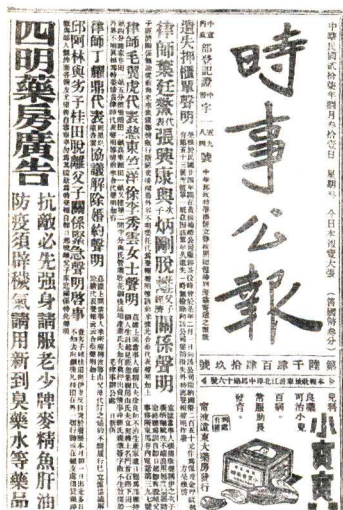


宁波报纸广告研究

(1899-1999年)

Research on Ningbo Newspaper Advertising (1899-1999)



2014年度浙江省哲学社会科学重点研究基地临港现代服务业与创意文化研究中心课题
《宁波百年报纸广告研究(1899—1999)》，课题编号：14JDLG03YB

宁波报纸广告研究 (1899-1999年)

Research on Ningbo Newspaper Advertising
(1899-1999)

戎彦 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书以宁波市图书馆官方网站中“地方老报纸”数据库为基础资源,梳理了百年宁波报纸广告的发展历程,分阶段分析了每一时期广告的特征、有代表性的广告创意与广告现象,是第一次对宁波百年报纸广告进行的整体性研究,注重广告与社会、文化互动的视角。作品首先概括性地分析了宁波百年报纸(1899—1999年)数据库及广告的基本情况,之后分别分析了不同时期的宁波报纸广告:《德商甬报》“告白”高调起步(1899)、广告稳步发展阶段(1910—1919)、广告迅速发展阶段(1920—1930)、报纸种类最多的深入化发展阶段(1930—1939)、徘徊中的广告(1940—1949)、延续、凋敝到空白(1950—1979)、恢复发展到多姿多彩(1980—1999)。

图书在版编目(CIP)数据

宁波报纸广告研究. 1899—1999年 / 戎彦著. —上海:
上海交通大学出版社, 2018
ISBN 978-7-313-20660-2

I. ①宁… II. ①戎… III. ①报纸-广告-研究-宁波-
1899-1999 IV. ①F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 273449 号

宁波报纸广告研究(1899—1999年)

著 者: 戎 彦

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 谈 毅

印 刷: 当纳利(上海)信息技术有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 150千字

版 次: 2018年12月第1版

书 号: ISBN 978-7-313-20660-2/F

定 价: 58.00元

地 址: 上海市番禺路951号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 10.25

印 次: 2018年12月第1次印刷

版权所有 侵权必究

告 读 者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-31011198

前 言

戈公振在《中国报学史》序言中,关于报纸的价值,有如下论述:“盖报纸者,人类思想交通之媒介也。夫社会有机体之组织,报纸之于社会,犹人类维持生命之血,血行停滞,则立陷于死状;思想不交通,则公共意见无由见,而社会不能存在。有报纸,则个分子之意见与消息,可以互换而融化,而后能共同动作,如身之使臂,臂之使指然。报纸与人生,其关系之密切如此。^①”20 世纪的报纸经历了发展至黄金时期再到巅峰的历程,是社会最重要的信息发布载体,作为报纸经济命脉的广告也在百年间获得了迅速发展。

在广告的各研究领域,较之理论广告学和应用广告学,历史广告学的研究相对薄弱。历史广告学又以通史为主,之后开始出现分阶段的断代史研究,包括古代、近代、当代的分别研究。同时,细分区域的研究也开始增加,有以具影响的媒介为核心的,如《申报》《大公报》等,也有以一城某一时期广告为核心的研究,通常是广告比较发达的区域,如北京、深圳等。时间与空间的细分化之外,广告与社会文化的互动也成为研究的趋势。

进入数字化时代后,20 世纪及之前的报纸获得了新生,这些珍贵的资料

① 戈公振,《中国报学史》,上海古籍出版社,2014 年,自序。



不仅得以永久保存,也为研究提供了极大的便利,本课题即是以老报纸数字资源库为基础展开的。

宁波市图书馆官方网站中的“地方老报纸”特色数据库,收录了 1899—1999 年一百年间在宁波出版的 29 种地方报纸,包括《德商甬报》《四明日报》《时事公报》等宁波历史上极负盛名的报纸。虽然早期报纸还有较多缺失,但数字化的资源库于宁波百年报业、新闻、广告及政治、经济、文化的多领域而言,都是具有参考和研究价值的资料,老报纸数据库的建设可谓“功在当代,利在千秋”。

《宁波报纸广告研究(1899—1999 年)》梳理了百年宁波报纸广告的发展历程,分阶段分析了每一时期广告的总体特征及有代表性的广告创意与广告现象,是第一次对宁波百年报纸广告进行的整体性梳理。由于研究能力所限,尚不足以称之为“史”的研究。另外,研究主要集中于商业广告,对社会广告的关注明显不足,也是研究所留的缺憾,有待后续相关研究继续完善。

目 录

第一章 宁波百年报纸数据库概况及广告发展脉络梳理	1
第一节 宁波百年报纸(1899—1999 年)数据库概况	1
第二节 宁波百年报纸(1899—1999 年)广告发展脉络梳理	3
第二章 《德商甬报》(1899 年):“告白”高调起步	9
第一节 高度商业化的《德商甬报》	10
第二节 从《西报最重告白说》看《德商甬报》的广告观	12
第三节 《德商甬报》的广告	15
第三章 《四明日报》(1910—1919 年):广告稳步发展阶段	21
第一节 服务于绅商的《四明日报》	21
第二节 《四明日报》(1910—1919 年)广告概况	26
第三节 《四明日报》(1910—1919 年)广告创意	29
第四章 1920—1930 年:迅速发展的十年	35
第一节 1920—1930 年间广告的进步	35
第二节 时代的印记:国货运动与国货广告	49
第三节 竞争与发展中的必然:问题广告	53



第四节	1920—1930 年间其他创意广告	56
第五章	1931—1939 年:报纸种类最多的深入化发展阶段	62
第一节	新闻业的价值与报纸的多元化发展	62
第二节	广告的深入化发展	65
第三节	注重实效的促销广告	70
第四节	广告策略的发展	77
第五节	创意设计的深化	83
第六章	1940—1949 年:徘徊中的广告	89
第一节	十年概况:延续多,发展少	90
第二节	休闲娱乐业及其广告	94
第三节	对广告的思考、广告逸闻趣事与广告管理	97
第四节	从启事与广告刊例看经济危局	101
第五节	报纸与广告中的怪现象	104
第七章	1950—1979 年:延续、凋敝到空白	109
第一节	概况:数量减少与“去生活化”的广告	109
第二节	广告中明显的不变与变化	112
第三节	“服务”意识凸显的广告	117
第四节	广告认知从客观到走入误区	122
第八章	1980—1999 年:恢复发展到多姿多彩	128
第一节	广告文章:问题型—指导型—百科型	128
第二节	广告发展与广告的专业化	136
第三节	从广告看党报的服务性	144
参考文献		153
索引		155

第一章 宁波百年报纸数据库概况及 广告发展脉络梳理

老报纸的史料价值已经得到社会的充分认可和关注,而数字化的技术更是赋予老报纸新的生命,也为各领域研究这些史料提供了极其便利的条件。

作为最早的大众传播媒介、20 世纪最主要媒介之一的报纸,在启迪民智、传播信息、引导舆论、社会监督、休闲娱乐等方面,都发挥着重要的作用。收录在图书馆中作为史料珍藏的老报纸,依然有着不容忽视的历史和文化价值。建立数据库、永久性保存老报纸只是最为基础的工作。研究这些珍贵的史料,从其中发现社会的变迁、文化的传承、区域的特色、人们的生活,才是这些老报纸数字化真正的意义所在。在这其中,报纸的核心内容新闻和报纸的经济命脉广告当属其中最为重要的内容。

第一节 宁波百年报纸(1899—1999 年)数据库概况

宁波市图书馆在线服务“宁波特色数据库”中有一项内容就是地方老报纸,这个名为“宁波市图书馆馆藏地方报纸(1899—1999 年)”的数据库,收录了宁波一百年间出版的 29 种地方报纸,可以按题名或撰稿人输入关键词进行检索,也能按日期或具体报纸进行检索,能在线浏览,也提供可下载的 PDF 版本。这个数据库中的报纸为我们研究百年宁波的变迁提供了重要的基础性资料。



宁波市图书馆馆藏地方报纸(1899—1999年)数据库是免费开放的。目前,对于和这个数据库类似的数字化资源库的建设还处在起步阶段,发展速度比较慢,对这些资源的利用自然也还非常不充分。各领域的研究人员都应重视这些史料,最大程度地开发出它们的价值,让这些老报纸真正获得“新生”。

宁波馆藏地方报纸数据库收录的地方报纸,包括宁波历史上第一份报纸《甬报》,1949年之前宁波出版时间最长、发行量最大的报纸《时事公报》,在宁波影响力非常大的《四明日报》,民国时期宁波重要的经济报纸《宁波商报》等。说这个数据库是宁波百年历史缩影也并不为过,20世纪宁波的新闻事件、民俗风情在这里都清晰可见。PDF的原版式,能够让我们更准确地看到报纸的原样。虽然老报纸难免有缺失,有些报纸在某些年仅存一份,但这并不会降低这个庞大数据库的价值。

按数据库收录各报纸年份顺序,报纸名与具体年份列于表1-1。

表 1-1 宁波市图书馆馆藏地方报纸(1899—1999年)
数据库收录报纸名称及年份一览表

报纸名称	收录年份
《甬报》	1899
《四明日报》	1910、1911、1915、1917—1919、1921—1930
《时事公报》	1922—1924、1927—1948
《宁波民国日报》	1927、1929—1941
《时事公报》副刊《五味架》	1928、1930
《宁波时报》	1931、1950、1951
《宁波闲话》	1933
《宁波日报》	1933、1944—1949、1983—1999
《上海宁波日报》	1933、1934
《市情日刊1》	1934、1936
《宁波大报》	1934、1936、1937
《市情日刊2》	1935
《新慈溪报》	1935、1937

(续表)

报纸名称	收录年份
《宁波商报》	1935、1938、1939
《商情日报》	1936、1937
《镇海报》	1936
《慈溪日报》	1938
《上海宁波公报》	1941—1945
《镇海日报》	1941
《浙东日报》	1942、1943、1946
《慈溪报》	1946—1949
《宁波晨报》	1947、1949
《宁波晚报》	1947
《民声报》	1947
《大报》	1947
《宁波人报》	1949、1950
《甬江日报》	1949、1950
《宁波大众》	1951、1954—1972
《宁波报》	1956—1961、1980—1982

第二节 宁波百年报纸(1899—1999 年)广告发展脉络梳理

20 世纪报纸与报纸广告经历了发展至黄金时期再到巅峰的历程,在这百年中,广告最为重要的发布媒介之一就是报纸,广告不仅是经济的风向标,更是社会文化与时代的见证者。对于 20 世纪宁波报纸广告整体的研究并不多见,数据库的建设不仅是研究的契机,更是研究的基础资料。

研究兼顾到每一年度和每份报纸,选取每份报纸每一年度的首份和末份,如遇残缺,则选择距离选取日期最为接近的完整份。如果报纸连续收录,第一年度选取 1 月 1 与 12 月 31 日两份,第二年度选取 2 月 1 与 11 月 1 两份,依此类推,选取至 6、7 月,再自 1、12 月始。这样的方式,兼顾到 1 日节



日较多,同时也保证季节更全面,能够相对完整地反映宁波百年报纸广告的全貌。从这些报纸中,我们大致可以勾勒出从1899年至1999年宁波百年报纸广告发展的脉络。

一、1899年:高调起步的“告白”阶段

这一阶段的代表性报纸是《甬报》,它是宁波的德国洋行为了适应经济发展、传播商业信息而创办的,全称为《德商甬报》,创立于1898年11月28日。数据库中收录的是不完整的1899年《德商甬报》。

发行人在创刊号《甬报缘起》把该报的内容概括为“上谕第一,论说第二,奏折第三,辕门抄第四,新闻第五,各署牌示第六,文稿第七,市价第八。”^①由于当时处于清光绪年间,所以上谕、奏折写在报纸内容之列,而从实际内容看,广告和市价占据了很大部分版面。其中1月6日的报纸中,第三版全部为广告,第二、第四版中也有部分广告,第二版除广告外,只有市价行情。12月27日最后一份中广告和市价所占比重稍有增加。总体而言,四版内容中,广告和市价所占版面超过两版半,所以,《德商甬报》是地道的商业报纸。

在《德商甬报》中,广告称之为“告白”,虽然作为第一份报纸,但却是高度商业化的,所以称之为高调起步。1899年数据库中收录的《德商甬报》广告均无配图,此时广告与其他内容排版并无太明显的差异,标题字号大、字体不同、反白是主要的表现方式。企业名称、商品(服务)特点、地址电话是这一阶段广告的三要素,另外广告中明确写出商品价格的也不在少数。广告的商品和服务类别涉及日用品、纺织印染、文化艺术、医药保健、餐饮、保险等,行业比较多,广告总体采用理性诉求的方式,多种行业的广告也显现出当时宁波商业的繁荣。

二、1910—1919年:稳步发展阶段

这一阶段代表性的报纸是创刊于1910年的《四明日报》。此时广白、告白、广告并用,以“广告”一词的使用频率为最高。截至1919年的缘由是《时事公报》于1920年创刊。

^① 刘光磊、周行芬,《甬报》与《德商甬报》,新闻大学,2001,夏.

《四明日报》自1910年的广告就比较注重排版,特别是通过字体字号变化凸显重点内容,标题使用花边或背景色,而广告中使用配图,包括商品图、商标图、装饰图等。就文案内容而言,无特别的创新和明显的发展,仍以理性诉求为主。这一阶段,部分广告以“国货”作为卖点。此阶段广告中减价、赠品等促销方式都有运用。就商品所属行业而言,珠宝首饰、化妆品等出现,经济的发展和生活的变化在广告中一一被记录着。

三、1920—1930年:迅速发展阶段

这一阶段数据库中收录的报纸包括《四明日报》《时事公报》《宁波民国日报》和《时事公报》副刊《五味架》。其中,创刊于1920年6月1日的《时事公报》是宁波现代最具代表性的报纸,登载于上的广告也代表着宁波现代广告的最高水准。截至1930年的缘由在于《四明日报》在这一年终刊。

1921年《四明日报》广告图文并茂的表现比较多,以图为主辅以少量文字的广告也有出现。有些广告大面积留白,注重突出商品优点、品牌名称。广告中有使用问句标题吸引注意力的,也有使用前和使用后效果对比这样说服力比较强的表现方式。另外还出现了恭贺类型的广告,主要以恭贺新年加企业名称为主要表现,新年增刊中有大量此类型广告。

这时广告数量非常多,品牌与商标受到重视,广告中的女性形象运用越来越多。促销方式上,赠品印花出现,打爱国牌的促销也增多,尤其是在1928年的广告中体现得最为明显。保健品、服装、化妆品广告数量增加。

这一阶段的广告注重创意,出现了哲理表现的方式,如中法储蓄银行的广告,一条路是飞去了的挥霍,另一条路是日积月累的积蓄,“你愿走那条路么”的疑问再次引发人们的思考,颇具深意。



图 1-1 中法储蓄银行广告^①

^① 中法储蓄银行广告,时事公报,1923-06-09,版面不详。



四、1931—1939 年:多样化发展阶段

这一阶段数据库中收录的报纸种类是最多的,包括《四明日报》《时事公报》《宁波民国日报》、《时事公报》副刊《五味架》、《宁波时报》《宁波闲话》《宁波日报》《上海宁波日报》《市情日刊 1》《宁波大报》《市情日刊 2》《新慈溪报》《宁波商报》《商情日报》《镇海报》《慈溪日报》等。

此时的广告表现越来越多样化,有些以留白区别开报纸其他内容,同行业广告集中编排的方式比较多见,另外还有多家企业联合发布恭贺广告的形式。创意手法的运用也是多种多样,如故事化诉求、比喻、对比(使用前和使用后的对比、使用和未使用的对比、自身国货商品与他国同类商品比较等)、问答式等都有运用。

随着经济的发展和市场竞争的激烈,促销广告增多的同时,也出现了明确反对促销的广告,以此方式来证明自身的实惠。另外这一阶段季节性商品增多,如夏季的果子露、绸布、电风扇、花露水等。

五、1940—1949 年:徘徊阶段

这一阶段数据库的报纸包括《时事公报》《宁波日报》《上海宁波公报》《镇海日报》《浙东日报》《慈溪报》《宁波晨报》《宁波晚报》《民声报》《大报》《宁波人报》《甬江日报》。此时多数报纸都明确区分广告与其他内容,广告排版做到有留白、有边框,比较醒目,总体采用艺术化表现的广告相对比较少。

就行业而言,金融行业占据一定比例,这在《上海宁波公报》的广告中体现最为明显。不仅其他行业中有电话送货,饭店也推出了外送服务。此时广告中出现打故乡牌、同乡情的表现。另外,在《甬江日报》等报纸中能够看到有一定比例的道歉、悔过类型的商业广告。1947 年 1 月 5 日《宁波日报》德华参燕号广告内容为“本号每日三时至七时假座宁声宁钟二电台播送节目希各界收听”,比较类似现在的冠名赞助的形式。

这一阶段末期,商业广告数量减少,启事和公告也有减少。

六、1950—1959 年:延续、凋敝到空白阶段

这一阶段数据库中的报纸包括《宁波时报》《宁波人报》《甬江日报》《宁波大众》《宁波报》。前几年贺岁广告、利用大事件做广告都比较多,到 1955

年及之后时段,广告主要为剧场演艺类,其他广告数量趋于减少,60年代体现得尤为明显。

1956年1月1日创刊的《宁波报》创刊词中报纸的政治性予以特别强调,并无商业性的相关内容。这一阶段广告都有明显的服务于社会主义建设的意识,广告突出企业名称、产品类别,无太多创新,比较中规中矩。1958年生产资料广告较多。1959年虽然出现配图比较生动的“诗画广告”,但集中编排、每则雷同,并无宣传的意识,更像是建设成果的展示。另外这一阶段广告出现了很多商品图围绕在厂名周围的排版方式,繁多的配图,多快好省建设社会主义,繁荣昌盛的感觉跃然广告上。《宁波大众》作为宁波地区革命委员会机关报,政治意义远大于商业价值,很多年份除了革命教育、剧场信息外,只有零星启示类型的信息,几无真正意义上的商业广告,直至1972年10月停刊。

1973年至1979年,数据库中没有收录任何报纸,我们称之为“无资料空白阶段”。

七、1980—1999年:恢复发展到多姿多彩阶段

这一阶段数据库中收录的报纸是《宁波报》和《宁波日报》。

1980年,《宁波报》试版,广告比较少,可见中药店、银行广告,主要为启事、剧场演艺类信息。到1982年仍以剧场演艺为主。另外报纸中很多商业信息中提及品牌,还有工艺美术、五金交电、化工、丝绸、家具、服装的广告,但数量不多。广告中有对服务人民和四化建设的强调。1981年《宁波报》登载文章《〈人民日报〉发表评论员文章广告的生命在于真实》,这不仅是强调广告的生命在于真实,也是对于广告存在合理性的支持。

《宁波日报》1983年的广告有着较为鲜明的计划经济时代的特征,此时报纸上有较多广告、新闻、市场信息不分的内容。1984年广告中出现商品获奖的信息;1985至1989年,展销会、供货会、订货会信息比较多。整体而言,此时广告数量还是比较有限的。

进入90年代,广告发展速度加快。初期时段,展销信息、有奖销售、恭贺广告比较常见,有了明显的“顾客至上”理念,另外广告中各种获奖信息出现频率也很高。后期时段广告发展更加多姿多彩。1993年有类似冠名方式的



“特约刊出”“梅龙镇杯”等,这一年还出现了飞艇广告,属于比较新鲜的方式。1994年广告中,有卡通形象、吉祥物和集卡促销,也出现了英文词汇、外国专家形象等。广告的标题越来越注重措辞,对偶、双关等经常被使用。1998年报纸中有现代生活服务专栏广告,属于软文的性质。

经济的发展、生活的变迁在广告中都能够找到一路变化的轨迹:1994年博士伦广告;1995年BP机广告;1996年房地产广告、欧米茄广告、休闲娱乐类广告、电脑寻呼类广告;1997年“自强创辉煌”公益广告、企业出资的公益广告;1998年分期付款的广告、房地产按揭的广告;1999年,来电显示电话广告、搬家公司广告、手机周边的广告(如电板、耳机、充电器)等。

随着报纸的增多和其他媒介的发展,报业广告的竞争也愈发激烈。《宁波日报》这一时期推出了分类信息广告部,在下班时间也提供服务。另外,报社还通过发布公益广告的方式,树立自身形象,同时推动宁波广告业的发展。

以上每个发展阶段都有各自的特点,后续章节会进行一一分析。

第二章 《德商甬报》(1899年): “告白”高调起步

“《甬报》同名者前后计有三种。第一种是1881年创刊的,第二种是1898年10月由德国德丰洋行创办的,第三种是1908年国人张让三创办的。”^①宁波特色数据库中所收录的《甬报》是第二种,史称《德商甬报》。

早在1854年,宁波就出现了近代第一份中文报刊《中外新报》,由外籍传教士创办,比上海的《六合丛谈》早三年,1861年停刊。1870年英国传教士创办了《宁波日报》,持续时间不长即停刊。

到了19世纪末期,宁波的商业已经很发达,对外贸易也日益繁盛,这为现代报刊,尤其是商业化程度较高的报刊的创办提供了土壤。

1881年创刊的《甬报》重视新闻和广告,虽然联合创办者是英国牧师,但就内容而言并非宗教,而是更接近现代商业报刊。正如《甬报》第一卷首页“本馆谨启”所述“今中国以文明物之邦,举十八省之地,不过报馆数家,固由人未尽知其利益,风气难开。亦由开报者不能日新月异,使人尽知其利益,风气渐开。本馆有感于此,因在宁波特设一馆。报中首选京报者,懔尊王之大义;作论文者,寓讽世之微言;登近事、告白者,符新闻之体例;翻译外国书籍者,备局外刍尧。月出一报,小试其端也。”^②到第十期“选录京报”撤销。《甬报》重视发布实业信息,对于现代商业意识的传播和商业氛围的营造起到了重要作用。但受限于当时报刊的整体发展状况,“基本上没有广

① 王欣荣,《甬报》初步研究,杭州大学学报,1984(09)。

② 本馆谨启,甬报,1881(02)。



告^①”。

1898年由德国洋行创办的《德商甬报》显现出了高度的商业化意识,广告数量也非常多,这并非意外,也不是突变,而是商业、报刊和历史发展的必然。由于是洋行创办,与之前的报刊差异较大,称其为“高调起步”。

第一节 高度商业化的《德商甬报》

1881年创刊的《甬报》在1882年停刊,16年后的1898年,《德商甬报》才创刊。这一阶段出现了中国新闻历史上第一次办报高潮。1898年11月28日(清光绪二十四年十月五日),《德商甬报》创刊。由于此前的《甬报》出版周期是以月计,也有学者视其为期刊,《德商甬报》则是典型的报纸。《德商甬报》采用油光纸铅印,每张四版,内容包括本馆告白、文牍、电讯、历史、新闻等,部分实物收藏于浙江博物馆和宁波图书馆,宁波特色数据库中收录的是1899年的《德商甬报》。

白霭斯在创刊号中所刊登的《甬报缘起》一文中,分析了商业发达的宁波缺乏报刊、信息闭塞的状况,“独惜夫甬江据宁郡之冲,百货之所交,商务繁盛为一都会,而报馆阙如”,他认为这阻碍了商品经济及社会的发展。而对于《德商甬报》的创办宗旨,“宁波客商来自他省者,若闽广、若安徽;来自内地者,若绍台、若金衢严,往往因作客他乡,消息不灵,致遭蒙蔽。若有甬报,则货物之多寡,市价之低昂,一寓目而即之,匪独无居奇之患,抑且无抑勒之虞。此甬报之于客居宁波者也。宁波生齿日繁,内地无可谋生,有附轮船而远赴外洋者……若有甬报,则争先快睹,如瞻桑梓,有不为之心慰者乎!此甬报之便于侨居异地者也。”^②由此不难看出,通达商情、传播商业信息、服务商人的主旨非常清晰。

《德商甬报》的高度商业化从其所登载内容中也能够明显地看出。从数

^① 周军,从启蒙到倡导——《甬报》和《德商甬报》商业新闻传播评析,国际新闻界,2010(03)。

^② 原载德商甬报,转引自周军,从启蒙到倡导——《甬报》和《德商甬报》商业新闻传播评析,国际新闻界,2010(03)。