



内蒙古师范大学
八十四周年校庆
INNER MONGOLIA NORMAL UNIVERSITY
80TH ANNIVERSARY

中央民族大学
China Minzu Univer

中日报纸



ZHONGRI BAOZHI GUANGGAO
DE BIAOXIAN XINGSHI

广告

的表现形式

阿伦娜 编著



中日 报纸

深
究
論

ZHONGRI BAOZH I GUANGGAO
DE DIAOXIAN XINGSHI

广 告 的 表 现 形 式

阿伦娜◎编著

中央民族大学出版社
China Minzu University Press



图书在版编目 (CIP) 数据

中日报纸广告的表现形式/阿伦娜编著. —北京: 中央民族大学出版社, 2012. 5

ISBN 978 - 7 - 5660 - 0181 - 8

I. ①中… II. ①阿… III. ①报纸—广告—对比研究—中国、日本 IV. ①F713. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 056717 号

中日报纸广告的表现形式

编 著 阿伦娜

责任编辑 宁 玉

封面设计 汤建军

出 版 者 中央民族大学出版社

北京市海淀区中关村南大街 27 号 邮编: 100081

电话: 68472815 (发行部) 传真: 68932751 (发行部)

68932218 (总编室) 68932447 (办公室)

发 行 者 全国各地新华书店

印 刷 厂 北京春飞无限彩色印刷技术有限公司

开 本 787 × 1092 (毫米) 1/16 印张: 11.75

字 数 180 千字

版 次 2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5660 - 0181 - 8

定 价 28.00 元

版权所有 翻印必究

内蒙古师范大学60周年校庆
学术著作出版基金资助出版

前 言

本书以中日报纸广告的艺术表现形式为主要内容，通过介绍两国报纸和报纸广告产生发展的过程，了解报纸广告在不同历史阶段的情况。通过列举大量报纸广告作品，分析比较两国广告在表现形式、表现风格上各自的特点，找出各自的成功之处与差距。以期达到两国在报纸广告领域互相交流、学习、共同发展的目的，也为两国同行提供一个互相了解的窗口。本书共为五个部分：中国报纸和报纸广告的发展及特点；日本报纸和报纸广告的发展与特点；中日报纸广告的表现形式与表现风格；中日报纸广告的表现形式及其特点的比较；中日报纸广告作品赏析。

重点包括：

第一，以宏观的角度审视中日报纸广告的发展历史，以及当代报纸广告的现状。

第二，分析和研究中日报纸广告在不同的社会、经济、文化背景下扮演的角色，产生的影响及在社会经济文化发展中所起的作用。

第三，分析和研究中日报纸广告在两国各自的民族文化及审美心理、审美习惯的影响下，所产生出的不同表现形式、风格对受众消费心理的影响。

第四，通过两国报纸广告作品的赏析、点评，直观地对两国报纸广告的表现形式进行比较，总结各自的特点，提高报纸广告的感染力和艺术水平。

目 录

第一章 中国报纸和报纸广告的发展现状	(1)
一、中国早期的报纸	(1)
二、新中国成立以后的报纸	(5)
三、中国报纸广告的开端	(10)
四、新中国成立以后的报纸广告	(14)
五、新时期的报纸广告	(15)
六、20 世纪 80 年代报纸广告的发展	(17)
七、20 世纪 90 年代的报纸广告	(23)
八、公益报纸广告的发展	(25)
九、中国报纸和报纸广告的现状	(28)
第二章 日本近代报纸和报纸广告的发展	(37)
一、日本报纸的诞生与发展	(39)
二、日本的报纸广告	(44)
三、日本报纸和报纸广告的现状	(57)
四、报纸广告的种类	(59)
五、现代社会中报纸广告的效果	(61)
六、为提升报纸广告的效果采取的措施	(62)
第三章 中日报纸广告的表现风格及表现形式	(68)
一、中国报纸广告的风格与形式	(68)
二、日本报纸广告的风格与形式	(93)
第四章 中日报纸广告的表现形式及其特点比较	(117)
一、历史条件的影响	(117)
二、经济的繁荣与广告发展的相互作用	(119)

中日报纸广告的表现形式

三、社会文化在广告表现形式中的作用	(122)
四、中日广告的创作理念及表现风格	(125)
五、中日两国报纸广告的表现形式与特征	(129)
六、总结与展望	(130)
第五章 中日报纸广告作品赏析	(134)
参考文献	(177)
后记	(178)

第一章 中国报纸和报纸广告的发展现状

在中国，报纸作为一种产业正在逐渐规范化，并从单一的宣传功能向社会认知、大众交流、信息传播和娱乐等多方面共存的方向发展。随着信息时代的到来，经济正日益走向全球化和区域化相互交叉又相互影响的时期，商品的生产和商品的销售越来越趋向于直接沟通和直接销售。由市场 and 市场需求直接组建的销售渠道，正在逐步取代过去的由生产到产品再向市场推广的循环过程，信息传播业获得了极为有利的发展机遇。信息时代最典型的特征就是信息量的空前充足和信息载体的时代性的变化，人们不仅随时随地可以通过各种信息流通渠道接受信息，而且还在不断发布信息，可以这样说，信息代表了社会的生产力。报纸作为推动社会经济发展的重要媒介手段，发挥了巨大的作用。假如没有报纸与报纸广告，我们的生活将会变得贫乏，我们的经济会失去生机——报纸已成为人们生活中不可缺少的一部分。

一、中国早期的报纸

中国的报纸是与印刷技术相伴发展起来的。在宋代的宋仁宗庆历年间（1041—1048）毕昇发明了活字印刷，在中国的印刷史上树立了一个里程碑，使报纸的出现成为可能。中国最初的报纸出现于唐朝，也就是唐玄宗在开元年间发行的手抄报纸《开元杂报》（图1-1）。其中经常被引用的资料是唐朝孙焦的《经纬集》中的读开元杂报之说，有



图1-1

数十部书和记录唐玄宗言行的《开元录》对照，每条都得到了验证。因此把这数十部书取名为《开元杂报》，这是我国关于古代报纸起源的最早的介绍。

“邸报”这一名称出现在唐朝，这是古代朝廷对官报的一种概称。是朝廷为传达奏文而颁发的官方文书，其主要的特征是：传播信息，没有固定的报头，不定期发行，篇幅不等，具有原始报纸的形态。在唐代时期的《邸报》由官方朝廷机构编制发行，明朝中叶以后在民间报馆印制发行改称为《京报》。《京报》所登载的内容以官方动态、皇帝谕旨、臣僚奏折为主，虽然不登载民间新闻和杂记，却也满足了某些人士了解朝廷情报的需要，客观上也起到了传播信息的作用。

我国最早引进西方报纸的编排形式，创刊了第一份中文日报《中外新报》，报纸主要是为外国商人了解商情而创办的。这个报纸和现在的报纸形式基本相同，幅面为四开纸大小，从右到左竖排版形式，活字单面印刷，改变了早期像书籍一样用线装订的形式。报纸的内容以报道货船的船运期、商业消息、商品的价格等，商情和广告占三分之二的版面形式，报道的新闻大多数是把登载在《京报》的新闻摘录下来作为转载的新闻，另外编写一些本港新闻和羊城新闻，报纸的发行量较小。

《上海新报》是在上海首创的新闻报纸，幅面为八开纸大小，首创了双面活版印刷并在报纸的排版上采用了固定的排版方式，实行分版分栏方式，还首创了在新闻报道文章前加醒目标题的方法，如用头号字作标题，用四号字作正文，使报纸的出版更加趋于规范化。《上海新报》从创刊发行开始就登载广告，并发表启事诱导读者做报纸广告“开店铺者，每日以货物不销费用多金。印刷招贴，一经风吹残或被闲人扯坏，既属无用；似不如叙明大略，印入此报，所费固属无多，传阅更觉周密”。“观此新报，即可知某行现有某货，定于某日出售，届期亲赴看货面议，可免经手辗转误延，以及架买空盘之误”（摘自《中外广告史》）。可见当时的报纸广告是很盛行的。

首创政论性报纸的是近代著名的办报人王韬 1874 年在香港创办的《循环日报》。初创时每期报纸都发表论说文章，提倡向西方的现代文明学习，变法自强，开辟了论说、京报选录、羊城新闻、中外新闻栏目与市场行情、船舶的运期、私人告白、寻人启事等广告栏目。每日发行两版，铅字排版两

面印刷。政论性的报纸还有《中国日报》是在1900年创刊的，内容以政治和经济方面的新闻与评论为主，正文版借鉴了日本报纸的排版形式，将版面分为六栏，登载长篇社论、政论评说、讽刺小品，内容生动，别具一格。这些报纸也登载航船日期、银行世面、各货行情、各行告白等广告，但广告的形式十分简单，大多是告白式的文字，很难引起读者的注意。

近代的有代表性的报纸是1902年在上海创刊的《大公报》（图1-2）。它广泛地反映了当时的政治、经济、军事、外交、文化教育、社会诸多方面及世界风云的情况，是清末时期到新中国成立之前，比较有影响的政治性报纸。报纸登载的消息真实客观准确并发表本报评论。《大公报》从创刊到1926年续刊经过三次改革，在报纸的初创期，报纸是用竹纸印刷，每天发行八页，评论、叙文、广告等近一万多字。自1926年续刊后，报纸增大了版面，每日发行对开版两大张，共八个版面，扩大了信息的内容，并且把报头改用隶书文字作为报头的固定标准字体，既独特又醒目。报头旁边是固定的言论版，下半版是广告；第二版登载国内要闻、通讯；第三版是国外的要闻；第四版登载经济情报与商业情报，下半版为商业广告；第五、第六版登载叙文、叙事、杂谈；第七版登载本地新闻和本地广告；第八版登载艺林，下半版登载广告和寻人启事、私人告白等。《大公报》在版面的布局上借鉴了日本《朝日新闻》的版面布局方式，对新闻内容的编排进行了轻重编排组合的改革，大小铅字搭配使用，长文短文兼顾，特别重要的新闻配发相应的图片，标题的大小随着正文呼应使用，整个版面显得错落有致，生动有活力。

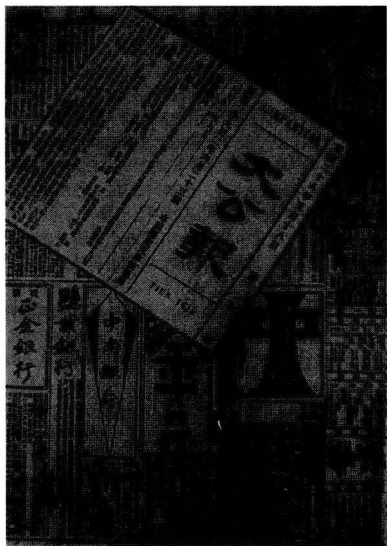


图1-2

《申报》是我国近代史上历史最久的报纸，是由英国人1872年在上海创办的。1949年停刊，历经了七十七个春秋，记录了时代历史、文化、变革、活动现象，是一部近代中国社会生活的百科全书。《申报》自身也历经了几段发展过程，初创的《申报》版式是竖排版用毛边纸单面印刷，当时



图 1-3

的铅字印刷十分粗糙，版面排列十分简单，全文从右至左竖排版，行文顶格开始，从上到下 34 行，25 列，全文字体字号是老四号宋体，没有标题，也没有标点符号，行文结束时以空格作为标记。登载的内容有评论、新闻、杂谈、市场行情、船期、广告和市场行情价目等。报纸由新闻、评论、叙事、广告这四部分组成的模式从此形成，为以后报纸的创刊发行奠定了基础，使报纸发展到今天仍基本上沿用了这种排版方式（图 1-3）。在章与页的改革上《申报》也作了革新，首先将“章”改为“页”，在办报

三十三年之后又将“页”改为“版”，一直沿用至今。《申报》的广告版面从办报开始就占用了报纸一半的比例，其中多数是外商的广告，广告费也很低廉，这时期的广告还是以文字为主，没有图形的装饰。标题的形式也在演进，在改革前标题只有一行，以后形成了标题和副标题的形式，主题：“今日之新舞台”副标题：“必须去，不可不去”，一直沿用至今。

《申报》这时设立了广告推进科来承揽广告，由设计组为客户设计文字说明及图案，设计完成后征求客户的意见，直到客户满意了为止。在当时这种新颖的设计方法使广告业务迅速地发展起来，许多商家乐于在《申报》上登载广告，广告的登载量扩大成为报纸收入的主要来源，在发行数量上《申报》在创刊时期每年只发行大约 600 份，至 1920 年已经发展到年均 3 万份，成为发行量最高、销售额最高的报纸之一。在我国近代报纸的演进过程中《申报》在报纸形式上从“章”、“页”发展到现代版面形式；从无标题到有醒目的标题，在一系列的改革中，带动了其他报纸的改革，为现代报纸的版面模式奠定了一定的基础。1949 年 5 月 28 日《申报》的印刷机停印了，结束了光辉的历程。原有的印刷机于 28 日凌晨开始印刷《解放日报》，它标志着一个划时代的新闻事业的开始。

政府机关报是近代新闻史的主体，从辛亥革命以后各类报纸纷纷创刊，

这些报纸大量报道进步消息、国内要闻、新闻评说等，促进了社会的发展。1919年，“五四”运动以后伴随着白话文的推广使用，中国的报纸有了新的历史开端。在“五四”时期汹涌澎湃的群众运动推动下，早期的共产主义者还创办了大量的革命报刊，如《湘江评论》、《红色中华》、《热血日报》等，版式为四开四版，版面开设了社论评说、本地新闻、国内要闻、国外消息等栏目。副刊主要刊登杂感、小通讯、广告等，是一份内容十分丰富的小型日报。政府机关报《向导》于1922年在上海创刊，这是由政府办的第一份党政性的报纸，报纸主要内容是宣传政府的纲领、方针政策、评论和指导性的文章。早期的主要领导和政治活动家都为该报撰写过精彩的文章。当时的政党性报纸也登载一些广告，广告的内容多为提倡国民买国货，抵制洋货类的内容，还有“抵洋”牌的商品出现借此来反对洋货的经济侵略。《生活周刊》是邹韬奋主办的小型周报，报纸的编排独特新颖，栏目设置丰富多样，有杂文、杂谈、社论评说、每周大事记、短篇小说，并设有读者信箱、国外通讯及其他的内容，每期文章长短兼顾，大小搭配，在长篇文章中插入插图、漫画，使版面赋有趣味性，显得生动活泼。

《新华日报》是1921年中国共产党建党后，公开发行的第一份日报。1938年在武汉汉口创刊发行，经历了抗日战争和解放战争的风风雨雨，起到了党的宣传者和鼓动者的作用。《新华日报》的版面是对开四版，第一版的上半版是社论，下半版是广告；第二版是国内新闻；第三版是国外新闻；第四版是杂文副刊和读者信箱。《新华日报》经过几次的改版后栏目更加新颖，文字通俗，还开辟了“生活的一角”“生活的海”新栏目，使版面更加丰富多彩，更好地发挥了政党报纸的作用，在新闻史上留下了光辉的一页。

二、新中国成立以后的报纸

新中国成立以后，我国的新闻事业走上了新的发展轨道，在社会主义建设发展的进程中，进行了不断地改革与创新，尽管在发展的道路上遇到了十年挫折，但是新闻事业在不断改革中仍取得了一定的成绩。

20世纪50年代初期，各大报纸都在学习苏联的排版的方式，到了50年代的中期通过借鉴国外的办报经营理念，对报纸的编排及印刷技术都进行了大刀阔斧的改革，使报纸紧跟着时代的步伐一同发展。改革开放以后，随

着社会的不断进步，报纸又开始了新的探索和革新，注重报纸的内在质量，版面的内容不断创新，报道的信息量不断扩大并逐步踏入到政治、经济、科技、文化、生活等深层次的领域，真正发挥了报纸引导舆论、指导读者、充实生活的作用。

在不断改革和完善中，同时也继承和发扬了原有的优良传统，基本上还保留着各报纸原有的报头题字风格。从1956年开始，各种报纸版面由传统的竖排版一律改为横排版。从1955年开始，《光明日报》、《中国青年报》、《文汇报》等十家全国性的报纸由竖排版改为横排版报纸，1956年《人民日报》、《工人日报》、《大公报》、《北京日报》、《天津日报》、《解放日报》十七家大城市省级报纸也改为横版，这是中国新闻史上的一项重大的改革创新。

1956年全国新闻工作进行了全面的改革，提出了发展科学文化，“百花齐放、百家争鸣”的办报方针。在这个办报方针指引和倡导下，《人民日报》正式改版，成为中央政府综合性的第一大报纸，在头版的社论《致读者》中说，改版的中心目标就是要使《人民日报》能够多方面地反映客观情况和群众的意见，及时深入地解析党和政府的政策，更多地反映和交流地方工作经验，对广大人民群众迫切关注的信息、情报能够及时地展开讨论，使报纸成为社会的一面镜子，全面地映射事实，成为社会大众欢迎的生动活泼的报纸。为此《人民日报》成立了改革编委会，改进新闻、丰富文章的内容、改进报纸版面的编排，并且在印刷技术上引进外国的印刷技术和印刷设备、制版技术，研究社论、评论、叙文的写作特点，包括国内和国际新闻的比例、评论的比例、图片的效果处理等；对新中国成立前在重庆创刊的《新华日报》、延安创刊的《解放日报》以及《大公报》一百几十种栏目、版面的编排、标题的制作方面都做了具体、细致的研究，举办了研究研讨会和国内外报纸展览会，展出了解放区时期的报纸，香港报纸和《泰晤士报》、《纽约时报》、《朝日新闻》、《人道报》等，介绍了报纸的历史发展背景和版面的编排特色，通过改革编委会一系列的研究和改进工作的进行，推动了中国报纸行业的创新和发展。

改版后的《人民日报》为对开八版，从编排的内容方面更加新颖、独特，发行量随着改版的新面貌而扩大。改版后第一个月《人民日报》共刊

登新闻 2288 条，平均每天刊出 74 条。1956 年改版前《人民日报》第一个月头版仅刊登新闻 61 条。改版后《人民日报》设立了广告部，开辟了“大众广告”栏目，专栏开辟四个半月就刊登了近 500 条广告，广告所涉及的内容很广泛，包括文化类广告、商业类广告，还有寻人启事和代邮、招聘广告，广告的实施范围更加扩大。《人民日报》从创刊初期就开辟了广告栏目，但广告的实施范围面窄，基本停留在书籍广告类方面，广告多以文字为主。

新中国成立初期，中国学习苏联的报纸经营方式，在报纸上很少登载广告。据 1950 年中央人民政府新闻出版署在北京召开的全国新闻工作会议统计，全国共有报纸种类 253 种，其中晚报有 170 种。当时报纸由政府补贴，报纸广告并不作为报业经营主要的经济收入而登载广告，并在计划经济的统筹体制下，各行业的生产、供给、销售都脱离了市场的调节，因此报纸广告的市场严重萎缩，广告的收入成了无源之水。“文化大革命”期间，在特殊的时期里广告业遭到严重的摧残，基本上是空白状态。从 1979 年开始在全国范围内逐步恢复了报纸广告。

1985 年《人民日报》海外版创刊发行了。中国改革开放的大好经济形势，通过《人民日报》海外版辐射全球，它以内容翔实、栏目众多、图文并茂、雅俗共赏、注重实效的特点，深受海外各界人士的喜爱。现在的《人民日报》采用了当今最先进的远程传版技术，可以在当地当日印刷，美国的旧金山、纽约，日本的东京，法国以及加拿大的多伦多等国家均采用远程传版技术，当日印刷，当日发行。《人民日报》已在全世界 80 多个国家和地区发行，成为世界每日发行量最大的报纸之一。

由于北京是中国政治、文化交流的中心，因此也就成为中国报业发展的中心。大量的报纸发行都在北京，北京现有报社 200 余家，全国报社总数的八分之一都在北京。除了《文汇报》等少数几份报纸分布在各省、市、区外，中央政府机关报纸和全国性的综合性大报纸几乎都在北京。据最新的统计，有政府机关报 211 种、地方报纸有 36 种，共计 247 种报纸。如果按报纸种类划分可分为：政府机关报、行业报、科技专业性报纸、生活报、企业报、晚报、文摘报、综合报和军队报纸共 9 大类报纸全国各地发行。

《文汇报》是 1938 年在上海创刊的，是一份历史久远的地方性报纸，

中日报纸广告的表现形式

它广泛地反映了当时的经济、文化、外交及社会风云情况，幅面为八开双面印刷的新型报纸。《文汇报》最初是仿效英国报纸固定版面安排的方法，实行分版分栏的编排方式，每版分四栏，接着又首创了新闻报道加醒目标题的方式，如果用头号字排新闻标题，就用四号字排正文，版面新颖独特。现今的《文汇报》已成为一份在国内外享有盛名的大型综合性报纸，报纸版面有新闻版和专刊版两种类型，题材丰富，信息量大是《文汇报》办报的主导方针，并向世界各国和地区派驻特约记者采集信息，使《文汇报》具有准确把握新闻的权威性。该报纸还拥有现代的印刷技术设备和设立在全国 11 个省市的卫星传送技术，使该报成为中国最具有影响力的报纸之一。

上海作为中国最具活力的发达城市，所发行的几大报纸都在国内外具有很强的影响力。《新民晚报》是在上海发行的，中国晚报创刊发行历史最长、版面最多、发行量最大的晚报。也是在上海市政府直接领导下，面向大众的综合性报纸，每日发行四开 32 版，主要版面有要闻、综合新闻、经济新闻、社会、体育、文化等内容，还有丰富多彩的专刊，同时又开辟了商业广告专版大量登载广告信息，内容广泛而丰富。

在中国报业和报业广告复兴之初，广州的报业发展紧跟上海报业发展的步伐，经过一段时期过渡，广州报业逐步有了新的起色，广州及珠江三角洲地带比邻港澳，具有得天独厚的地理环境优势，又得益于国家特区和先行开发沿海地区政策的激励，使广州的报业随着经济的发展和市场环境的变化而得到了飞速的发展，一跃成为具有市场主流性的报纸。

《广州日报》是 1952 年创刊的，是中共广州市委的机关报纸，版面设有社会要闻、综合新闻、文化、体育、杂文、笔谈、漫画等，内容丰富多彩，每日的报纸发行 103 万份。《广州日报》拥有大量的广告版面，2000 年广告的年收入近 8 亿元，2000 年广州报业集团总收入突破了 20 亿元，成为全国报业界收入最丰厚、实力最强的大报。其中报纸广告的收入是中国第一报《人民日报》的 8 倍。《广州日报》是中国报业界最先走向市场，把市场同坚持正确舆论导向很好地结合，并在中国特有的国情环境下，成功地使报纸得到发展最好的实例之一。

《羊城晚报》是地区性的报纸。1980 年复刊，报纸发行量为每日 130 万份。我国的晚报体制是中心城市各有一份，限于所属地区发行。近几年来，

在全国许多的城市都发行,《羊城晚报》130万份的发行量中三分之一在广州;三分之一在广东地区;三分之一在省外发行,也就是说《羊城晚报》有40万份在全国市场发行,是一份名副其实的全国发行的晚报。这份区域性的报纸能够敲开全国市场的大门,占领相当可观的一部分市场,可称为是一份在经营理念上很成功的报纸。

《解放日报》是中共上海市委的机关报纸,也是华东地区发行量最大的综合性的报纸。每日发行量为55万份,覆盖上海和整个华东地区,读者群遍布全国各地。

《解放日报》是1942年在延安创刊的,当时毛泽东还为《解放日报》的创刊撰写了发刊词。随着发行量的增加,在版面的内容上又重新作了调整,增加了广告栏目登载广告。《解放日报》发表了启事:本社承印各种表册、账簿、股单、商标、地图、画报、广告等石印品,如有印者请来本社接洽。这则启事说明《解放日报》在当时已经有了专门的承印广告业务的解放合作社。

最初延安的报纸开办广告业务主要不以收取广告费为主要目的,而是为了丰富人民的精神生活和物质生活服务,广告的内容不仅仅限于商品广告,也刊登政治性的通告、刊登书籍的广告、遗失启事等广告,以此来扩大视野,增长知识、增进广告的流通。1956年以后《解放日报》和其他全国性的报纸和省级报纸一样由传统的直排版面改为横排版面报纸形式,成为省级报纸中信息量多、发行量大的党政机关报纸。

随着社会的不断进步,人民生活水平的逐步提高,人们精神生活和物质生活的日益丰富,同时也迎来了一个信息化时代。信息时代最典型的特征,就是信息量的空前充足和信息载体的革命性变化。中国的报纸也在信息时代里发生了巨大的变化,面貌焕然一新,版面内容和形式的质与量有了一个很大飞跃。主要表现在:其一是版面的含金量信息量增多,报道面扩大。其二是扩版潮,从每日四版扩大到八版、十六版、二十版、二十四版以至更多。其三是版面内容丰富多彩,新闻体裁品种多样化;广告种类逐步增多,周末版、月末版,一时蓬勃发展。其四是专刊特辑大量增加。不少报纸增加了经济专刊和股市、期货、房地产、电脑、汽车专版,满足不同层次读者群的需要。其五是图片、图表、图解等形象化手段大量运用,图文并茂已成为普遍

接受的口号。其六是版面上新的新闻方式大量增加，如新闻分析、现场目击、特写、背景新闻、新闻追踪报道，等等，使报纸成为大众不可缺少的信息资源。

三、中国报纸广告的开端

报纸广告的出现是近代的事，而报纸在我国问世则很早。印刷术的发明和使用，既产生了最初的报纸，从而使广告也得到了更广泛的发展和应用。在隋朝时期就出现了被称为雕版的印刷术，据《中国雕版源流考》一书中记载雕版印刷术“实肇自隋时，行于唐时，阔于五代，精于宋代”。在宋代发明了活字印刷术，使报纸和广告发展与传播成为现实，以印刷品作为广告传播手段是广告发展的第二个过程，而第一个过程是以自身作为主体的传播方式，那时主要以口头叫卖式的听觉广告活动和店铺周边悬挂的招牌、幌子、大酒葫芦等，以悬挂物为主体的视觉方式的广告活动，都是以自身的行为或在身边范围内展开的广告活动。印刷品的出现代替了自身行为的广告，印刷广告可以把信息传播的更远、更准确、更具体。这样的传播方式可以让成千上万无法听到的叫卖、看不到店铺的人们如临其境的了解到需要的信息，这就是印刷广告的主要特点之一。

现存于中国历史博物馆北宋时期的“济南刘家功夫针铺”的广告是印刷史上最早的印刷广告，在广告的中心是白兔捣药的商标，上方印有刘家功夫针铺的店名。两侧有“认门前白兔儿为记”的地址说明，下方有“收买



图 1-4

上等钢条，造功夫细针，不误宅院使用，转卖兴贩，别有加饶，谓记白”的广告语，对经营项目、质量要求、经销方式等表达得一清二楚（图 1-4）。宋代这块印刷广告铜板是目前世界上最早的印刷实物，它比西方公认的最早的印刷广告，1437 年英国第一个出版商威廉·凯克斯顿为宣传宗教内容的书籍而印制的广告还早三四百年，因此这件