

广告商标知识

GUANG GAO SHANG BIAO ZHI SHI

姚明盛 编

中国展望出版社

广告商标知识

姚明盛 编

一九八九年·北京

广 告 商 标 知 识

姚明盛 编

中国轻工业出版社出版

(北京西城区太平桥大街4号)

长春市南关区金安印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

开本787×1092毫米1/32 印张15.625 字数239(千)

1989年4月北京第1版 1989年4月第1次印刷

印数1—4300册

ISBN7—5050—046—1/F·217 定价：4.60元

前 言

广告、商标是商品经济的产物。伴随着社会经济、科学文化的日益发展，广告、商标也不断地进步。19世纪以来，由于资本主义商品生产发展到高级阶段，出现了现代广告、商标，而且形成了独立的学科。现代广告是涉及到经济学、文学艺术、信息学、心理学、社会学、公共关系学、控制学、新闻学等的综合性科学。商标学是研究商标设计制作、管理及发展规律的科学。广告学与商标学是有着共同血缘、密切关连的学科。

广告学和商标学是发展商品经济不可缺少的科学，我国要实现工农业生产现代化，发展有计划的商品经济，参加国际经济大循环，都需要研究广告和商标理论，发展广告事业。

本书收集国内外广告、商标知识，奉献给广告商标工作者及工商企业有关人员，愿做为发展广告商标事业的一块小小的铺路石。全书分为综合、广告种类及媒介、广告管理、广告设计与管理、广告经营与策划、广告心理、商标、人物、组织、书刊等10个专题，共850条，还附录《广告管理条例》、《广告管理条例实施细则》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国商标法实施细则》、《保护工业产权巴黎公约》、《商标国际注册马德里协定》、《国际广告从业准则》、《商标注册用商品和服务国际分类表》、《中国广告协会章程》和我国各省、市、自治区1986年广告营业额

等资料。

本书编写过程中曾参阅：徐百益编《实用广告手册》、唐忠朴贾斌主编《实用广告学》、杨荣刚著《现代广告学》、日本川胜久著《广告心理学》、马场房子著《消费者心理学》、《塑造形象的艺术——公共关系学概论》（科学普及出版社）、《社会主义市场经济学简论》（中国财政经济出版社）、欧万雄、孙晓峰主编《商标注册指南》、刘立宾著《摄影广告的艺术构思与表现》、王世德主编《美学辞典》、《简明不列颠百科全书》（中文版）、丁允朋著《现代广告设计》、《中国广告》1981年至1988年各期杂志等著述和资料，还得到广告界专家学者的大力支持，特向他们表示衷心的感谢。

对本书的体系作如下说明：

(1) 词条分专题编排，按汉语拼音字母为序排列。

(2) 词条有多种称呼的，以常见者为主，其余的也分别列出，不作详细解释。

(3) 词条有多种含义者，分别列出。

本书由吉林省广告协会与吉林日报社、吉林人民广播电台、吉林电视台、吉林省国际广告公司、吉林市人民广播电台、吉林市电视台、延边人民广播电台、延边电视台、《东西南北》杂志社、长春人民广播电台、长春日报社共同组稿。本书的出版，得到的热心支持，谨在此表示谢意。

因编者水平及资料所限，书中差误不足之处在所难免，期望读者批评指正。

编者

1988年5月1日于长春

目 录

(一) 综 合

A

AE制度 1

B

勃克广告奖 1

C

传播学 1

传统广告 1

D

代理制 2

G

公共关系学 2

广告 3

广告传播方式 6

广告道德 6

广告行业 7

广告行业结构 7

广告奖 8

广告经济学 8

广告经营管理学 8

广告客户 8

广告美学 8

广告人 9

广告社会学 9

广告史 9

广告系统要素 11

广告行为 11

广告行政管理学 11

广告学 12

广告咨询 12

广告主 12

广告专业人员 13

广告作用 13

K

客里欧奖.....14

信息论美学.....21

M

美国广告发源地.....14

Y

原始广告.....22

N

年度广告人奖.....15

Z

专户执行人.....22

最差广告奖.....22

R

日本广告电通奖.....15

(二) 广告种类及媒介

S

商品经济.....15

社会主义广告特征.....16

世界广告大国.....17

B

八栏.....23

暴光价值.....23

报眼广告.....23

报纸广告.....23

包装广告.....24

比较广告.....24

闭路电视广告.....25

边峰.....25

标准式国际广告.....25

冰灯广告.....25

补白广告.....26

簿册广告.....26

W

外加酬报.....18

微观经济学.....18

五种广告类型国家.....19

X

现代广告.....19

香港广告业.....19

新闻广告学.....20

信息.....20

信息广告学.....21

C

插播.....26

插页广告	26
彩色广告	26
超级市场电视广告	26
产品样本	27
车厢广告	27
持续期	27
橱窗广告	27
橱顶广告	28
出口广告	29
传播	29
传单广告	29
传真广告	29
重复出现	29
冲力	29
冷气广告	29

D

大众媒介	30
到达率	30
单纯媒介	30
灯光广告	30
灯笼广告	30
灯箱广告	30
灯柱广告	31
点播电视广告	31
电动多面广告牌	31
电话亭广告	31

店内广播广告	31
电脑控制大屏幕彩色液晶 显示器	31
电视广告	32
电视影片广告	32
电影广告	33
电子广告	33
电子显示屏广告	33
低峰	33
地方性媒介	33
DM	33
段	34
多国广告	34
动画广告	34
动体广告	34

E

二栏	34
----	----

F

分割广告	34
分类广告	34
封面封二封三封底	35
风筝广告	35
浮雕式广告	35
覆盖面	36
附加型广告	36

服务广告.....36

观(听)众率.....42

G

高峰.....36

更正广告.....36

公共关系广告.....36

公共事业广告.....37

工业广告.....37

公益广告.....37

广播广告.....37

光导纤维广告.....38

广告报.....38

广告分类.....39

广告辅助手段.....39

广告栏.....39

广告媒介.....40

广告模特儿.....40

广告牌.....41

广告旗.....41

广告宣传.....41

广告宣传费.....41

广告宣传队.....41

广告要目.....41

广告邮票.....42

国际广告.....42

挂历广告.....42

观念广告.....42

H

海报.....42

合作广告.....43

黑白广告.....43

幻灯广告.....43

黄页.....43

幌子.....43

混合媒体.....44

活动广告.....44

活动金属片广告.....44

活动型媒体.....44

火花广告.....44

户外广告.....45

J

激光全息图片.....45

间接行动广告.....45

间接性广告.....45

间歇期.....45

奖券广告.....45

将来性广告.....46

交通广告.....46

接近型媒体.....46

节目广告.....46

节日户外广告.....46

经济广告	46
酒帘	47

K

卡西欧杯家庭演唱大奖赛	47
空白版面	47
空中广告	47
口头广告	48
跨街布条广告	48
馈赠广告	48

L

栏厘米	48
劳务广告	48
立体广告	49
联播广告	49
联刊广告	49
路牌广告	49
露天广告	50
录像带广告	50
旅游招贴画	50

M

马路护栏广告	50
脉冲式发布	50
漫画广告	51

媒介策略	51
媒介传播频率	51
媒体指导	51
门票广告	51
民墙广告	51
名录广告	52
明星广告	52

N

农药广告	52
霓虹灯广告	52
年画广告	53

P

频率	53
撇脂媒体选择法	54
PoP 广告	54
普通广告	54

Q

气棒式晃动广告	54
千人价格	54
企业广告	54
球场广告	55
全国性广告	55

R

人身广告.....55

S

三色柱.....55

30秒.....56

商标广告.....56

商品广告.....56

社会广告.....56

生活情报广告.....56

受次.....57

受率.....57

受面.....57

受期.....57

售点广告.....57

四大广告媒体.....57

四栏.....57

视觉传达广告.....58

视听传达广告.....58

实物广告.....58

书籍招贴画.....58

书刊广告.....58

T

太空球广告.....58

台历广告.....59

体育广告.....59

特约广告.....59

特设专题广告.....59

跳动式立体广告.....59

听觉传达广告.....60

同贺广告.....60

通栏.....60

通条.....60

通用媒体.....60

投影广告.....60

突发期.....61

图画广告.....61

W

外商广告.....61

微型广告.....61

文化广告.....61

文娱广告.....62

X

现场直播广告.....62

现时性广告.....62

新闻广告.....62

悬物广告.....63

选择广告媒介原则.....63

Y

烟幕广告.....63

意见广告.....63

一栏	64
一栏一行	64
邮寄广告	64
医药广告	64
音响广告	65
音乐广告	65
印刷	65
印刷广告	66
楹联广告	66
硬销售广告	67
舆论广告	67
园林广告	67
圆柱广告	67
月份牌广告	67

Z

杂志广告	67
赞助广告	68
站牌广告	69
展期	69
展示性广告	69
招贴广告	69
增刊专版广告	69
赠送报纸	69
正面地位	69
正直广告	70
钟塔广告	70

中奖广告	70
中央双面	70
直达型媒体	70
直接行动广告	70
直接性广告	70
直邮广告	71
制宜式国际广告	71
专业广告	71
专业性媒体	71
专用媒体	71

(三) 广告管理

C

承接或代理外商来华广告	72
承制广告单位	72

D

吊销营业执照(广告经营许可证)	72
-----------------	----

F

罚款	72
----	----

G

广告代理	73
------	----

广告代理费	73
广告代理人	73
广告法规	73
广告管理	74
广告管理条例	74
广告管理条例施行细则	

.....75

广告管理暂行条例	75
----------	----

广告管理暂行条例实施 细则	75
------------------	----

广告合同	76
------	----

广告回扣	76
------	----

广告经营范围	76
--------	----

广告经营许可证	76
---------	----

广告经营者	76
-------	----

广告审查制度	77
--------	----

广告社会管理	77
--------	----

广告业务档案	77
--------	----

广告业务代理费	78
---------	----

广告业务员	78
-------	----

广告业自律	78
-------	----

广告佣金	79
------	----

国家工商行政管理局	79
-----------	----

J

兼营广告业务的事业单位	
.....	79

L

临时经营广告业务单位	
.....	79

M

没收违法所得	80
--------	----

P

赔偿金	80
-----	----

赔偿损失	80
------	----

Q

企业法人营业执照	80
----------	----

T

停业整顿	80
------	----

通报批评	80
------	----

W

违法广告	80
------	----

X

虚假广告	80
------	----

Y

一次性发布广告单位	81
-----------	----

营业执照	81
------	----

Z

责令公开更正	81
制作广告单位	81
专营广告业务的企业	81

(四) 商 标

B

保护工业产权巴黎公约	83
------------	----

保证商标	84
------	----

必须使用注册商标的商品	84
-------------	----

变更注册	84
------	----

标志	84
----	----

第四	85
----	----

001	85
-----	----

001	85
-----	----

001	85
-----	----

多重商标策略	85
--------	----

001	85
-----	----

001	85
-----	----

法律诉讼权	85
-------	----

防御商标	85
------	----

分割转让	86
------	----

服务商标	86
------	----

G

个别商标策略	86
--------	----

更换商标策略	86
--------	----

工业产权	86
------	----

古代商标	87
------	----

国际保护工业产权协会	87
------------	----

国际保护工业产权协会	87
------------	----

国际保护工业产权协会	87
------------	----

中国分会	87
------	----

国际注册	88
------	----

001	88
-----	----

001	88
-----	----

核转单位	88
------	----

001	88
-----	----

001	88
-----	----

集体商标	89
------	----

假冒商标	89
------	----

假冒商标罪	89
-------	----

近似商标	90
------	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

立体商标	90
------	----

联合商标	90
------	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

尼斯协定	90
------	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

001	90
-----	----

气味商标	91
签字商标	91
强制注册	91
侵权	91
亲族商标	92

S

商标	92
商标标识	93
商标策略	93
商标档案	93
商标代理	93
商标法	94
商标分类	94
商标公告	95
商标管理条例	95
商标管理业务费	96
商标关系	96
商标规费	96
商标国际注册马德里协定	96
商标混同	97
商标评审委员会	97
商标权	97
商标设计策略	97
商标设计规范化	98
商标设计禁限	98

商标使用许可合同	99
商标文字	99
商标行为	100
商标学	100
商标业务收费	100
商标印制	101
商标异议	102
商标注册	102
商标注册对等原则	103
商标注册互惠协议	103
商标注册审查	104
商标注册条约	104
商标注册有效期	105
商标注册证	105
商标转让权	105
商标争议	105
商标专用权	106
商品分类	106
商标史	107
生产企业的商标与商业企业的商标并用策略	108
世界知识产权组织	108

T

统一商标策略	109
图形商标	109

W

- 外国商标109
文字商标110

X

- 相同商标110
现代商标110
续展110

Y

- 延伸商标策略111
音响商标111
营业商标111

Z

- 知识产权111
自愿注册111
注册商标印制证明112
组合商标112
中国商标代理组织112

(五) 广告设计制作

A

- AIDA法则113

B

- 摆拍113
包豪斯风格113
包豪斯设计学校114
报刊广告结构114
报刊广告设计编排原则

.....114

- 背景投影机115
比较式标题115
比喻式标题115
比喻手法115
变焦法116
边框116

C

- 车身广告设计116
残象117
成功广告五要素117
重景118
抽象表现主义118
抽象艺术118
创意118
创意广告119
创意指导119
橱窗广告表现手法119
橱窗广告道具120
橱窗广告灯光120
橱窗广告色彩121

橱窗设计草图121

D

倒摄121

倒置122

电视广告表现形式122

电视广告制作程序123

电视广告创作原则124

电视广告角色125

电视广告色彩126

电视广告的时空限度

.....126

电视广告图形127

电视广告字体127

电视画面127

点光128

点、线、面129

电子绘画广告129

电子自动绘画机130

调查研究员130

透影130

动画手法130

时比131

时焦摄131

时位131

F

复合标题132

副题133

俯摄133

G

概念示图133

感情诉求133

格子制度133

广播广告类型133

广播广告要素134

广告标题134

广告插图134

广告创作原则135

广告稿135

广告歌曲135

广告构图135

广告画136

广告技术137

广告脚本137

广告空间137

广告口号137

广告美术138

广告美术家138

广告色138

广告色彩138

广告设计138