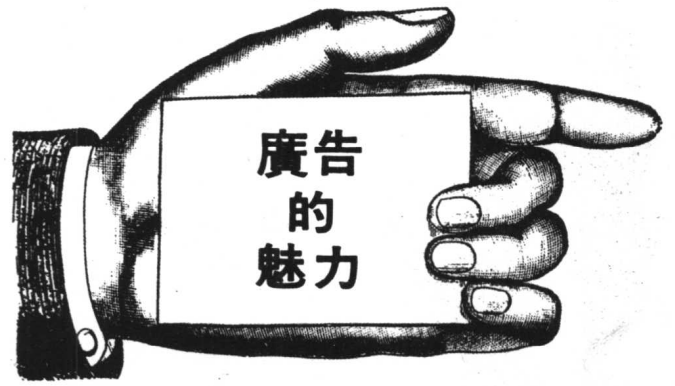


廣告的魅力

地球編輯暨資料中心 主編



les charmes de
LA PUBLICITÉ



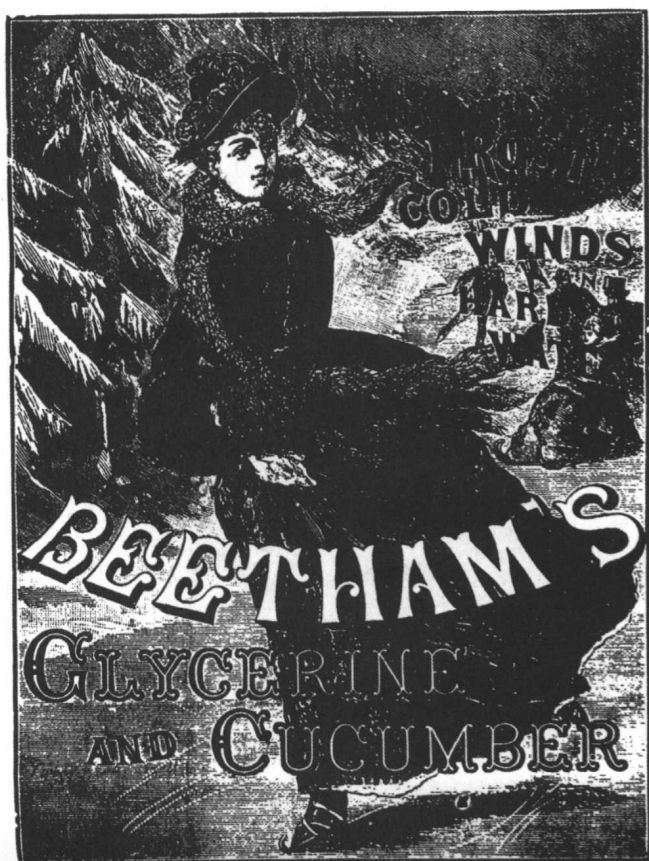


廣告的魅力

地球編輯暨資料中心 主編



les charmes de
LA PUBLICITÉ



Jacques Sternberg
les charme de LA PUBLICITÉ



目 錄

序 言 (傑克・斯敦堡)	6
第一章 各式各樣的圖案	11
第二章 女性的細小附件	43
第三章 男性的武器	69
第四章 人人喜歡的飲料	87
第五章 入迷於交通工具	119
第六章 大眾傳播成就的輝煌	151

Handwritten signature: Hxth/15/03

**AN ERROR
IN
JUDGMENT.**



The Lady should have used

**"BIAS
VELUTINA,"**

The SKIRT FACING that

ALWAYS LOOKS SMART,
OUTWEARS THE DRESS,
WON'T RUB BOOTS.
1½ inch and 1½ inch wide.

KEPT BY EVERY GOOD DRAPER.

Insist on
having
"VELUTINA."
There is no better than the best.

序

最近，「你厭煩廣告嗎？」這個廣告成了最熱門的話題。對於這突如其來的詢問，如果要坦白回答的話，我想，每個人的答案一定都是討厭的。因為若廣告出現在收音機裡，我們會覺得刺耳；出現在電視或雜誌上，會影響我們看的心情；出現在電影裡會引起我們的睡意；而一旦在馬路或公車上，到處都貼滿了廣告，更會讓我們感到不耐煩。因此，儘管一個好的廣告可以刺激大眾消費，增加物品的銷售量，但我還是認為廣告是一個令人討厭的東西。

也許讀者會覺得奇怪，本書原是為讚美廣告而寫的，但是，我在序文之初，卻說自己是討厭廣告的，這不是一件很矛盾的事嗎？更何況，這跟書名「廣告的魅力」也是不符合的。其實，我也並不是天生就厭惡廣告的，而實在是因為現代的一尤其是近十年來的一廣告太令我失望了，不但專制而具有侵略性，甚至所表現的盡是一些醜惡、陳腐與頹廢的內容，極盡諂媚之能事，真是讓人難以忍受。

當然，我對古老的一些廣告還是很有興趣的，特別是20年代初期的法國belle epoque的廣告精華，不但技巧的運用了一般日常生活建築物的外觀，更設計了一些有關造型藝術畫刊式的線條，讓我深深的體會到廣告本身的魅力。而自1880年至1914年，更是充滿詩情畫意廣告的黃金時代，人們為了Artdeco的一個輕鬆而有漩渦曲線的廣告，幾乎瘋狂了十年的時間。自1935年以後，又逐漸進入了Monopuri和Plizunick (M. P.都是超級市場連鎖店，把相同

COUNTRY PARCELS	ad
forwarded carriage paid to	ad
part of the United Kingdom.	

Illustrated Price List with Self-Measurement Form and
PATTERNS for BESPOKE GARMENTS
Post Free on Application.



RINK SUIT



YOUTHS' OVERCOAT

Illustrated
PATTE



NORFOLK S
NEW, NEW, &



MAN-O'-
SUP



JERSEY
VALVE
MIL. 10/10/10



SUIT
S/VL
S/VL

SUIT
S/VL
S/VL



IN SUIT,
S. M. W. W. W.
S. M. W. W. W.



NAVAL SUIT
Valour, spirit, and
manly style, are
the hallmarks of the
naval suit.



ETON SU
JUNE 20th
Barnes, Surrey
S.W. 13



RUGBY SCHOOL
 1870, 1871, 1872, 1873, 1874, 1875, 1876, 1877, 1878, 1879, 1880, 1881, 1882, 1883, 1884, 1885, 1886, 1887, 1888, 1889, 1890, 1891, 1892, 1893, 1894, 1895, 1896, 1897, 1898, 1899, 1900, 1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906, 1907, 1908, 1909, 1910, 1911, 1912, 1913, 1914, 1915, 1916, 1917, 1918, 1919, 1920, 1921, 1922, 1923, 1924, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929, 1930, 1931, 1932, 1933, 1934, 1935, 1936, 1937, 1938, 1939, 1940, 1941, 1942, 1943, 1944, 1945, 1946, 1947, 1948, 1949, 1950, 1951, 1952, 1953, 1954, 1955, 1956, 1957, 1958, 1959, 1960, 1961, 1962, 1963, 1964, 1965, 1966, 1967, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541,



CRICKET
TROUSERS
4/6, 5/6, 6/6



15 JULY 2004

我這樣解釋，有些讀者可能又會反駁說：拿以前的名

本書所收錄的，是以三〇年代以前的廣告作品為對象。因為在三〇年代以後，市面上已充斥被諷刺為人類第二隻眼（謂比人類原有的雙眼更缺乏創造性）的照相機所拍攝出來的照片廣告了。自1945年以後，為本書收錄的廣告設計家（包括各種圖案、素描設計），更幾乎已被人們遺忘。儘管以往他們的廣告設計，是那麼地具有魔力與神奇的效果，具有超凡的創造力和想像力，如今仍只有面臨被忽略的命運。而現在一般的廣告設計師，即使作品平凡無

奇，但只要利之所趨，也能受到人們的重視。甚至，爲了節省時間或其他因素，有些廣告還委託非專業的、做其他各種工作的人製作，這些人只講求效率，根本沒有時間打開書慢慢思考或仔細研究，又怎能有好的作品呢？但是，現代社會到處都可看見這種庸俗、毫無經驗而又墨守成規的粗劣廣告，不論是牆壁上、報紙上或電影廣告等，只要有廣告的地方，就有它們的存在。

在法國，報紙開始有廣告，大約起自1827年，雖然這比英國報上的廣告設計幾乎晚了三十年，但是，當時法國的人們，對廣告的設計卻非常用心。直到政府當局對報社等言論機關採取扣稅的措施以後，情況才有了很大的轉變，而廣告的品質就開始走下坡了。

1827年法人愛彌兒·吉拉爾丹發明了以拉廣告的方法，使報紙因此能比原價更低的價格出售。自此以後的一個半世紀的歲月裡，靠廣告維生，成了經營報業者的重要依據。於是，同樣的產品，在作廣告與不作廣告二者的競爭下，往往使得想不經廣告而推銷商品的企業家，最後只有臨倒閉或破產的命運。當然，各種商品的廣告費用，也因此而節節上漲。

1836年，愛彌兒·吉拉爾丹又創立了「拉、普里斯」日報。因爲辦理廣告的關係，使得訂閱此報的家庭，每年僅須支付四十法郎（只需其他報紙的一半）的報費。當然在愛彌兒的「拉、普里斯」報上，約有三分之一的廣告，

而這些廣告大都是以有關不動產、書籍與醫學藥品爲主。

就在同一時期，位於大西洋另一邊的美國，其廣告也正不斷的成長。在這種急速成長的衝擊之下，報社與刊登廣告的廠商便聯合起來，於是又誕生了許多的「廣告代理商」了。例如，自1845年以來，查理·戴維利埃就在巴黎開設了218家的廣告代理商；他把所收集來的廣告，分別刊登在「拉、普里斯」、「路、康斯提蕭尼爾」與「列、德巴」三家報紙上。

在1860年以前，廣告是沒有什麼特色的，只有一般普通的格式，自然提不起人們的興趣。沒想到自具有藝術性的廣告出現以後，情況就大大的不同了。因爲廣告本身所具有的獨特形式與簡潔而有個性的表現，於是開拓了一個新的、充滿廣告的世界，尤其法國的廣告設計家，對報紙的迅速發展與開發，有很大的貢獻。像「朱爾·雪萊」、「杜爾斯·勞德列克」、「史朗丹·波那魯」、「卡比埃洛」、「密夏」、「維列特」、「格拉塞」、「福蘭」等人，都是當時著名的廣告設計家，也因爲這些藝術家對報紙的貢獻，而吸引了更多的訂閱者。當然，這個時候的美、英、比利時、德等國的廣告，也已突破了原有的瓶頸而正迅速成長中。

然而，靠著廣告的吸引力，辦理報業真能這麼順利嗎？答案是否定的。雖然，報紙的發行已經得到社會大眾與世界人士的肯定，但由於發行量的激增，廣告乃逐漸失去

A HEALTHY, SOFT, & BEAUTIFUL SKIN (WITHOUT COSMETICS)
FREE TRIALS!!!



By means of **THE NEW PATENT PARISIAN VAPORISER.** Used by **Madame ADELINA PATTI.**

了它的衝擊力而暴露出更多的缺點。不論在何處，都有廣告進入人們的視野裡，形成人們對廣告的排斥，認為廣告其實只不過是日常生活裡極為平凡、毫不起眼的東西；在各種口號、標語或大眾傳播工具的廣告泛濫情形下，廣告已不再具有影響力了。因此，一些規模較大的出版刊物的公司，爲了要吸引住讀者的目光，只有想盡辦法去尋找一些新的廣告題材了。

不過本書中所收錄的，都是尚未失去影響力以前的廣告作品。說來也許很難令人相信，競爭尚未劇烈時期的廣告，幾乎都比現在的無數廣告更具衝擊力，因為現代的廣告，是那麼的單調，較顯明的作品，可說絕無僅有；因此即使把以前的廣告，拿到現代的報章雜誌上刊登，仍能充分發揮它們的吸引力。換句話說，自1895年到1935年這段期間的廣告，完全以新鮮與創造性爲設計的基準，具有造型美和衝擊力，故在本書編輯之初，收錄作品時，很容易就找到許多奇特的作品。

雖然，大部分的人已逐漸開始覺醒，但是仍有少數的人們會因爲自己的小小發明，就得意忘形。一個著名的廣告代理商就曾宣傳說：「廣告是自1935年開始有的」，對於這種說法，我想很多人都知道他的錯誤；也許近年來，人類生活在量的方面，不斷趨於豐富，但這並不能彌補許多已經喪失事物的價值。尤其，在盲目的忙碌情形下，這個時代的許多產物，已經面臨泛濫、且快要崩潰的危機了。

。然而，儘管已經到了快無法挽救的地步了，許多人對過去有價值的東西，仍不知關心、珍惜，不再花心思熟慮的功夫，一心一意的研究新的事物，更不願埋頭苦幹來達成自己的任務，而只希望加快速度，生產愈多愈好，認為這樣才能發揮直接的效果。

於是，吸引社會大眾的，只剩下強暴、殺人一類的衝擊事件，具美感而稀奇的東西，不但不再新鮮，且被認為是落伍而跟不上時代的。大家只知道把寶貴的時間用在可以獲取名利的事物上，或是對卑俗、陳腐、常見而熟習的、毫不重要的東西，卻花盡心思，像沈迷電視、電影、花邊新聞，雜誌等。至於所謂的現代創造者，在不良的環境影響之下，雖然缺乏對事物的認知能力，甚至什麼都不懂，但仍能有錢有權，裝模作樣的生存下去，即使偶爾也會有人對他們加以批評或諷刺，仍無法遏阻這種流行的趨勢。

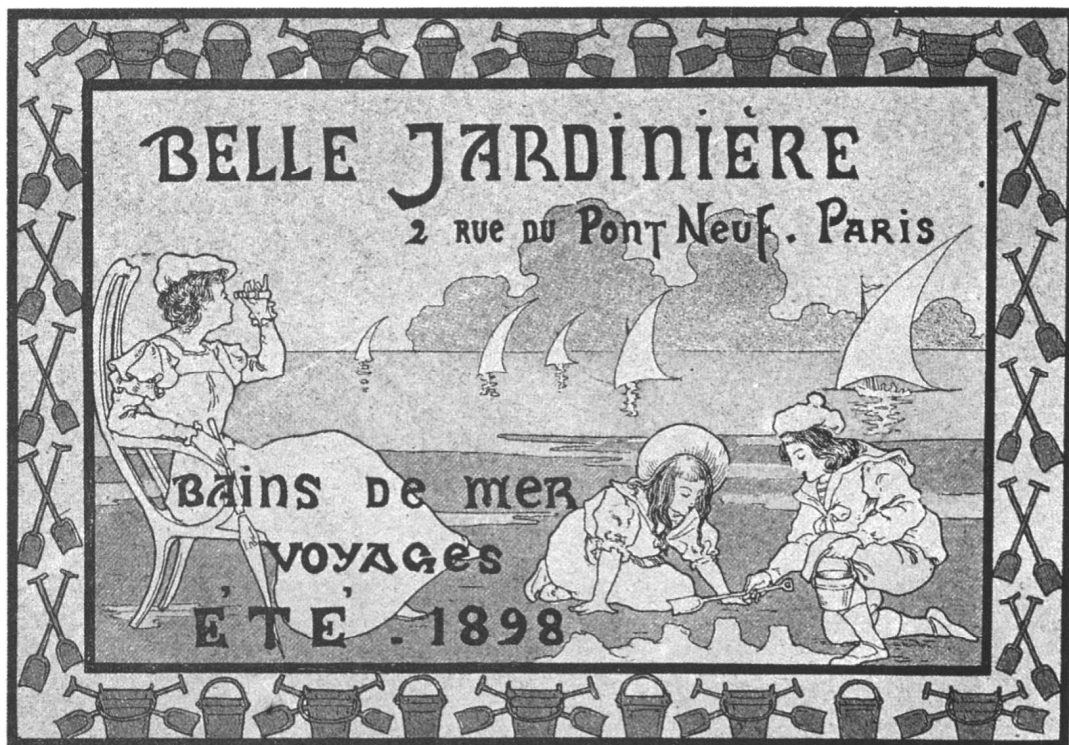
近三十年來，在廣告方面，我們幾乎已沒有創造任何東西，或有任何新的發現。常常在不自覺的情形下，新的作品，只不過是由舊有的東西抄襲或修改而來，且反覆不停的做著同樣的一件事情，這種作法，猶如在黑暗中獨自摸索，是毫無用處的。

本書所收錄的廣告，都是一些足爲樣本的良好作品，且往往能引發人們的鄉愁及思古幽情，我甚至可以說，它們比現代的作品更現代化。撇開想像力不談，人們即使不

接觸其他東西，看到這些廣告，也能發出會心的一笑，而產生許多美好的幻想。故比起只能驚動他人或促使人們購買的衝擊力，這種具有創造性及充滿詩情畫意外型的作品，更能成為時代的證言。

各式各樣的圖案





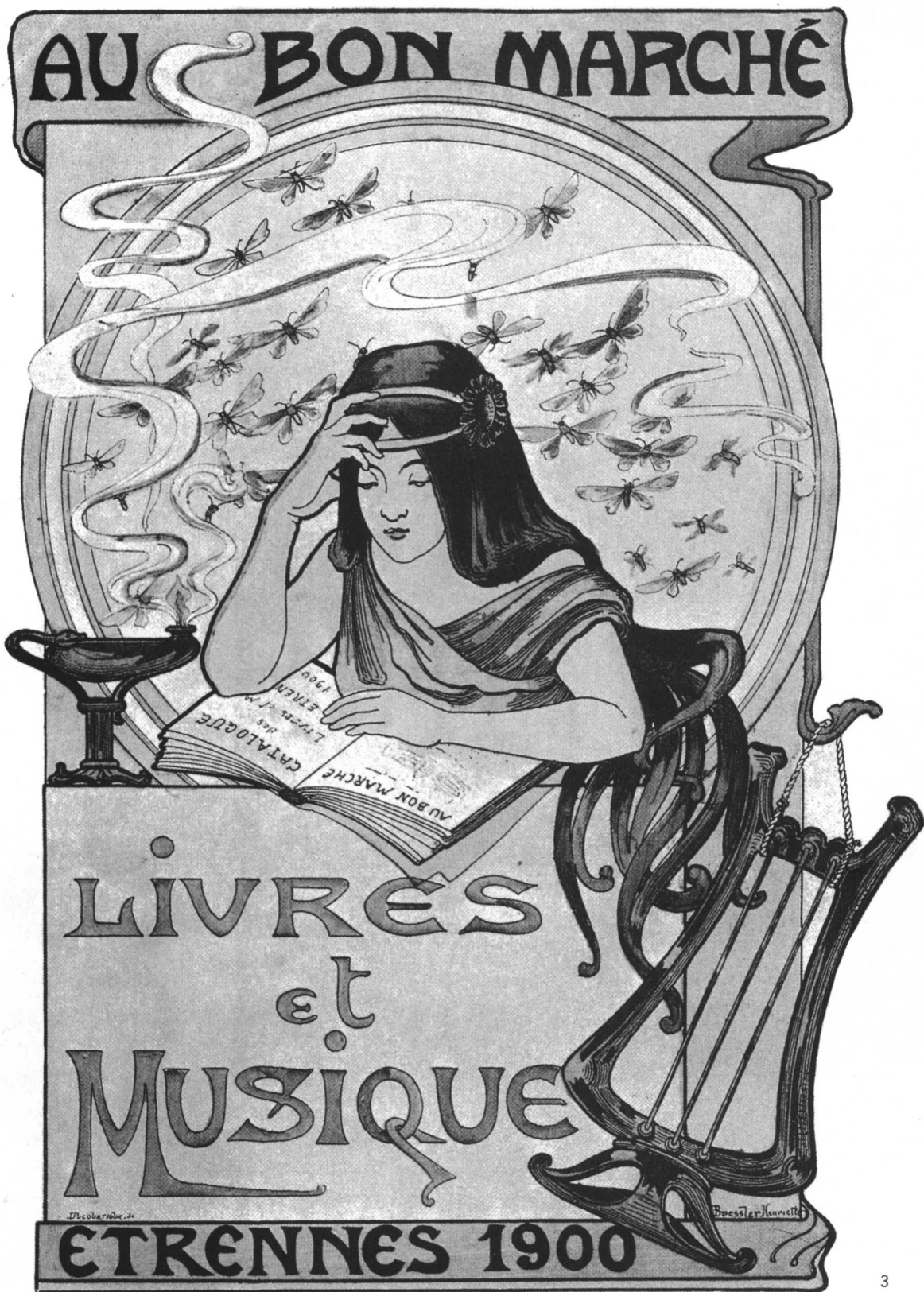
1



2

1 作者不詳，1898年，貝爾·嘉蒂尼耳，海水浴和旅行用品。

2 作者亨利·提里埃，1898年，貝爾·嘉蒂尼耳，1898—99年冬季特選目錄。



3



4 作者路尼·培安，奧·特洛瓦·卡提埃（百貨店），禮品玩具。

5 不詳。

6



AU
LOUVRE

PLACE du PALAIS-ROYAL
· PARIS ·

BAINS DE MER



- 6 作者阿貝爾·特里歐，奧·羅浮（百貨店），海水浴用品。
7 作者不詳，1980年，貝爾·嘉蒂尼耳，1908—09年冬秀目錄。
8 作者路尼·培安，奧·波昂·馬歇爾（百貨店），禮品玩具。

7

Telephone:
106.83 125.82
108.84 125.88

BELLE JARDINIÈRE
2, Rue du Pont-Neuf, PARIS

CATALOGUE GÉNÉRAL
Hiver 1908-09

AU BON MARCHÉ
Maison A. BOUICAUT PARIS

AU BON MARCHÉ
Maison A. BOUICAUT - PARIS

**ÉTRENNES
JOUETS**

lundi 6 Décembre
et pendant
tout le mois

Ce que j'ai découvert au PÔLE NORD !

8



ÉTRENNES · JOUETS

9 作者傑·瓦格尼爾，1902年，奧·波昂·馬歇爾（百貨店），禮品玩具。