



白领
英语小丛书

Advertising English

广告英语

卢秀成 译



上海科学技术文献出版社

·白领英语小丛书·

广 告 英 语

卢秀成 编著

NA236/06

上海科学技术文献出版社

责任编辑：何银莲

封面设计：何永平

· 白领英语小丛书 ·

广 告 英 语

卢秀成 编著

*

上海科学技术文献出版社出版发行

(上海市武康路2号 邮政编码 200031)

全国新华书店经销

上海科技文献出版社昆山联营厂印刷

*

开本 787×960 1/32 印张 5.25 字数 108 000

2000年1月第1版 2000年1月第1次印刷

印数：1—5 100

ISBN 7-5439-1519-7/G·365

定 价：8.40 元

内容简介

本书介绍了英语广告的形式、语言特点及修辞手法,并列举了大量示例,涉及招聘、招生、租房、购车、交友、贷款、旅游及商品等广告内容。示例全部选自原版英语报刊。每一示例配有中译文,并加注说明,以供参考。

本书能帮助读者提高英语广告的阅读能力和写作技能,从而进一步提高英语水平。

前 言

随着商品经济的发展,广告业应运而生。而广告业又推动了商品生产、商品交换和服务的发展。广告既是生产经营者市场竞争的重要武器,又为广大消费者选购商品和服务提供了宝贵的信息。然而,对广告一无所知或者一知半解的人却很难从广告中获得应有的好处。本书侧重介绍英语广告的形式和语言特点,并通过大量中英对照的实例,帮助读者提高阅读理解英语广告的能力,以便使日常生活中所见的英语广告更好地为读者所用。

全书共分两大部分。第一部分概括介绍了广告的形式、广告英语的语言特点及修辞手法。第二部分为英语广告示例,范围涉及招聘、招生、租房、购车、交友、贷款、旅游及商品等内容。广告示例选自英语国家的报刊杂志,每条广告均提供编者翻译的参考译文,并附以注解说明,便于读者阅读理解。

本书适合于具有一定英文基础的读者使用。相信通过本书的阅读练习,读者能很快熟悉各类英语广告的特点和规律,不仅能理解英语广告的涵义,而且能欣赏其中的优美文字。随着英语水平的提高,也许还能用英语编写出自己的广告语。

本书编写过程中,承蒙上海对外贸易学院叶京生教授的支持和帮助,在此表示感谢。

限于水平和时间,书中如有不妥之处,敬请读者
指正。

卢秀成
2000年1月

目 录

第一部分 概述	(1)
一、广告的形式	(1)
二、广告英语的语言特点	(2)
(一)文体简炼	(3)
(二)句子简单	(4)
(三)用词精确	(4)
三、广告英语的修辞手法	(6)
第二部分 英语广告示例	(9)
一、招聘	(9)
(一)招聘教师	(10)
示例 1 招聘中学教师	(10)
示例 2 招聘幼教老师	(11)
(二)招聘文员	(12)
示例 3 招聘兼职打字员	(12)
示例 4 招聘发廊接待员	(13)
示例 5 招聘公司接待员	(14)
示例 6 招聘公司接待员/接线员	(15)
示例 7 招聘专职行政助理	(16)
示例 8 招聘法律文件管理员	(17)
(三)招聘专业技术人员	(18)
示例 9 招聘电脑专家	(18)
示例 10 招聘实验室技术人员	(20)

示例 11 招聘房地产经纪人	(21)
示例 12 招聘会计师	(22)
(四)餐馆招工	(24)
示例 13 招餐馆服务员	(24)
(五)招聘保姆/管家	(25)
示例 14 医生和设计师夫妇聘保姆 ...	(26)
示例 15 招保姆照看一男孩	(27)
示例 16 招保姆照看两孩子	(28)
示例 17 招保育员	(29)
示例 18 招管家兼保姆	(30)
示例 19 招管家	(31)
示例 20 招家政员	(32)
(六)招聘医护人员	(33)
示例 21 招聘兼职医护接待员	(33)
示例 22 招聘兼职注册护士	(34)
示例 23 招聘兼职牙科接待员	(35)
示例 24 招聘注册护士	(36)
示例 25 招聘理疗室接待员	(37)
示例 26 护理中心招聘社会服务人员	(38)
示例 27 大型护理机构招聘社会服务 人员	(39)
(七)招聘销售人员	(40)
示例 28 瘦身中心招聘推销员	(40)
示例 29 礼品公司招聘销售代表	(41)
示例 30 招聘客户服务代表	(42)
示例 31 招聘金融服务代表	(44)

示例 32	招聘运输销售代表	(46)
示例 33	运输公司招聘司机、调度员等	(48)
示例 34	招聘内外销人员	(50)
示例 35	招聘海外分销商/代理商	(52)
二、招生		(53)
示例 36	招收工商管理学士、硕士、博 士生	(54)
示例 37	招收工商管理硕士、理科学 生	(55)
示例 38	远程教育招生	(58)
三、房屋租赁		(60)
示例 39	单身公寓出租	(61)
示例 40	房屋出租	(62)
示例 41	无家具公寓出租	(63)
示例 42	无家具单间公寓出租	(64)
示例 43	假日别墅出租	(65)
四、觅友		(66)
(一) 觅男友		(67)
示例 44	单身黑人职业女子觅男友 ...	(67)
示例 45	单身黑人女子觅男友	(68)
示例 46	单身白人女子觅男友	(69)
示例 47	单身黑人职业女子觅男友 ...	(70)
示例 48	离异白人女子觅男友	(71)
示例 49	离异白人女子觅男友	(72)
示例 50	单身女子觅男友	(73)
示例 51	离异白人女子觅男友	(74)

(二) 觅女友	(75)
示例 52 单身白人男子觅女友	(75)
示例 53 单身白人男子觅女友	(76)
示例 54 离异男子觅女友	(77)
示例 55 单身白人男子觅女友	(78)
示例 56 单身白人男子觅女友	(79)
示例 57 单身白人职业男子觅女友 ...	(80)
五、收购旧车	(81)
(一) 收购旧车	(82)
示例 58 收购 1988 年后制造的旧车 ...	(82)
示例 59 收购 1985 年后制造的旧车 ...	(83)
示例 60 收购 1990 年后制造的旧车 ...	(84)
示例 61 收购 1987 年后制造的旧车 ...	(85)
示例 62 高价收购 1990 年后制造的 旧车	(86)
示例 63 收购国产或进口车	(87)
示例 64 现金收购旧车	(88)
示例 65 收购旧车	(89)
(二) 收捐赠旧车	(90)
示例 66 向慈善会捐赠汽车	(90)
示例 67 向盲人捐赠汽车	(91)
示例 68 捐赠各种车辆	(92)
六、购车贷款	(93)
示例 69 购车贷款	(94)
示例 70 购车贷款	(95)
示例 71 购车贷款	(96)
示例 72 购车贷款	(97)

示例 73 购车贷款	(98)
七、汽车租赁	(99)
示例 74 汽车低价租赁	(100)
示例 75 租赁	(101)
示例 76 汽车租赁	(102)
八、旅行	(103)
(一)住宿	(103)
示例 77 预订客房	(104)
(二)游览	(106)
示例 78 游船	(107)
示例 79 散客的士观光	(108)
九、优惠券	(109)
示例 80 优惠购买酸奶	(110)
示例 81 优惠购买土豆片	(111)
示例 82 优惠购买奶酪	(112)
示例 83 优惠购买可乐	(113)
示例 84 优惠购买洗发液	(114)
示例 85 优惠购买护肤品	(115)
示例 86 美容美发优惠券	(116)
十、优惠订阅报刊杂志	(117)
示例 87 优惠订阅《读者文摘》杂志 ..	(118)
示例 88 优惠订阅《财富》杂志	(120)
十一、优惠拨打国际长途电话	(122)
示例 89 优惠打国际长途	(123)
示例 90 全新优惠国际长途	(124)
十二、服务广告	(126)
(一)法律服务	(127)

示例 91	律师事务所提供法律服务 …	(127)
示例 92	移民加拿大 ……………	(128)
示例 93	移民新西兰 ……………	(130)
示例 94	移民澳大利亚 ……………	(131)
(二)	提供家教 ……………	(132)
示例 95	提供数学家教 ……………	(132)
示例 96	提供法语家教 ……………	(133)
(三)	医疗培训 ……………	(134)
示例 97	医疗培训 ……………	(134)
示例 98	医疗培训班 ……………	(135)
(四)	婚姻介绍 ……………	(136)
示例 99	婚姻介绍 ……………	(136)
十三、	商品广告 ……………	(143)
示例 100	Lark 牌旅行包 ……………	(144)
示例 101	福特小型柴油拖拉机 ……	(146)
示例 102	不列颠百科全书 ……………	(148)
示例 103	DEWAR 牌酒 ……………	(150)

第一部分 概 述

广告即广而告之,其含义是指通过广泛宣传让公众知晓。随着商品经济的发展,如今广告一词主要被用来指生产经营者通过传媒动员消费者购买其商品或服务的一种宣传活动。工商企业不仅通过广告来加强与消费者的沟通,达到促销的目的,而且将广告作为与其他企业竞争的武器。广告对社会发展同样具有重要的意义,它能促进经济更快速地增长。对于消费者来说,广告可以引发他们的购买欲,帮助他们了解产品和服务的情况,并给他们以选择的机会。此外,广告还能丰富社会的文化生活。人们除了可以从中获得有关产品和服务的信息外,还可将广告作为一种文化形式来欣赏,满足人们对精神生活的需求。当然英语广告也可作为我们学习专门用途英语,提高外语水平的阅读素材。

一、广告的形式

广告的形式很多,按不同的广告媒体划分,日常生活中最常见的有:广播广告、电视广告、印刷广告以及实物广告。不同的广告形式会产生不同的广告效果。

广播广告主要是利用广播的特点,通过播音者的语音语调来渲染一种气氛,产生较强的感染效果,而且广播广告制作成本较低,可以多次反复播放,加深听众

对某产品或服务的印象。但听众在收听广播时注意力不可能总是十分集中,往往一不留神就会错过,因此,有时效果会大打折扣。

与广播广告相比,电视广告具有更大的优越性。它不仅能产生听觉效果,而且更重要的是能产生视觉效果,因而对观众的影响力更大。电视广告中五彩缤纷的画面、悦耳动听的音乐加上形象生动的表演,使观众更容易被电视广告所吸引。电视广告无愧为一种快速、直接、有效的广告形式。然而做电视广告所需付出的巨额广告费却令大多数小厂商望而生畏。

为节省广告费开支,一些厂商更倾向于采用另一种广告形式,即印刷广告。印刷广告包括的范围十分广泛,可以说一切用印刷品形式所作的广告都可归于此类,如报纸、杂志、画册、招贴、传单、折价券、标语、车票等上印制的各种广告。印刷广告与广播广告和电视广告相比具有较长的时效性。它不像广播广告和电视广告那样一闪而过。消费者可以慢慢阅读印刷广告,仔细推敲。如果愿意的话还可以将有些印刷广告收集起来,以备后用。当然印刷广告是无声的,不及广播广告、电视广告那样生动,但是只要印刷广告语言优美,用词巧妙,读起来就可以起到“此处无声胜有声”的效果。此外,随着印刷技术的提高,图片印制质量的不断改进,印刷广告如配以高质量、高清晰度、色彩丰富的图片,就可以收到更好的视觉效果。

实物广告是通过散发供试用的商品样品进行宣传的一种广告。近年来开始十分流行。对消费者来说,实物广告的作用最为直接。但实物广告适用的范围较

狭窄。通常只适合于微小试用包装的商品,如香水,护肤品,洗发露,洗衣粉,麦片,奶粉,小零食等。对于体积大、价格昂贵的商品则不宜作实物广告供消费者免费享用。

本书所介绍的英语广告只涉及上述第三种广告,即印刷广告,其他形式的广告概不阐及,而且限于篇幅,本书只对印刷广告中的报纸广告,尤其是分类广告(Classified Advertising)作介绍。

二、广告英语的语言特点

在宏观上,印刷广告的制作应包括广告策划、设计包装和选择广告代理商等等。在微观上还涉及许多具体细致的技术性工作,如广告语编写、版面设计、美术编辑、总体效果、色彩、图片、字体效果设计和背景设置等。本书将对印刷广告中的广告语的撰写特点作一些介绍。了解了这些特点能更好地掌握广告用语的规律,不仅有助于学习写作,而且有助于提高阅读、理解和欣赏英语广告的能力。

(一) 文体简炼

广告语必须通俗易懂,便于记忆。只有做到文风朴实无华,才能吸引人们,唤起人们的购买欲。广告语撰写者一般都有很强的驾驭语言文字的能力,在语言文学上有很深的造诣。他们并不是用华丽的辞藻来打动消费者的心,而是用非常亲切、朴实的口语化语言来贴近读者。口语化的语言一方面易懂,使读者不必费时间、精力去揣摸其中的含义,同时口语化的语言读起来更显亲切,没有生硬呆板的感觉。广告语必须简炼

的另一个理由是投放广告者总是希望以最简短的表达形式来传递尽可能多的信息。撰写广告语不同于撰写一般稿件。一般稿件的作者写的篇幅越长,可得的稿酬就越多,而广告语则正好相反,篇幅越长,支付的广告费必然越多。所以单从经济角度出发,也要求广告语简而又简。

(二)句子简单

要使广告短小精悍,广告者必须尽可能使用简单的句子结构。如果句子结构过于复杂,读者连广告中的句子都看不懂,就很难想象他会去购买广告所推销的商品。具体地说,在广告语言中要避免使用从句或复合句,尽量使用陈述句和祈使句,而且多用一般现在时态的短句。陈述句的优点在于它能将事实讲清楚(例9)。祈使句能明确地向读者提出要求或告诉读者如何做(例5)。当然有时也可用反问句以达到加深印象的效果(例10)。此外,在分类广告(Classified Advertising)中,为了节省版面,一般都不使用完整的句子,而仅仅保留其中的某些关键词或短语,甚至只保留关键词中的某些字母,尤其是辅音字母。另外,在不会引起误解的情况下连标点符号也省略掉了。

(三)用词精确

在广告中,正确用词是至关重要的。每一个词都有其重要的作用。例如,要激发人的情感,就必须选情感强烈的词;要启发人们的理智,就要用能够使人冷静思考的词。广告中很少有“多余的话”,真可谓“字字值千金”。

在各种词性中,名词和动词在广告中的作用最重

要。有人曾作过这样的比喻:名词是子弹,动词是弹药,形容词是烟雾(Nouns are bullets. Verbs are powder. Adjectives are smoke.),也就是说,名词和动词最重要,最能表达意思。选词时,名词要力求正确,因为名词表达的是主题和内容。动词必须有力,因为动词是用来表示动作的。广告中不提倡多用形容词,以免滥用反而使其失去作用。除非所用的形容词必不可少,否则用了也仅仅是“烟雾”而已。

1. 短词

英语广告中使用最多的词是短词。英语中最简短的词源自盎格鲁撒克逊(Anglo-Saxon)。短词更富有感情,更能传达意思,更加易懂。

2. 褒义词

英语广告中往往都使用褒义词,而不用贬义词,因为广告商总是强调产品或服务的优点和有利的一面,而对其缺点或不利的方面避而不谈。当然用褒义词并不等于用词夸张。用词过分夸张会给人以一种虚假的感觉,效果适得其反。

3. 专有名词

广告推出的往往是一些新产品。新产品需要用新名词来命名,这样就会产生很多新名词,或新的复合名词。这些词具有新颖性,最能迎合人们追求“新、奇、特”的心理。

4. 缩写词

英语广告中使用缩写词的现象极多,除了非常讲究的正规广告外,一般广告中或多或少都会使用一些缩写词。尤其在分类广告中更为普遍,原因是广告者