



ADVERTISING TECHNIQUES

商業廣告實務

報刊廣告

郵寄廣告

直接廣告

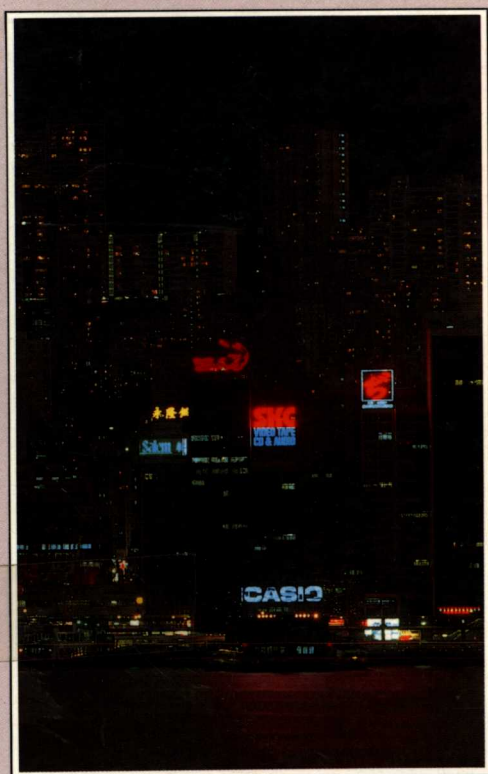
電台廣告

電視廣告

戶外廣告

廣告費用

廣告代理



潘衍明編著
萬里書店出版

商業廣告實務

潘衍明編著

香港萬里書店出版

商業實務叢書

商業廣告實務

編著者

潘衍明

出版者

萬里書店

香港北角英皇道499號北角工業大廈18字樓

電話總機：5-647511

承印者

嶺南印刷公司

香港第二街129號地下

出版日期

一九八九年六月版

版權所有・不准翻印

前 言

在當今世界裏，任由商人囤積居奇，獨家經營謀取暴利的時代已一去不返了。在衆多競爭者的情況下，你如想推銷商品或服務，你就得讓世人了解你有些什麼，何處能買到。在推銷時，你得設法向人們宣傳你的商品的優越性，比別人的好在哪裏。如果你無競爭對手，也得向人們宣傳你的商品對他們有何用處。

本書精簡扼要地向你介紹如何分析自己所選定的市場，教你如何針對所推銷的商品向那些想買這類東西的顧客發出富有吸引力的廣告，以提醒他們的注意、引起他們的興趣乃至採取購買的行動。廣告最終能使收銀機不斷發出鏗鏘之聲，能使你的銀行賬冊上的存款不斷增長。正如一位做廣告的人所言：“廣告並非花費，乃是收益。”

本書還向你介紹如何在電視、報刊等富有成效的信息渠道中選出最爲有效、最適合自己的媒介來達到你推銷的目的。此外，還向你介紹在你覺得需要這方面的專業指導時，如何選擇廣告代理人。內容值得做推銷和做廣告宣傳的人士參考。

目 次

前 言	1
第一章 廣告的意義和作用	7
一、廣告的目的	8
二、廣告的作用	9
三、廣告如何生效	9
四、廣告可以推銷商品	12
五、廣告可以推銷某種服務	13
六、製造商做廣告的好處	13
七、廣告的四個要素	15
第二章 廣告媒介	16
一、一些有關問題	16
二、各種媒介的特徵	17
三、弄清各種媒介的情況	19
四、弄清推銷的對象	20
五、有關印刷媒介的資料	20
六、有關發行審計的問題	21
七、收費發行與免費發行	22
八、廣播和電視的聽眾和觀眾數的統計	23
九、選出最適合的媒介	24
十、預先制訂廣告計劃	25
十一、廣告效果的決定性因素	26
第三章 直接郵寄廣告與直接廣告	27
一、郵寄廣告的好處	28

二、直接郵寄要找準對象·····	28
三、郵寄廣告的形式·····	29
四、郵寄對象表·····	31
五、自己制定郵寄名單·····	32
六、銷售對象名單的其他來源·····	32
七、編寫直接郵寄名單的公司·····	33
八、中間人提供郵寄名單·····	34
九、合伙郵寄廣告·····	34
十、注意保持郵寄名單的正確性·····	34
十一、名單地址要經常校正·····	35
十二、如何編排名單·····	36
十三、按住戶地址郵寄廣告·····	37
十四、直接郵寄廣告的費用·····	37
十五、郵資費用·····	38
十六、直接廣告·····	39
第四章 刊登廣告的出版物 ·····	40
一、商業報紙對製造商的重要性·····	41
二、正確判斷出版物發行情·····	41
三、出版物本身的情況·····	43
四、如何估量廣告的效果·····	43
五、地區性商業出版物·····	44
六、地方商業出版物·····	45
七、商業報上的彩色廣告·····	45
八、農業出版物·····	46
九、刊物中廣告的日期編排·····	47
十、商業報和農業報上的廣告費用·····	47
十一、宣傳文章不能代替廣告·····	47
第五章 消費者雜誌 ·····	49
一、全國性消費者雜誌·····	49
二、地區性消費者雜誌·····	51
三、如何選擇消費者雜誌·····	53

四、消費者雜誌上登廣告的費用·····	54
第六章 報 紙 ·····	56
一、報紙適合於地區性廣告·····	56
二、城市報紙·····	58
三、城郊報紙·····	59
四、購物指南·····	60
五、報紙發行量的申報·····	60
六、廣告週期和廣告版面的大小·····	60
七、刊登的時間和頻率·····	61
八、套色報紙廣告·····	63
九、分類廣告·····	64
十、新聞式廣告·····	64
十一、報紙附屬的雜誌·····	64
十二、報紙廣告收費標準·····	65
第七章 廣告目錄 ·····	67
一、商業產品目錄·····	69
二、目錄匯編·····	70
三、商業產品目錄的評估·····	70
第八章 廣播和電視 ·····	72
一、電台和電視廣告的優越性·····	73
二、電台和電視廣告不足之處·····	74
三、安排電台和電視廣告時遇到的問題·····	74
四、電台和電視台的選擇·····	75
五、調幅台與調頻台·····	76
六、甚高頻與超高頻電視台·····	76
七、聽衆與觀衆·····	77
八、電台的選擇·····	77
九、一般的節目和固定的節目·····	78
十、插播簡短廣告·····	79
十一、插播時間的長短·····	80
十二、收費等級的劃分·····	81

第九章 戶外的和流動的傳播媒介	84
一、戶外廣告.....	84
二、標準型和非標準型的戶外廣告.....	85
三、海 報.....	86
四、流動廣告.....	91
五、劇院銀幕廣告.....	93
六、特殊廣告.....	94
七、挑選特殊廣告的一些方法.....	95
第十章 廣告的製作	96
一、報章雜誌廣告.....	98
二、電台和電視廣告.....	99
三、戶外廣告和流動廣告.....	99
四、廣告代理商.....	100
第十一章 廣告代理機構	102
一、幫助選擇傳播媒介.....	102
二、幫助製作廣告.....	103
三、廣告代理機構的種類.....	104
四、廣告代理機構的收費.....	104
五、各種有關費用.....	105
六、自設廣告部.....	108
第十二章 選擇廣告代理機構	110
一、理想的代理機構.....	110
二、如何選擇代理機構.....	111
三、問卷調查表.....	112
四、面 晤.....	116
第十三章 合伙廣告	118
一、合伙做廣告的效益.....	118
二、合伙廣告的運作.....	121
三、製造商與合伙廣告.....	124
第十四章 廣告預算	126
一、量力而行.....	126

二、與對手的廣告競爭·····	127
三、把廣告看作投資·····	128
四、目標和任務·····	129
五、計劃預算·····	130
六、發揮每一分錢的作用·····	131
七、彩色廣告的使用·····	131
八、字型的選擇·····	132
第十五章 廣告術語及其涵義·····	136

第一章 廣告的意義和作用

何謂廣告 (Advertising) ? 許多人都曾想解釋清楚。美國推銷協會曾把它描述成一種大規模的付錢的交流手段，其目的在於為廣告客戶輸出信息、傳揚觀點，誘發有利於銷售的行動。

所謂“有利於銷售的行動”並不一定是顧客購物的行動。在工業廣告方面，它可能是指讓潛在的顧客聽取有關產品銷售的介紹，亦可能是徵求他們的意見。在零售廣告方面，它則是具體落實到商店，希望顧客親臨商店，直接了解商品情況。為了確保成功，你得千方百計地做到讓你的廣告成為聯繫讀者和聽眾的紐帶。

除了郵訂廣告外，其他的廣告，本身不會達成交易，具體的銷售得靠個別推銷 (Personal sale)。除廣告外，其他的因素往往也會影響顧客最後是否作出購買的決定。這些問題往往指的是產品本身，製造廠家或者出售商品的商店的信譽，產品包裝、價格、商店商品的陳列等。弄清廣告能起什麼作用，不能起什麼作用，這是至關重要的。

對工業產品來說，個別推銷比通過廣告銷售的任務更重大。這是因為根據長期合同購買諸如昂貴的機器和原材料會涉及大量的資金和技術等因素。

就消費品來說，隨着商品的價格逐漸變高，而購物者在購物時需要參謀，從而個別推銷日益盛行起來。一位婦女在超級市場的架子上不需僱員的幫助便能自如地取下所需的食品；但當她去買一件高價的衣裙時，則需一位女僱員在她一旁給她介紹，以幫

助她選定下來。一位男仕將錢交給收銀員便可拿走所買的香煙。但當他去汽車展銷店時，則必定有個男店員在他一旁回答有關的問題，並盡可能地促成交易。

一、廣告的目的

廣告的目的在於發展消費者，並非爲了一次性銷售，而是爲了促進不斷地再購買。有人稱之爲“製造消費者”(Manufacturing customers)。我們在一生中所買的商品或服務很少是一次性的。我們總會不斷地重複購買那些自己覺得喜歡的東西，並且總是願意到自己感到滿意的地方去買。

不過每個商店都會面對許多競爭對手，他們想方設法要將你的顧客引誘過去。今天你的商品或許由於某方面的有利因素而成名；到明天，你如果不能繼續不斷地用廣告吸引人們，可能你的商品會被遺忘。因此只做一次廣告是不夠的。人有忘性。得不斷提醒他們你賣些什麼，這些物品對他們有何用處。廣告還有一種累積的效果(Cumulative effective)，隨着每次廣告的出現，它就像滾雪球一樣，會滾出越來越多的廣告讀者和聽衆。

儘管抓住一位老顧客比贏得一位新顧客花錢要少，但是一些老顧客會由於搬離你的銷售區或者改變購買需要而失去，所以爲了保住自己的生意，不斷贏得新顧客是必要的。無論你出售什麼商品或服務，這一條永遠要記住。

對新的一代人，你得向他們宣傳你的商品以及如何爲他們服務，否則他們不會理你的。新婚夫婦會形成他們自己的購買習慣，然而其中也完全可能包括向你店買東西的習慣。年青的工程師可能正在找他們從書本中找不到的某種資料，而你的廣告正好向他們介紹了你的產品和有關資料。目前他們可能不一定馬上需要買

這些產品，但有一天其中一些人或許會升職到某個位置，達到具有某種購買權力的地位。

二、廣告的作用

廣告的作用有三：告之，勸之，醒之（ To inform , to persuade and to remind ）。

在過去物資貧乏的時代，廣告只不過等於通告。一個商人只需向外通告他已獲得一般貨物就行了。在那種什麼物品都短缺的經濟情況下，這種通告已足以招徠衆多的顧客。

現代大規模的生產創造出了豐富多采的物質生活。人們可以在衆多的產品和衆多的牌子中進行挑選。他們當然也在銷售者中進行挑選。於是廣告便承擔了第二個作用——勸說。你除了向顧客宣傳產品、服務的適用性外，還得向他們宣傳產品的用途、好處及優越性。你必須設法勸說他們親臨你店參觀產品和服務。

廣告的最後一個作用是必須不斷提醒那些已被說服了的購買者，要不斷地將顧客覺得滿意的原因和購買的地點提醒他們。

三、廣告如何生效

廣告是向大衆而不是向個人對話。你如想盡快而又花費不多地告知更多的人，你店出售什麼商品，那麼採用廣告比其他任何手法都好。

廣告可以是指導性（ Directional ）的，亦可是侵入性的（ Intrusive ）。這取決於廣告製作手法，取決於廣告對象。有些廣告既具指導性又具侵入性。但一般來說，總會有所偏重。

指導性廣告 (Directional ad.)

這是人們愛看的一種廣告，因為他直接告訴人們到哪裏去買東西。人們已有了要買的打算，也知道自已缺點什麼，但還未決定到哪裏去買，他可能正想了解一下到什麼地方去買為好，而指導性廣告正好為他們提供了這方面的資料。

電話號碼簿上的分類廣告就是一種指導性廣告。報紙上刊登的超級市場的廣告也屬典型的指導性廣告。人們需要食品，他們會在這種廣告中弄清在什麼地方能買到，還可知道價格是多少。有一些超級市場的廣告同時會附有商品表。

侵入性廣告 (Intrusive ad.)

侵入性廣告的着重點在於強調應該買什麼，至於到哪裏去買的問題是次要的。讀者或聽眾看到這種廣告所介紹的商品，並非一定是他們正打算要買這種東西，廣告只不過是向他們介紹了這種東西。譬如說，廣播和電視廣告便屬於侵入性的。當人們打開收音機或電視機想看、想聽新聞或文娛節目時，一則商業廣告闖進來，留在聽眾或觀眾的腦海裏。

報紙和雜誌在侵入性的程度上各有不同。有的讀者打開某種讀物，本來他並不想買東西，但其中的廣告所談的東西却吸引了他。有的人在看出版物時就是有意要得到某種信息，獲得某種樂趣，同時也是為了上面所載的廣告。商業報紙上所刊的許多廣告既具侵入性也具指導性。

在侵入性廣告中，製作和提供信息的技巧能帶出有趣的東西，吸引讀者或聽眾的注意力，並能激發起讀者或聽眾想得到該產品或服務的願望。它必須具有誘惑力，激發人們遲早會去購買。

某人或許只有淡淡的念頭，企望有朝一日能買上一艘遊艇。他的朋友興許有了自己的私家遊艇，而他曾看見過他的朋友駕着小艇在水上盡情遊玩的情景。眼前，他想買遊艇的念頭還不足以強烈到驅使他立即去出售遊艇的地方。此時一則賣遊艇的廣告闖

香港清潔服務公司

鴻寶商業大廈.....3-7108899
(請參閱本廣告)
英商清源服務公司.....旺角道97... 3-942105
(請參閱本廣告)
城市清源服務公司.....先施大廈... 5-421304
誠興企業有限公司.....安達中心... 3-7220820
運通商業大廈.....3-7210366
財記清源服務公司.....康地道36... 3-669877
(請參閱本廣告)

(下續)

凱聯服務 **HL** 更進一步

凱聯 鴻源明發有限公司

凱聯清潔服務有限公司
 Hoi Luen Clean Service Co., Ltd.

承 接

- 大小住宅、商厦、工廠清潔
- 精工清洗保養地毯
- 殺蟲滅鼠消毒
- 各類廢物及文件處理
- 夾斗車搬運泥頭及垃圾

★歡迎各界垂詢委託

 : 5-769582
 5-769661

香港銅鑼灣道淺沙街11號地下
 G/F., No. 11, Wun Sha St.,
 Connsay Bay, H.K.

 恒昇清潔服務公司
HENG SHENG CLEANING SERVICE CO.

▲承接▼
 直落打地 龍門 裝修 承接 地大 無
 房 打地 面 修 物 造 方 小 任
 清 地 外 之 處 造 包 保 工
 潔 鋪 漆 漆 後 理 地 月 費 理 通

☎ 3-349720
 ☎ 3-349763

九龍馬頭圍道 238-240 號
 高價商業大廈 2 字樓 2 室

威廉清潔服務
專門承接

各類清潔服務
打蠟抹窗，清洗地毯
水晶地板
大小裝修工程

 九龍官塘成業街19-21號
成業工業大廈
10樓B號

 3-441033

 力利清潔工程公司



承辦
酒店酒樓、住宅樓宇
商業抹窗清潔、打蠟
水磨地板
蒸氣清洗地毯、拉蠟
廢物處理、專業高壓
噴流飲食業油煙罩棚
●二十四小時服務●

聯絡電話: 3-7592333/8112
九龍總機房600號內機
3-7450687
3-7437545

T **5-433422**
5-413032

聯發清潔服務公司

乾洗地毯
洗地毯
蠟蟲打蠟
修補清潔
美修清潔
專業化防污
疏水工程
玻璃及展架地
清潔管理



傳呼機: 3-7552111 46 2264
地址: 香港中環荷李活道 63 號 3 樓

FK 勳記清潔服務公司

• 蒸氣乾洗 (地毯, 梳化椅)
• 殺蟲服務。精油水晶地板
• 裝修後大清潔
• 專門承辦各式地板打臘
• 樓宇清潔服務

忠誠服務, 保證滿意

詳情請致: 3-684150, 3-677243
九龍彌敦道100號東英大廈508A室
5-276356
香港灣仔東城大廈地下

ROYCE CLEANING SERVICES CO.
來來清潔服務公司







乾洗地毯梳化 假日照常服務
 九龍 旺角亞答老街 98號1樓15室 3-7110357
 香港 銅鑼灣 178號地下 3-7118151

愛倫清潔服務有限公司 (1974)

新界荃灣青山道南庭中心1922 A 室

☎ 0-4934223 (4線)
3-760089

專業性為閣下服務：—

- ※ 工廠大廈清潔
- ※ 大小廠房清潔
- ※ 高空外牆清潔
- ※ 工業廢物處理
- ※ 寫字樓等清潔

清洗地氈、水晶地氈、般蟲鼠蟲



富基清潔服務公司
FULL CARE CLEANING SERVICE COMPANY

專業服務範圍

商業樓宇	工廠住宅	銀行酒樓	學校社團
門面清潔	水晶地板	玻璃幕牆	廢物處理
殺蟲滅鼠	精洗地毯	洗地打蠟	大小工程

詳情請詢：3-667405
傳呼機：3-7700441 叫2737 或7499
九龍尖沙咀山林道46-48號通商商業大廈219室

到他的面前，廣告的魅力越來越增強了他的興趣，使他生平第一次去了出售遊艇的地方，並最終將一艘遊艇買下。

由廣告所引起的行動可能是直接的或即時的，也可能是間接或稍後的。某人若是立即作出去超級市場購物行動就叫作直接行動（ Direct action ）。若是稍後作出去超級市場的行動則稱叫間接行動（ Indirect action ）。

商店中顧客常購的物品最易通過廣告引致立即行動。廣告刊出以後，店鋪的買賣立即顯出效果來。

不過直接行動並非唯一的買賣方式。對於那些不太行銷的物品，你採用其他的一些辦法也會帶來直接行動。如採用贈券，回票或封裝一種付有優惠說明的廣告傳單或某種特別有誘惑力的東西，或許是給予一段優惠的限期。買賣的興隆與否和這些商品推銷信件是否及時與效率有關。買賣的達成往往要靠生意人自身的買賣藝術。

對於那些不常用或不急用的物品，顧客平時不大買，總要等到合適的時間才買。要麼就是他們目前對正在使用的東西仍感滿意。不過你得記住發出你的廣告，以免他們過一段時間後決定購買時，去買另一種。

四、廣告可以推銷商品

你如果是個店主，可指望廣告為你帶來如下一個或幾個好處：

- 許多顧客（有些或許是頭一次）紛紛光顧你店，了解有哪些常用商品。
- 吸引你的常客，以及新的顧客，前來看看廣告所提到的特別的東西到底是什麼。
- 通過電話或信件要求訂貨。

- 銷售代理商有關報出商品估價單的請求書會像雪片似的來到。
- 讓顧客回憶起以前在你店購物的滿意情景，並向他們表達希望他們能繼續惠顧你店的願望。

五、廣告可以推銷某種服務

如果你提供的是一種與個人生活有關而且又經常需要的服務，譬如電髮，乾洗衣物之類，你可通過廣告勸說人們來你店試。有的人可能是新近踏入社會，也可能有一些人對過去在這些方面的服務已感到不滿，想換新的地方，那麼他們就會應廣告前來你店一試。

如果你提供的服務並非經常需要，譬如保險或者病房設備出租等，你的廣告會不斷讓公眾知曉你能提供的服務以及能從你那裏得到什麼合用的東西。一旦有人需要這方面服務時，他們自然首先會想起你來。

如果有的服務只是在緊急時刻才需要，例如抽水馬桶維修之類，你的廣告也能使人們平時記住你有這項服務。

六、製造商做廣告的好處

製造商可指望通過廣告取得如下的效果：

- 發掘新顧客並開發銷售力。
- 很多人前來詢問有關產品的情況，從而為推銷員找到了更多的推銷對象。
- 在推銷商不請自來時，請他們聽取公眾對商品的意見，因

IBM PS/2 70 386  聯想電腦有限公司 香港柴灣新業街九號新業大廈十三樓A座 電話: 5-8976800 電傳: 86558 DCS HX 傳真: 5-586970 電報: DAW HKG	HP IBM AST 中國指定代理商 IBM PS/2 50Z 	香港至中國各大小城市 先達快遞 各種商業文件、資料、 貨樣、小件物品 上門交收 代客清關 輕重急件 優惠收費 5-783293
--	---	--

(電器)公司 車  下 37601 ☎ 822677 ☎ 835590	FK 自動尼龍帶打包機 質優！價廉！可靠！ ● 台灣機王、質冠同業 ● 高級合金鋼電熱咀 ● 最新透熱系統 ● 電腦融合器傳動系統 ● 堅固耐用、故障特少 ● 常備現貨、保證原廠  總代理: 中益包裝文具有限公司 電話: 0-291251 (10線) 圖文傳真: (852) 0-227988	FK 高級包裝用品 雙面膠紙、絕緣膠紙、噴漆膠紙 收縮膠紙、熱溶棉膠、拋運薄膠 OPP封箱膠紙、PVC保護銘寫膠紙  品質嚴實保證一流水準、暢銷香港、歡迎轉口 香港各大包裝文具公司及書店均有代售 總經銷: 富豐有限公司 電話: 0-251131 (4線) 圖文傳真: (852) 0-227988
--	---	--

報紙上的產品廣告

為顧客知道了製造廠家的名字，也許對你的產品已有一定的興趣。

- 通過電話連繫讓新老顧客了解你的產品。
- 設法認識那些在公司內擁有採購權的人士。據一份工業雜誌的調查，某一個生產機器的工廠裏，有十九人擁有購買的決定權，然而，推銷員僅僅與其中的三人進行了接觸，與其餘的十六人要麼沒法接觸，要麼根本未接觸。

樹立起形象

在自己致力於通過買賣獲得成功的同時，廣告也可為你的經營樹立一個形象。零售商店會因該店削價出售、商品質量高以及服務熱情而成名；經營服務者可以給顧客留下一種可靠、能幹、