实验式的预算确定法 ..... | 130 | 广告主观评价 .....          | 137 |
| 必要数额法 .....     | 131 | 广告客观评价 .....          | 138 |
| 广告收益递增法 .....   | 131 | 微型广告效果录像摄<br>影机 ..... | 139 |
| 销售收益递减法 .....   | 131 |                       |     |
| 缩减报酬法 .....     | 131 |                       |     |
| 调查研究的目标方法 ..... | 131 | · 广告设计 ·              |     |
| 广告效果 .....      | 132 |                       |     |
| 广告效果测定 .....    | 132 | 广告设计 .....            | 140 |
| 销售额变动测定法 .....  | 133 | 市场传播活动中的              |     |
| 接触广告购买率测定法 ...  | 133 | 五个 W .....            | 140 |
| 广告效果调查 .....    | 134 | AIDA 法则 .....         | 140 |
| 用户调查预测法 .....   | 134 | 五 I 法则 .....          | 140 |
| 销售人员预测法 .....   | 134 | 四 F 法则 .....          | 140 |
| 管理人员预测法 .....   | 134 | DDPC 法则 .....         | 140 |
| 综合判断预测法 .....   | 134 | 九点法则 .....            | 141 |
| 时间顺序预测法 .....   | 134 | 七步曲 .....             | 141 |

|                    |     |                |     |
|--------------------|-----|----------------|-----|
| 五P原则 .....         | 141 | 广告文本 .....     | 148 |
| 广告创意中的 Plusa ..... | 141 | 广告文案 .....     | 148 |
| 广告作家 .....         | 142 | 广告文稿 .....     | 149 |
| 广告设计师 .....        | 142 | 广告文体 .....     | 149 |
| 广告摄影师 .....        | 142 | 广告口号 .....     | 149 |
| 广告设计的注目效果 .....    | 142 | 广告警句 .....     | 149 |
| 广告设计的情绪因素 .....    | 142 | 广告字体 .....     | 150 |
| 广告设计的信息含量 .....    | 143 | 字体编排 .....     | 150 |
| 广告品牌形象法 .....      | 144 | 外文广告字体 .....   | 150 |
| 广告技术 .....         | 144 | 广告标题 .....     | 151 |
| 广告技巧 .....         | 144 | 直接标题 .....     | 151 |
| 广告悬念 .....         | 144 | 间接标题 .....     | 151 |
| 正面告知型广告设计 .....    | 145 | 复合标题 .....     | 151 |
| 对比反衬型广告设计 .....    | 145 | 印刷广告布局 .....   | 152 |
| 攀附顺诉型广告设计 .....    | 145 | 广告花边 .....     | 153 |
| 启发暗示型广告设计 .....    | 145 | 封面设计 .....     | 153 |
| 引发联想型广告设计 .....    | 146 | 广告位置 .....     | 153 |
| 艺术渲染型广告设计 .....    | 146 | 报刊广告设计编排原则 ... | 153 |
| 平衡 .....           | 146 | 报刊广告结构 .....   | 154 |
| 动向 .....           | 146 | 报纸广告设计的心理      |     |
| 统一 .....           | 146 | 特性 .....       | 154 |
| 集中 .....           | 146 | 空白版面 .....     | 155 |
| 广告制作 .....         | 147 | 广告要目 .....     | 155 |
| 拼合 .....           | 147 | 广告插图 .....     | 155 |
| 倒置 .....           | 147 | 标准设计型 .....    | 155 |
| 写实 .....           | 147 | 标题设计型 .....    | 156 |
| 夸张 .....           | 147 | 反常设计型 .....    | 156 |
| 对比 .....           | 147 | 文字设计型 .....    | 156 |
| 点光 .....           | 147 | 标准变化设计型 .....  | 156 |
| 示范手法 .....         | 147 | 圆图设计型 .....    | 156 |
| 广告制作步骤 .....       | 147 | 图片左右设计型 .....  | 156 |
| 广告写作 .....         | 148 | 四点设计型 .....    | 157 |