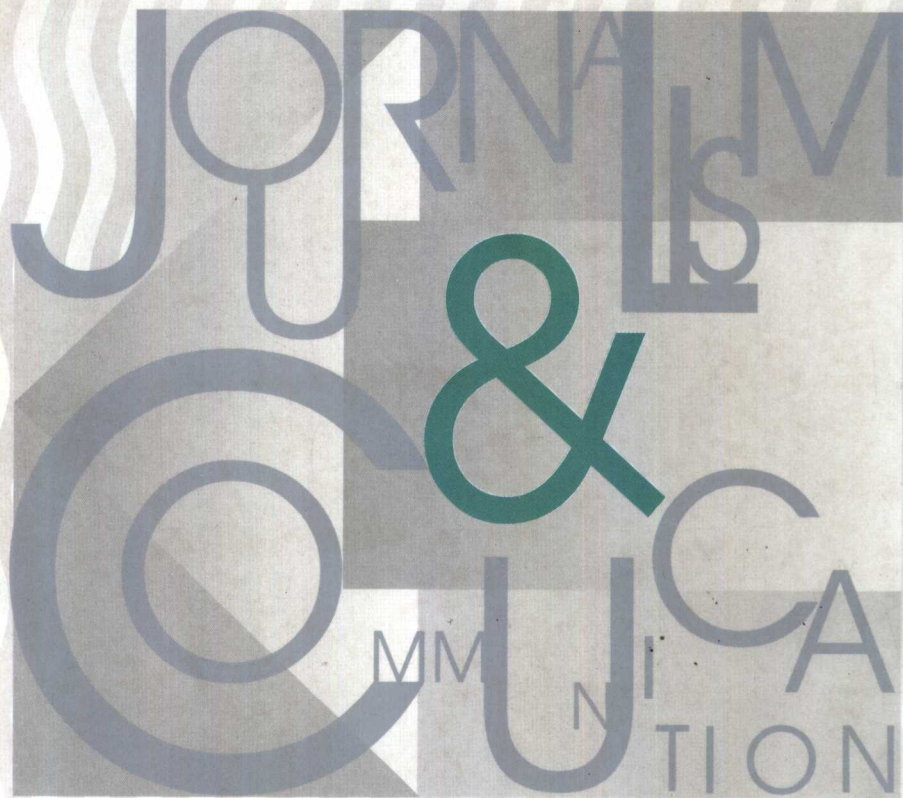


21 世纪新闻传播学系列教材

# 广告学教程

JOURNALISM & COMMUNICATION

倪宁 编著



中国人民大学出版社

21 世纪新闻传播学系列教材

# 广告学教程

倪 宁 编著

中国人民大学出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

广告学教程/倪宁编著  
北京:中国人民大学出版社,2001  
21世纪新闻传播学系列教材

ISBN 7-300-03807-7/G·802

I. 广…  
II. 倪…  
III. 广告学-教材  
IV. F713.80

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 030436 号

21世纪新闻传播学系列教材  
**广告学教程**  
倪 宁 编著

---

出版发行:中国人民大学出版社  
(北京中关村大街31号 邮编100080)  
邮购部:62515351 门市部:62514148  
总编室:62511242 出版部:62511239  
E-mail:rendafx@public3.bta.net.cn

经 销:新华书店  
印 刷:三河市新世纪印刷厂

---

开本:787×980毫米1/16 印张:22.25 插页5  
2001年6月第1版 2001年6月第1次印刷  
字数:407 000

---

定价:26.00元  
(图书出现印装问题,本社负责调换)

## 《21 世纪新闻传播学系列教材》编委会

**主 编** 方汉奇

**副主编** (按姓氏笔划排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵

弘



真正老陆稿荐

扬

传

统

饮

食

文

化



# 把新鲜包起来

尊重新鲜  
就是尊重健康

真空保鲜卤菜

一百多年过去了

人们对我们的产品一直很称道

而我们对自己从未满足

今天

我们又成功地发现

其实新鲜也一样

可以保留得更久些

……



真正老陆稿荐  
提醒您注意饮食卫生

中国的广告设计正在走向现代



美国的户外广告



位于东京银座的霓虹灯广告



从他们的眼里  
看到自己的责任……



# 为了希望

他们渴望什么？  
每一个孩子的眼睛已经告诉我们  
他们渴望的是在我们看来是微不足道的——  
一本好书、一张纸、一支笔、一双明亮的眼睛……  
如果我们不去帮助他们，那么他们的一生  
就将在黑暗中度过。他们的未来是悲惨的。  
在同一个世界上，我们却看到有人拥有知识、  
有人拥有财富、有人拥有权力、有人拥有地位、  
有人拥有健康、有人拥有快乐、有人拥有幸福、  
有人拥有……而我们却看到有人拥有饥饿、  
有人拥有疾病、有人拥有痛苦、有人拥有死亡、  
有人拥有……

ARWORLD 视觉传达设计 5748804



# 为了希望

不论你是谁  
你都可能影响  
他们的一生

他们渴望什么？  
每一个孩子的眼睛已经告诉我们  
他们渴望的是在我们看来是微不足道的——  
一本好书、一张纸、一支笔、一双明亮的眼睛……  
如果我们不去帮助他们，那么他们的一生  
就将在黑暗中度过。他们的未来是悲惨的。  
在同一个世界上，我们却看到有人拥有知识、  
有人拥有财富、有人拥有权力、有人拥有地位、  
有人拥有健康、有人拥有快乐、有人拥有幸福、  
有人拥有……而我们却看到有人拥有饥饿、  
有人拥有疾病、有人拥有痛苦、有人拥有死亡、  
有人拥有……

ARWORLD 视觉传达设计 5748804

公益广告：为了希望



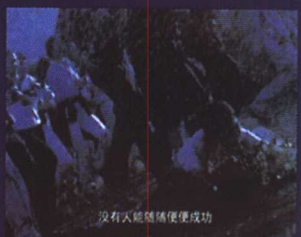
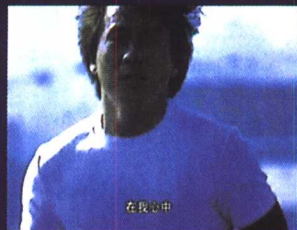
酒的杂志广告



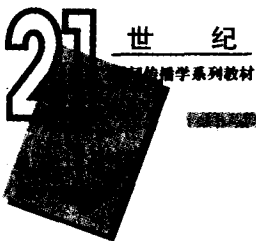
摩托车广告：直接展示商品







著名影星成龙担当电视广告的主角



# 总 序

BBP91/03

20世纪以来的一百年，是世界新闻传播事业飞速发展的一百年。这一百年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视和互联网网络相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治经济和文化的影响，则变得越来越大。

这一百年，也是中国新闻事业飞速发展的一百年。其中最后的二十年，即改革开放以来的二十年，发展得尤为迅猛。综合有关部门发表的统计数字，截至本世纪的最后一年，全国已有公开发行的报纸两千一百种，通讯社两家，广播电台一千二百座，有线和无线电视台三千多座。其中，报纸年出版总数达到一百九十五亿份，广播人口覆盖率达到88.2%，电视人口覆盖率达到89%，电视受众超过九亿。与此同时，全国各类新闻从业人员的总数，也已超过五十五万人。这样大的发展规模，这样快的发展速度，在世界和中国新闻事业史上都是空前的。现在已经是世纪之交，回顾既往，盱衡未来，新闻传播事业在即将到来的21世纪，还将会保持着旺盛的发展势头。新闻传播，作为上层建筑、意识形态的一个重要组成部分，在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策，反映人民群众的伟大业绩和精神风貌，以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面，必将继续发挥着重要的导向作用。

与新闻传播事业的发展相配合，这一百年来，为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新闻教育，也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于本世纪初叶，

有八十多年的历史。新中国成立前的三十年，虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科，但规模都不大，设备也不够完善，在校学生的人数，最多的时候不超过四百人，三十年间累计培养出来的毕业生人数还不到三千人。新中国建立后，为了为新中国的新闻事业培养人才，新闻教育继续有所发展，但到60年代中期为止，全国的新闻教育机构也还只有十四家。当时全国共有三百四十三家报社，七十八座广播电台和十三家电视台，新闻系和新闻专业的学生统招统分，勉强能够满足中央和省市以上新闻单位人才方面的需求。“文化大革命”爆发后，这一发展被迫中断。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展，主要还是改革开放以来二十年来的事情。这二十年来，中国新闻教育的发展和新闻事业的发展完全同步。截至1999年，全国设有新闻学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所，增加到六十所以上，专业点已超过一百个。专业教育体系已从单一的本科教育，发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育等多层次的格局。改革开放之初，全国在校的新闻系科学生总共只有五百来人，现在仅本科生就有六千人，加上大专生和研究生接近一万人。二十年来向新闻单位输送的毕业生，累计也已超过三万人。办学层次，办学规模，办学水平，都有了很大的提高。在世纪之交，新世纪的跫跫足音已经十分临近的时刻，随着新闻传播事业的加速发展，随着新闻战线人才需求的不断增加，在可以预见的将来，中国的新闻教育肯定还将会有更大幅度的发展。

一般说来，新闻教育质量的高低，起决定作用的，主要是两个因素：一个是师资，一个是教材。两者之间，教材的作用更大。这是因为，师资的多少和良窳，往往受办学主客观条件的限制，而教材只要一旦完成，就可以直接嘉惠于学子，风行四海，无远弗届。进一步说，一部好的教材，不仅可以满足教学的需要，培养出一大批人才，而且还可以同时拥有很高的学术含量，推动新闻学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》，1927年出版的戈公振的《中国报学史》，就是这方面的很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学和新闻史教学时，作为教材编写出来的。出版之后，立即引起世人的关注和推崇。几十年来，一再重版，历久不衰，至今仍然是公认的新闻学和新闻史方面的传世之作。正因为这样，新闻教育的前辈们，历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年，坊间出版的新闻学方面的书籍，绝大部分都是教材。改革开放以后，新闻学研究空前繁荣，新闻学方面的书籍大量问世，但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材，覆盖了新闻学的方方面面，经过出版家和众多作者们的长期努力，门类和品种基本配套齐全，曾经为同时期的新闻教学作出过重要的贡献。但是，随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展，这些教材的体例日显陈旧，观

点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材，尚付阙如，使现有的教材，出现了不少缺口。21世纪即将到来之际，集聚力量，重新编写出一套体系完整的，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识。

呈现在读者面前的就是这样的一套系列教材，她将涵盖新闻学、传播学两个学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。负责编写工作的，是中国人民大学、复旦大学、北京广播学院等校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的教授、副教授，其中有相当大的一部分人，都是相关学科的学术带头人，堪称一时之选。收入系列的教材中有国家级重点教材，有部级重点教材，其他也都是经过严格筛选的精品，所以，这套系列教材的质量是有保证的，她的权威性也将会得到社会的认同。

21世纪是一个高度信息化的时代，是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱，一是以高新科技为代表的传播技术产业，二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁，在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划，隆重推出这套系列教材，是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里，我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

新的世纪即将到来，中国的新闻传播事业和新闻教育事业都将有一个大的发展。这批系列教材的问世，将会为新世纪新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣，为新世纪新闻传播人才的培养，作出她应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

1999年9月20日于中国人民大学林园



## 前 言

十一届三中全会以来,我国社会主义广告事业得到迅速的恢复和发展,特别是20世纪末的最后十年,我国广告业驶进快车道,进入高速发展时期,广告在我国经济、社会、文化等诸方面产生着重要的作用,影响不断增强。与之相适应,我国广告学方面的研究也不断向纵深拓展,广告教育突飞猛进,据不完全统计,全国已有近百个广告学专业教学点,为推动我国广告事业的发展进步做出了贡献。

中国人民大学新闻学院是我国培养新闻传播类人才的重要基地,为我国新闻传播事业输送了大批专门人才,许多毕业生成为本单位的领导和业务骨干。随着我国广告事业的发展,人大新闻学院(系)早在改革开放之初就开设了广告选修课程,到20世纪90年代,广告课程已被列入必修课程。1995年,经国家教委(部)批准,正式成立了广告学专业。人民大学应该也必须成为我国广告高级专门人才的培养基地,因此,21世纪到来之际,加强广告学科的建设是重要任务之一。本书的编写,即试图为此做些添砖加瓦的工作。

本书共十一章,包括概述、广告简史、广告机会分析、广告策划、广告表现战略和媒体策略、广告文案、广告设计与制作、广告效果测定、广告组织与经营、广告管理等章节内容,还属于概论性的著述。在编写过程中,力图吸纳众家

之长，希望能够为新闻传播类包括广告学专业在内的大专院校学生提供较全面的广告知识，作为引入广告殿门的学习用书；也希望能够成为广大广告爱好者和实务人员的参考读物。

本书有幸作为 21 世纪新闻传播学系列教材之一，作者不胜惶恐。由于作者才学有限，书中定然多有疏漏，恳望得到批评指正。

作者  
于陋室

21

世纪  
网络传播学系列教材

# 目 录

第一章 广告概述	1
第一节 广告的特性	1
第二节 广告的分类	10
第三节 广告的影响和作用	15
第四节 广告学的研究对象	21
第五节 广告学与其他学科的关系	25
第二章 广告发展简史	31
第一节 广告的起源与演进	31
第二节 中国广告发展简况	35
第三节 外国广告发展简况	55
第三章 广告机会分析	67
第一节 广告环境	67
第二节 消费者行为	72
第三节 产品与品牌	81
第四节 广告调查	86
第四章 广告策划	93



第一节	广告策划的含义及特性 .....	93
第二节	广告策划的内容 .....	98
第三节	广告预算 .....	106
第四节	广告策划书的撰写 .....	111
第五节	整合营销传播策划 .....	115
<b>第五章</b>	<b>广告表现战略</b> .....	<b>127</b>
第一节	广告表现 .....	127
第二节	广告创意 .....	133
第三节	广告定位 .....	142
第四节	广告表现手法 .....	147
<b>第六章</b>	<b>广告文案</b> .....	<b>153</b>
第一节	广告文案的基本概念 .....	153
第二节	广告标题 .....	158
第三节	广告正文 .....	163
第四节	广告口号 .....	169
第五节	广播电视广告词的写作 .....	171
<b>第七章</b>	<b>广告设计</b> 与制作 .....	<b>174</b>
第一节	广告设计的视觉构成 .....	174
第二节	平面广告的设计与制作 .....	180
第三节	电子广告的设计与制作 .....	185
第四节	电脑设计技术的运用 .....	195
第五节	其他技术手法的运用 .....	201
<b>第八章</b>	<b>广告媒体策略</b> .....	<b>205</b>
第一节	广告媒体的类别和特点 .....	205
第二节	媒体计划 .....	212
第三节	媒体组合策略 .....	221
第四节	广告日程决策 .....	228
第五节	互联网络媒体 .....	232
<b>第九章</b>	<b>广告组织与经营</b> .....	<b>238</b>
第一节	广告组织的历史沿革 .....	238
第二节	专业广告组织 .....	242
第三节	广告主广告组织 .....	256
第四节	媒体广告组织 .....	265