

高等学校广告学系列教材

中外广告史

History of Chinese and Foreign Advertising

杨海军 主编

■ 丛书主编 / 黄升民
■ 丛书主审 / 丁俊杰

张金海
陈培爱

吴予敏



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

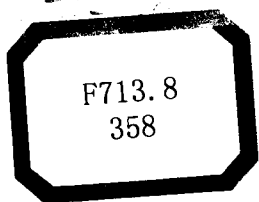
高等学校广告学系列教材

中外广告史

■ 丛书主编 / 黄升民 张金海 吴予敏

■ 丛书主审 / 丁俊杰 陈培爱

杨海军 主编



History of Chinese and Foreign Advertising



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中外广告史/杨海军主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2006. 6

高等学校广告学系列教材

ISBN 7-307-05043-9

I. 中… II. 杨… III. 广告—历史—世界—高等学校—教材
IV. F713. 8-091

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 036849 号

责任编辑:高璐 宋玲玲 林莉 责任校对:王 建 版式设计:支 笛

出版发行: **武汉大学出版社** (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 武汉大学出版社印刷总厂

开本: 720×1000 1/16 印张: 26.75 字数: 494千字 插页: 1

版次: 2006年6月第1版 2006年6月第1次印刷

ISBN 7-307-05043-9/F·983 定价: 37.00元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

高等学校广告学系列教材编写委员会

丛书主编:黄升民(中国传媒大学教授、博士生导师)

张金海(武汉大学教授、博士生导师)

吴予敏(深圳大学教授)

常务主编:丁俊杰(北京广播学院教授)

陈培爱(厦门大学教授)

常务副主编:姚曦 程明

副主编:陈刚 黄合水 金定海 李杰 舒咏平 许正林 夏晓鸣

杨海军

编委:陈月明 陈正辉 何佳讯 胡晓芸 吕尚彬 刘泓 李俊良

罗书俊 商世民 许椿 余艳波 杨立川 杨效宏 杨先顺

张贤平

参编高校:北京大学

天津师范大学

浙江大学

暨南大学

上海大学

上海师范大学

湖南大学

湖北大学

中南民族大学

江西财经大学

四川大学

南京师范大学

中国传媒大学

厦门大学

武汉大学

深圳大学

西北大学

宁波大学

河南大学

华中科技大学

华中农业大学

武汉理工大学

华东师范大学

福建师范大学

本书编委

杨海军 苏士梅 黄艳秋 方钰淳

努力加强广告学专业教材建设 全面提升广告学高等教育质量

(代序)

中国广告学高等教育至今才 20 多年的发展历史，是如此的年轻，谁曾料想到，20 多年后的如今，全国竟发展至 200 多个广告学高等教育专业教学点。毫不夸张地说，广告学是我国高等教育近 20 年来发展速度最快的专业之一。

我们现在经常提“跨越式发展”、“超常规发展”，这几乎成了我们所处的转型期社会的一种社会常态，尽管有人反对，却也有许多人主张。“跨越式发展”或称之为“超常规发展”，在一定程度上有悖于事物发展的自然规律，然而在某一特殊的社会时期，未必不是一种必需。对于中国广告学高等教育的发展，似乎也应作如是观。中国广告学高等教育的“超常规发展”，正是现代中国社会经济持续高速发展的必需，中国广告产业持续高速发展的必需。

不可否认，与“跨越式发展”或称之为“超常规发展”相伴随的，常常是一种我常戏称的“跨越式发展症”或“超常规发展症”。因此，问题的存在也是一种必然。不过，我一直不太认同对我国广告学高等教育“高速低质”的总体评价。

诚然，与许多传统学科和专业相比，广告学高等教育的确存在师资力量欠缺、教学欠规范、理论研究相对滞后等诸多问题，但 20 多年的进步，却是巨大而有目共睹的。全国广告学高等教育工作者多年来辛勤劳作，默默奋争，并承受着某些偏执的学科与专业歧视，不断推进着我国广告学高等教育质量的全面提升。我曾拜访过诸多广告业界人士，他们对我国广告学高等教育也有一些意见和看法，但总体评价却是肯定的。与积淀浸润上百年、几百年的传统学科相比，我国广告学高等教育不过 20 多年的历史，在某些层面自然不具有可比性，若论与社会实践的结合度，以及广告学高等教育的社会参与度与活跃度，在我国高等教育领域，至少是值得我们自许的。

与起步初始阶段相比，目前我国广告学高等教育无论是在师资力量、教

学规范上,还是理论研究上,早已不可同日而语。在本科教育的基础上,具有广告学硕士学位授予权的高校,目前已有30多所,招收广告学博士研究生的也有上十所高校。在我国新闻传播学学科范围,将广告学提升为二级学科的呼声日高。“低质”的评价也许出在评价的参照系上。如果说我国的广告学高等教育“速度的增长”与“质量的提升”的非同步发展,以及全国高等教育范围内各广告学专业教学点非均衡发展,也许更切合实际。

广告学高等教育专业教学点,从最初的一家、几家,仅20多年的时间,发展到现在的210多家,的确是令人惊讶。随着广告学高等教育的飞速发展,高等教育的广告学专业教材也与日俱增。这同样是一件正常而可喜的事。教材建设是专业建设的基础。有人认为广告学专业教材建设过“滥”,我倒以为没有一定的“量”就不可能有一定的“质”,任何事物的发展都有一个从“量的增长”到“质的提升”的过程,所谓“大浪淘沙”、“吹尽黄沙始见金”,这是一个规律。再者,现在又是一个知识更新频率不断加快的时代,广告学深处其中,没有淘汰,没有更新,倒真是不正常的事。

1996年,武汉大学出版社曾组织出版过“珞珈广告学系列丛书”,共10种,数十所高校采用为广告学专业教材,先后两版十多次印刷。现在看来,也有陈旧之嫌,亟待更新。出版社多次与我商谈,要求我们重新全面修订。我们考虑,与其在原有范围内修订,不如花大气力在全国范围重新整合力量,推出一套新教材更好一些。我们的这一想法得到出版社的认同,并立即组织实施。

现有的200多个广告学高等教育专业教学点,分布于全国各地,分置于不同的学科背景。有的设置于艺术类学科之下,有的设置于经济类学科之下,有的设置于新闻传播学科之下。各高校各学科类型的广告学专业,都具有各自的办学特色,各自各具优势的培养目标。正是这样一种教学格局,适应了我们广告业对广告专业人才的多种需求。也正是这种教学格局,决定了广告学高等教育不可能有一种“放之四海而皆准”的教学模式。在许多场合下,我都曾明确主张过广告学高等教育的教学模式的多元发展。也正因为如此,要编纂一套具有完全普适性的广告学专业教学的教材,也只是一种良好的愿望。本系列教材的编纂,也只是尽可能把握广告学高等教育的基本规律和基本特征,在书目的确立和内容的厘定上,使之具有更大的可选性。

本套教材初步拟定的书目达20种之多,参加编写的高校也有20多家。中国传媒大学广告学院院长、教授、博士生导师,全国广告学高等教育研究会副会长黄升民先生,深圳大学文学院院长、教授,全国广告学高等教育研究会副会长吴予敏先生,以及本人一起应邀担任本丛书的主编。中国传媒大学副校长、教授、博士生导师丁俊杰先生,厦门大学文学院院长、教授、博士生导

师，全国广告学高等教育研究会会长陈培爱先生，应邀担任本丛书主审。上海师范大学的金定海教授、上海大学的张祖健教授、华中科技大学的舒咏平教授、南京师范大学的陈正辉教授、天津师范大学的许椿教授、华中农业大学的吕尚彬教授、武汉理工大学的夏晓鸣教授、西北大学的杨立川教授、暨南大学的杨先顺教授、福建师范大学的刘泓教授、中南民族大学的张贤平副教授、湖北大学的余艳波副教授、江西财经大学的罗书俊副教授等，应邀担任本丛书的副主编和编委。能与这么多的学者和朋友一起合作，本人深感荣幸。因本丛书的编纂，作者和内容涉及面都比较广，规模又比较大，受出版社委托，具体组织和联络工作由武汉大学的姚曦副教授、程明副教授担任，故二人应邀担任本丛书的常务副主编。

我们都来自五湖四海，为了一个共同目标走到一起。这个目标就是，促进中国广告学高等教育的健康发展，全面提升我国广告学高等教育的质量。但愿我们的努力切实而富有成效。

张金海

二〇〇六年四月六日于武汉大学

目 录

第一章 广告起源及初期表现	001
第一节 广告的起源及相关问题.....	001
第二节 有关广告起源问题的两种基本观点.....	005
第三节 原始社会的广告表现形态.....	006
第二章 中国古代商业广告的发展及表现	012
第一节 中国古代商品广告的出现.....	012
第二节 中国古代商业广告的初步发展.....	015
第三节 中国古代商业广告的发展及兴盛.....	033
第四节 中国古代商业广告的延续发展及相对成熟.....	065
第三章 中国古代“社会广告”的产生与发展	088
第一节 “社会广告”的产生与发展.....	088
第二节 文化广告及表现形态.....	091
第三节 中国古代的政治广告.....	095
第四节 中国古代的军事广告.....	100
第四章 中国古代广告发展的基本脉络	105
第一节 中国古代广告发展的特点.....	105
第二节 不同类型广告发展的脉络关系.....	109
第三节 广告在古代社会历史发展中的作用.....	112
第五章 鸦片战争到五四运动时期的广告	118
第一节 鸦片战争前后的广告.....	118

第二节	戊戌变法与辛亥革命时期的广告.....	126
第三节	晚清的其他广告形式.....	137
第六章	五四运动时期到中华人民共和国成立以前的广告.....	147
第一节	五四运动时期的广告.....	147
第二节	20世纪20~30年代的广告.....	152
第三节	抗日战争至中华人民共和国成立前的广告.....	166
第七章	旧中国的广告管理与广告教育.....	180
第一节	广告管理.....	180
第二节	广告研究与广告教育.....	186
第八章	中华人民共和国成立初期及社会主义改造完成后的广告.....	191
第一节	国民经济恢复时期的广告业.....	191
第二节	社会主义改造时期的广告业.....	197
第三节	全面建设时期的广告业.....	200
第四节	“文化大革命”时期的广告业.....	203
第九章	中国传统广告的复苏.....	213
第一节	为广告正名.....	213
第二节	行业市场大发展.....	218
第十章	现代广告的探索.....	221
第一节	现代广告意识的觉醒.....	221
第二节	广告业内的探索.....	223
第三节	广告教育和广告管理.....	235
第十一章	现代广告的动荡和发展.....	238
第一节	社会发展的契机.....	238
第二节	撞击中的成熟.....	242
第三节	洋企业和洋广告.....	248
第十二章	现代广告的开拓与超越.....	253
第一节	新理论的空前进入.....	253
第二节	带着枷锁的舞者.....	259

第三节	市场是检验成功的惟一标准·····	266
第四节	走进新时代·····	277
第十三章	港澳台地区的广告·····	283
第一节	香港地区的广告·····	283
第二节	澳门地区的广告·····	286
第三节	台湾地区的广告·····	289
第十四章	世界古代广告发展历程·····	293
第一节	广告出现及广告最早产生的地区·····	293
第二节	世界古代广告发展的历程·····	302
第三节	古代世界不同地区具有代表性的广告形态·····	305
第十五章	世界近代广告的演变·····	318
第一节	传播技术的进步与广告的发展·····	318
第二节	大众传播媒介时代的来临·····	323
第十六章	世界近现代过渡时期的广告·····	334
第一节	资本主义经济推动下的第一次全球化浪潮·····	335
第二节	印刷、交通、通信事业的发展·····	338
第三节	广告主体地位的确立·····	346
第四节	广告理论研究·····	349
第十七章	世界现代广告的沿革·····	352
第一节	商业环境的变化·····	352
第二节	传媒技术的变革·····	358
第三节	广告主体·····	367
第四节	营销学与传播学对广告的影响·····	371
第十八章	世界当代广告的现状·····	377
第一节	第二次全球化狂潮·····	377
第二节	数字媒体的应用·····	380
第三节	广告主体·····	383
第十九章	英、德、法现代广告·····	392

004 广告史.....>>>

第一节	英国广告.....	392
第二节	德国广告.....	395
第三节	法国广告.....	397
第二十章	日本、韩国现代广告.....	402
第一节	日本广告.....	402
第二节	韩国广告.....	405
结 语	国际广告业发展趋势及特点.....	409
后 记	411

中外广告史插图目录

(共计 151 张)

第一章至第三章 中国广告史古代图片 (共计 45 张)

- (1) 古代阴山崖画 /004
- (2) 汉代阳关烽火台遗址 008/
- (3) 山顶洞人装饰品 /010
- (4) 民间交易图 /014
- (5) 原始部落据土边缘产品交易图 /015
- (6) 商代青铜鼎——商代商业繁荣的标志 /017
- (7) 战国时期的天秤和环权 /019
- (8) 卖鞭子图 /202
- (9) 秦半两 /201
- (10) 汉代市肆图 /024
- (11) 汉代画像砖市井图——市楼 /026
- (12) 文君当垆卖酒 /027
- (13) 隋代大运河示意图 /034
- (14) 唐长安城图——东、西市 /037
- (15) 唐《千古神品春雷》标记广告 /040
- (16) 清明上河图中汴京繁华景象 /043
- (17) 赵太丞家店招 /046
- (18) 脚店 /047
- (19) 彩楼 /048
- (20) 宋代《眼药酸》杂剧广告 /050
- (21) 济南刘家功夫针铺铜板印刷广告 /052
- (22) 李太白酒幌 /054
- (23) 古代声响广告副本 /056
- (24) 南宋画家李嵩的《货郎图》 /057
- (25) 元代包装纸染料广告 /060
- (26) 木柳、竹饭、铁柏板、冰盏 /063

- (27) 南都繁会图 /067
- (28-1) 唤头 /069
- (28-2) 三弦 /070
- (28-3) 钉拐 /071
- (29) 明代千芝堂药店横额 /072
- (30) 清代《潞河督运图》大运河通州段的繁忙景象 /075
- (31) 山西平遥古城明清街日升昌记钱庄幌子 /078
- (32) 《乾隆帝南巡图》局部 /081
- (33) 清《盛世滋生图》局部 /082
- (34-1) 荷担叫卖广告 /083
- (34-2) 吟唱广告 /083
- (35) 湘西凤凰古城杨家祠堂里陈列的响器 /085
- (36) 服饰与旗帜广告 /092
- (37) 吟唱图 /094
- (38) 秦代琅琊台刻石 /096
- (39) 清代诏书 /098
- (40-1) 北宋神虎第一指挥 /100
- (40-2) 北宋玉捍 /101
- (40-3) 清多罗定郡玉银印 /101

第四章至第八章 中国广告史近现代图片 (共计 36 张)

- (1) 《东西洋考每月统记传》，我国境内第一份中文近代化报刊 /121
- (2) 《中外新报》 /123
- (3) 申报广告 /126
- (4) 维新派创办的《国闻报》 /130
- (5) 《民呼日报》的图文广告 /132
- (6) 资产阶级革命派报纸《民报》 /133
- (7) 被称为“广告报”的《新闻报》及其广告 /135
- (8) 《盛京时报》的广告版面 /136
- (9) 《东三省日报》及其广告 /137
- (10) 王麻子刀剪铺广告 /138
- (11) 茶铺广告 /140
- (12) 《清肺化痰丸》雕版印刷广告 /142
- (13) “张桂兰老铺”铜版印刷广告 /143

- (14) 《点石斋画报》 /144
 (15) 新青年杂志 /149
 (16) 《每周评论》 /149
 (17) 阴丹士林布匹广告 /155
 (18) 中国南洋烟草公司长城牌香烟广告 /156
 (19) 木兰荣归图 /157
 (20) 岳母刺字烟草广告 /157
 (21) 美丽牌香烟广告 /158
 (22) “三和”等路牌广告 /161
 (23) 《中国的一日》广告 /164
 (24) 抗战中的“金耳”、冠生园和马占山将军香烟广告 /167
 (25) 《中央日报》刊登的《资本论》广告 /169
 (26) 日本的“仁丹”广告 /172
 (27) 日本的鸡冠蚊香广告 /173
 (28) 大公染织公司“天下为公”布匹广告 /178
 (29) 虎标永安堂大药房系列广告 /178
 (30) 20世纪50年代的音乐歌舞海报 /197
 (31) 《解放军画报》 /197
 (32) 北京电表厂的样本广告 /207
 (33) 《拾到五分钱》宣传画 /208
 (34) 中国烟草工业公司香烟广告 /209
 (35) 南昌酒厂工农牌白干、二锅头酒商标 /209
 (36) “文化大革命”时期收音机说明书 /210

第九章至第十三章 中国广告史当代图片 (共计 30 张)

- (1) 丁允朋的《为广告正名》刊登在文汇报上 /214
 (2) 参桂补酒广告脚本稿 /216
 (3) 《中国广告》封面 /217
 (4) 索尼和尼康路牌广告 /219
 (5) 太阳神标志 /224
 (6) 《公关小姐》图片 /226
 (7) 健力宝亮相 1984 年奥运会 /228
 (8) 汪明荃为万家乐热水器做电视广告 /230
 (9) 燕舞收录机电视广告 /231

- (10) 南方黑芝麻糊电视广告 /232
- (11) 潘虹为霞飞化妆品做广告 /233
- (12) 李默然为三九药业做广告 /234
- (13) 宝洁公司广告 /234
- (14) 夏天最冷的热门话题 /240
- (15) 丽珠得乐胃药广告 /241
- (16) 孔府家酒电视广告 /241
- (17) 央视招标 /243
- (18) 《营销管理》封面 /255
- (19) 《定位》封面 /256
- (20) 《公关第一, 广告第二》封面 /258
- (21) “想占有我吗? 那就上吧!” /265
- (22) “脑白金”广告 /267
- (23) “脑白金”广告 /268
- (24) 哈药六厂广告 /268
- (25) “盖中盖”广告 /269
- (26) 《中国青年报》封面 /271
- (27) “碧桂园”房产广告 /274
- (28) 《永不瞑目》广告 /276
- (29) 百事可乐广告 /280
- (30) 左岸咖啡广告 /290

第十四章 世界古代广告图片 (共计 15 张)

- (1) 结绳记事 /295
- (2) 法国洞穴岩画 /296
- (3) 龟甲占卜 /299
- (4) 纳尔迈调色板 /300
- (5) 楔形文字 /301
- (6) 昔日繁华的古罗马城 /303
- (7) 蝎王权标头 /306
- (8) 汉谟拉比法典石碑 /307
- (9) 贝希斯敦铭文 /308
- (10) 阿育王石柱 /309
- (11) 泥版文书 /311

- (12) 纸草书籍 /312
- (13) 罗塞塔碑 /313
- (14) 庞贝古城和其墙画 /313
- (15) 居鲁士像和居鲁士墓 /316

第十五章 世界近代广告图片 (共计4张)

- (1) 谷登堡像和谷登堡印刷厂 /319
- (2) 瓦特发明蒸汽机 /324
- (3) 养命酒及其历史 /326
- (4) 卖艾草戏剧广告 /328

第十六章 世界近代过渡时期的广告图片 (共计6张)

- (1) 第一次工业革命 /336
- (2) 第一次世界大战 /337
- (3-1) 1850年 Welch 的服装广告 /340
- (3-2) 1882年美国北方中央铁路的夏季远游路线雕版广告 /341
- (4-1) 1895年柯达的杂志广告 /342
- (4-2) 1918年旁氏的杂志广告, 图片居于更突出位置 /343

第十七章 世界现代广告沿革时期的广告图片 (共计9张)

- (1) 1929年世界经济危机期间的华尔街 /354
- (2) 德意志的政治广告 /355
- (3) 美国的政治广告 /356
- (4) 世界上第一台电子计算机问世 /357
- (5) 世界上第一个广播电台 KDKA 电台 /359
- (6) 英国 BBC 大楼外景 /361
- (7) 1946年, 美国第一次播出黑白电视录制现场 /363
- (8) 李奥·贝纳创作的青豆巨人经典广告 /369
- (9) 伯恩巴克创作的金龟车广告 /370

第十八章 世界当代广告的现状 (共计1张)

- (1) 可口可乐广告全世界投放 /379

第十九章至第二十章 英德法日韩现代广告 (共计5张)