

博益

財經商管系列



艾綺貞

廣告縱橫

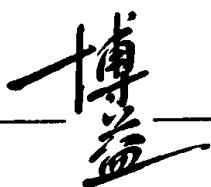
第六版



787713

廣告縱橫

博益出版集團有限公司



書 名：廣告縱橫
作 者：文綺貞
編 輯：博益編輯委員會
責任編輯：陳榕珠
出版/發行：博益出版集團有限公司
香港禮頓道一號
831-9111
出版日期：一九八八年四月(初版)
一九九一年五月(第六版)
定 價：每本港幣三十元
出版書號：7 N 88019
ISBN 962-17-0381-6

版權所有・請勿翻印

©Publications (Holdings) Limited. 1988

代序

我從未寫過序，因為從未有人請我寫過。要不是多年友好文綺貞（愛蓮）這次出書，想我也將永不會寫，一來人懶事忙，二怕言不由衷。但愛蓮這部新作，是我當年任職於電視企業時自己費盡脣舌，力邀她為《香港電視》每週筆耕的豐收成果，為她寫序，自是義不容辭。

看過她編後的原稿，寫起序來，完全沒有筆重千斤的感覺，因為不怕為製造溢美文章而寫出違心讚美，而是真正感到這是一本可讀性強、值得向博益讀者推薦的好書。

愛蓮本身曾創辦過廣告公司，又曾做過廣告客戶，累積豐富的跨國市務拓展經驗，以觀察入微的觸覺，及趣味盎然的文筆，將廣告行業的大趨勢、廣告人衆生相、創作的手法技巧、市場實例分析，深入淺出地輕輕寫來，沒有教科書的學術高調，卻言之有物，令行內人看得津津有味，外行人讀來，也可馬上投入，毫無隔膜。

起初每週習慣性地閱讀「廣告人週記」，並未覺其洋洋大觀。但一旦選輯成書，再讀之

下，始覺其剖析縱橫，接觸面之廣，爲其他同類書中少見。

這並不是一本乏味的工具書，但極富實用價值。這書沒有穿梭連貫的組織，但牽涉範圍，處處波及我們的日常生活起居，將廣告行業的甘苦，呈現讀者眼前，看後令人興起加入這個富挑戰行業的衝動。

希望這書能令更多人更清楚了解到廣告究竟是怎麼回事，更能好好利用這個現代商業利器，爲公司或產品塑造出更佳形象。

這書的出版，可望誘發更多廣告人的創作欲，令這個開始熱門的題材，有更多佳作面世。

黃瑞良

一類是「成功經驗」，讓大家參考各種不同經驗和成功之道，從中採取啟示和創意，其中包括出版國際知名企管人和企業集團的成功史，例如《SONY與我——盛田昭夫自傳》、《麥當勞——經營管理的奇跡》、《商戰必勝術》、《日本跨國企管秘訣》、《全能商談術》、《服務業經營妙法》、《世界首富堤義明》、《從零到億萬》、《創業致富》、《成功談吐技巧》、《從MBA到管理人》、《松下幸之助管理智慧》、《香港商戰錄》和《香港收購攻防戰》等。

另一類是「基本知識」，涉及的範圍有管理學、經濟學、個人財務管理、投資以及小型企業的經營之方，特點是淺易有趣，比坊間一般乏味而理論性重的書籍更易理解，更爲有用，例如《財經術語精解》、《經濟學一日通》、《移民投資加拿大》、《黃金投資指南》、《股市陷阱88種》、《自我推銷法》、《財經脈搏》、《企業管理精要》、《管理學一日通》、《生財之道》、《投資有術》、《基金投資法》、《亂世投資術》、《漫畫日本經濟入門》、《加拿大移民情報》、《移民投資東南亞》和《女性理財要訣》等。

除了延聘本地專業人士執筆外，博益更放開眼界，全力搜羅具參考價值和閱讀趣味的外國佳作，編寫成中文。

應合時代，創造未來，願此系列與大家攜手共進！

廣告縱橫·編輯室報告

道盡廣告行業的姿采與幻變

廣告是一個朝氣勃勃、充滿挑戰性的行業。一個廣告由孕育至誕生，其間過程迂迴曲折，當中的甘苦，非局外人所能了解。

資深廣告人文綺貞的《廣告縱橫》，寫盡廣告界中的衆生相。她以趣味盎然的文筆道出廣告行業的多姿多彩，並有詳盡分析廣告行業的未來趨勢，深入淺出地介紹廣告的各種創作技巧，還有附加市場實例分析，是一部較全面介紹廣告行業的書，知識與趣味並重，可讀性強，無論你是否廣告人，都會被它的有趣內容所吸引。

如果你有志投身這個變幻無窮的行業，就更不能不看，文綺貞以她從事廣告行業的多年體驗及觀察所得，列出了要成爲一個廣告人的必備條件。《廣告縱橫》可說是廣告行業的入門書，幫助你更了解這個行業。



作者簡介

文綺貞，畢業於香港大學經濟系，畢業未幾，即任雅緻廣告有限公司總經理，曾先後服務於飛利浦香港有限公司、文華東方酒店集團及在美國大通銀行任亞太區個人銀行市務副總裁。

文綺貞活躍於香港廣告界，一九八零年曾被選為香港廣告客戶協會主席，亦致力於提高專業水準，培育廣告界後進，除參與香港廣告客戶協會各項活動外，更曾為香港管理專業協會屬下市務管理委員會委員。

文綺貞從一九八八年起，自創市務顧問公司，為本港及亞太區客戶擔任市場事務及推廣顧問。其客戶包括香港有線電視、香港有線傳播、《事業女性》雜誌、澳門賽馬會及其他跨國機構及美資銀行等。

她興趣廣泛，喜愛閱讀各類中、英文書籍，欣賞音

樂，公餘時在報刊執筆撰寫旅遊、商業及廣告專欄，包括《香港電視》「廣告人週記」及「玻璃牆內外」、《信報》、《東方日報》、《號外》雜誌「文綺貞環遊世界」及前《頭條》週刊等。所著書籍，有《尼泊爾風情》、《廣告縱橫》及《女強人秘笈》，均為博益出版。

財經商管系列·卷首語

應合時代，創造未來

我們生活在一個資訊爆炸的社會。科技發達使傳播媒體發揮更强的功能，傳播速度加快，因此人們有更廣泛的機會接收各種不同的資訊，認識社會新事物、新趨勢，配合時代前進的步調。我們需要資訊，但是正因為資訊爆炸，太多太濫，我們更需要懂得選擇。財經商管系列叢書為大家提供有關工商管理及個人經濟生活的重要資訊。

當今之世，工商業高度發展，深深地影響着人們的生活。不去了解其中種種情況，已是不可能的事情了。每個人都是經濟人、管理人和決策人。企業主腦、公司老闆或高級行政管理人員，固然時刻要在業務、人事上作重大決定，即使普羅大眾，每天也得為個人事務、財政及消費各方面費周章，不吸收各自需要的資訊營養，無以孕育明智的決策。

博益財經商管系列叢書的設計，就是要讓大家各取所需。內容主要分兩類：

博益財經商管系列(至91年5月止)

財經類：

財經術語精解①	楊明恭 9版	\$30
財經術語精解②	楊明恭 4版	\$30
經濟學一日通		

約翰蕭爾、羅斯拉羅 7版 \$30

財務與你	任枝明 3版	\$25
移民投資加拿大	任枝明 5版	\$30
會計縱橫	任枝明 2版	\$25
財經脈搏	任枝明 2版	\$25
國際投資指引	任枝明 1版	\$25
種錢集	陶小樂 2版	\$25
黃金投資指南	容樹堅 3版	\$25
股市陷阱88種	巴瑞克 3版	\$35
漫畫日本經濟入門		

生財之道	任枝明 1版	\$25
投資術	蘇其勇 2版	\$30
基金投資法	甄華達 1版	\$30
加拿大移民情報	陳沃昌 2版	\$30
亂世投資術	黃楚楚 2版	\$30
移民投資東南亞	向新衡 1版	\$30
女性理財要訣	布羅安 2版	\$30

日本漫畫經濟入門②：美日經濟爭霸戰

石森章太郎 1版 \$35

活學經濟①	龐永欣等 4版	\$30
活學經濟②	龐永欣等 2版	\$30
聖經精要	丘世文 3版	\$45
2000年大趨勢奈思比、奧伯汀 1版		\$45
投資外匯一日通	趙文銘 1版	\$30
新興股市透視	龐寶林 1版	\$30
消費心理	梁繼 1版	\$30
九十年代個人理財	劉創楚 1版	\$45

商管類：

SONY與我	盛田昭夫 10版	\$35
麥當勞	約翰洛夫 5版	\$35
解開島國心結	大前研一 2版	\$25
管理入必讀	區寶瓊 6版	\$30
商戰必勝術	哈維麥凱 3版	\$25
日本跨國企管秘訣	溫沃茂 3版	\$25
全能商談術	尼蘭堡 3版	\$25
服務業經營妙法	海斯凱特 3版	\$25
白手興家	游枝 3版	\$25
世界首富堪義明	游枝 2版	\$25
松下幸之助管理智慧	游枝 2版	\$25

女強人秘笈	文綺貞 7版	\$22
廣告縱橫	文綺貞 6版	\$30
創業七十二招	艾凡 11版	\$30
商場攻防術	艾凡 7版	\$30
直銷廣告	羅雷明 3版	\$30
從零到億萬	和田一夫 4版	\$30
創業致富	伍美心 3版	\$25
成功股王技巧	薩娜美 4版	\$30
自我推銷法	馬家輝 4版	\$30
企業管理精要	溫浩然 2版	\$30
市場行銷策略	溫浩然 2版	\$30
從MBA到管理人	黃瑞良 5版	\$35
管理學一日通	戴安德瑞絲 4版	\$30
香港商戰錄	黃秉華 3版	\$30
香港收購攻防戰		

莊聖偉、張志剛 2版 \$30

運動鞋大王創業傳奇	鬼塚喜八郎 2版	\$30
管理啟程法	戴安德瑞絲 2版	\$30
出色上班族 貝安道、鮑章莊 2版		\$30
公開十八般武藝	黃愛端 2版	\$30
漫畫管理漫談	徐文耀 1版	\$30
商業權力	區寶瓊 2版	\$30

1 廣告本質

- 廣告是甚麼？
- 廣告胡說八道？
- 爲何要賣廣告

3 6 10

2 廣告公司透視

- 廣告公司好好撈？
- 廣告入行，如何入手？
- 廣告超人——創作撰稿
- 創作人材的性格特徵
- 廣告客戶聯絡員工作
- Account Executive
- 擔任媒介策畫和購買需具冷靜頭腦

15 17 20 22 24 26

3 廣告創作手法

- 媒介策畫和購買
- 廣告未出街已睇厭
- 廣告並非只靠尺吋？
- 廣告人年薪多少？
- 廣告行業漸多女將
- 客戶服務人員流動性大
- 有工冇人做
- 廣告人才難求？
- 顧客心理
- 何謂好廣告？
- 獨有銷售重點

29 32 34 36 38 40 42 44 49 54 56

■廣告說服力

■刺激顧客的需要

■現身說法

■惹笑廣告可能引起反效果

■廣告歌仔

■創新方法吸引顧客

■弱者對付強者

■難以宣傳的產品

■旅遊廣告製作要精美

■集體意見左右創作

■廣告意見

■好廣告的基本條件

4 選擇廣告公司

■怎樣選擇廣告公司？

■客戶與廣告公司關係

97 93 87 85 83 81 78 76 74 72 69 66 62 58

■為何不自設廣告部？

5 非廣告的宣傳

■非廣告媒介的宣傳

■直接推銷方式

■贊助節目活動

■大贈送有著數？

■公關人才

■如何建立良好的關係

■如何發新聞稿

6 今日推銷對象

■今時今日的女性消費者

■廣告對象忽略了中年人

■有錢人心態——名牌顯派頭

152 145 137 132 130 128 126 121 110 107 103

7 銀行業務推廣

- 銀行的零售業
- 銀行怎樣爭取顧客
- 先使未來錢
- 銀行服務應學百貨公司
- 調查的意義
- 服務水準難以評估
- 信用咭爭奪戰

8 服務行業

- 服務行業創新招
- 製造氣氛吸引顧客
- 包裝種種
- 員工的外表裝扮
- 創造服務特性
- 維持服務水平不易

191 189 187 185 183 181 176 174 172 170 167 161 159

9 形象

- 產品的形象
- 形象的構造

10 未來推廣及消費趨勢

- 社會心態的轉變
- 未來十年消費趨勢
- 日用品新對象
- 把訊息傳給獨居男女
- 年輕人的心態怎樣？
- 美國廣告大男人轉趨「情感化」
- 財雄勢大
- 快餐潮流
- 美國流行「在家購物」
- 電腦試身
- 錄影機影響電視廣告？

233 232 230 226 223 221 219 217 214 211 209 203 195

■結婚年花卅七億元

235

■廣告從業員不再是天之驕子

239

11 推廣成功的例子

■對薯仔的錯誤觀念

243

■最迎合消費者口味的投資

245

■漢堡包肉搏戰

247

■四人的士進軍香港經過

254

■翡翠廣告套餐榮獲市場推銷獎

258

■怡和獲市場推銷獎

261

■國泰航空「棋王爭霸戰」製作出色

264

12 消費者權益

■本地創作獲嘉許

270

■投資基金

273

■廣告顯風範

278

■電視廣告提供產品資料

285

■廣告真實性

287

■立例管制廣告扼殺創作才能

292

■廣告設計點可咁誇張

294

■禁播與禁煙

296

廣告
本
質

