



点子库

广告点子库

8

经济日报出版社

责任编辑:刘孝沅

责任校对:徐建华

图书在版编目(CIP)数据

广告点子库/钱玉良,徐国云主编. —北京:经济日报出版社,1996.1

ISBN 7-80127-124-6

I. 广… II. ①钱… ②徐… III. ①广告-思想库-汇编
②广告-语言艺术-汇编 N. ①F713.8②J524.8

中国版本图书馆CIP数据核字(96)第00483号

广告点子库

钱玉良 徐国云 主编

经济日报出版社出版

(北京市崇文区体育馆路龙潭西里54号)

全国新华书店总经销

北京市仰山印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 9.25印张 200千字

1996年2月第1版 1996年2月第1次印刷

印数:1~5000册

ISBN 7-80127-124-6/F·43 定价:9.80元

前 言

在现代社会，广告一词，可说是家喻户晓尽人皆知。词典解释，广告是向公众介绍商品、报道服务内容或文娱节目的一种宣传方式。国外的广告大师说，广告是一种宣传方式。国外的广告大师说，广告是一门推销术，是一门劝诱术。说白了，广告是一门宣传自己、推销自己的艺术。

在中国数千年的历史长河中，历代统治者的重文轻商政策和重义轻利的思想观念，抑制了广告事业的发展。虽然，春秋战国时期有吕不韦的“千金一字”，唐宋时代盛行的店招酒幌，但历代崇尚的仍然是“酒好不怕巷子深”，蔑视的是“王婆卖瓜”。

随着我国改革开放的深入发展和社会主义市场经济制度的逐步建立，国内的厂矿、企业和商家逐渐感到了市场竞争的威胁，开始注重宣传自己，包装自己，广告事业随之兴旺起来。为了更快地提高我国广告创作水准，更好地繁荣我国的广告创作事业，为建设社会主义精神文明和物质文明服务，我们编辑了这本《广告点子库》。以期通过此书的出版发行为广大广告作者的创作提供借鉴，为广大读者提供清

新的艺术享受。

《广告点子库》分为两编。第一编为“成功的广告点子”，辑录了古今中外智机百出隽永新颖的成功广告实例。第二编为“精彩广告用语”，采集了古今中外、各行各业幽默风趣精彩纷呈的广告用语。

本书稿件，主要通过征稿方式汇集，凡从来稿中辑录者，文后均注明某某荐或某某作。

限于编者的水平和时间的仓促，书中难免有差错或不妥之处。万望读者和广告界同仁鉴谅。

编者

目 录

前言

第一编 成功的广告点子

- | | |
|-----------------------|------|
| 吕不韦一字千金 | (3) |
| 郑板桥的笔榜 | (3) |
| 鲁迅的广告 | (4) |
| 老舍的广告 | (5) |
| 茅台酒的出奇制胜 | (7) |
| 梁新记一毛不拔 | (7) |
| 申菱空调与空白广告 | (8) |
| 梁培基发冷丸 | (8) |
| 天下第一厚皮 | (9) |
| 鸿翔公司的女王谢帖 | (9) |
| “32189”与“40000” | (10) |
| 胡蝶与冠生园 | (10) |
| 宫门渐启 | (10) |
| 喜讯就在明天 | (11) |
| 公关老太 | (11) |
| 100 万元的头版广告 | (12) |
| 今天忌买空调 | (13) |
| 三菱娃娃 | (13) |
| “金利来”隔山打鼓 | (14) |
| 金币贴墙 | (14) |

彼得与上帝	(15)
七岁儿童商店	(16)
不可偷看	(16)
小于连“尿”酒	(17)
猴子赴宴	(17)
救援鸽子行动	(18)
小心·十大危险	(18)
花 56 美元买福特	(19)
福特汽车的“猎鹰”行动	(20)
纸片导购	(20)
没有裤子的裤子广告	(21)
状告足球	(21)
东宝公司的“托儿”	(22)
西格拉姆的忠告	(22)
牛奶瓶上的蛋糕	(23)
出借名贵轿车的秘密	(23)
咖啡煮好了	(24)
“碧绿液”的眼泪	(25)
丑女模特	(26)
会浮的肥皂	(26)
“森特拉弗里”征文	(27)
美女与香烟	(27)
《消息报》叹苦经	(28)
笔比剑强	(30)
语法错误与营业额	(30)
此岛无人穿鞋	(30)

肉垫和球鞋	(31)
斑痕苹果	(32)
“牛肉在哪里?”	(33)
妙趣横生的实物广告	(33)

第二编 精彩广告用语

一、饮料、烟、酒、食品	(37)
二、美容化妆品	(76)
三、服装、鞋帽	(95)
四、钟表、眼镜、珠宝、首饰	(111)
五、文化、体育用品	(118)
六、家用电器	(134)
七、金融、保险	(159)
八、交通、通讯	(165)
九、商店、企业	(183)
十、饭店、旅游业	(199)
十一、医药保健	(207)
十二、办公设备	(226)
十三、征婚广告	(230)
十四、公益广告	(234)
十五、对联广告、诗体广告	(212)
十六、其它	(270)

附录

广告中的幽默	(277)
关于广告——广告大师如是说	(283)

第一编

成功的广告点子



吕不韦一字千金

战国末期，天下纷争，秦国国力最强，具有统一天下的力量，秦王政年幼，被尊为“仲父”的相国吕不韦执国政。吕不韦久负异志，门下养士三千，为显示其雄才大略，“仍使其客人人著所闻，集论以为八览、六论、十二纪二十余万言，以为备天地万物古今之事，号曰《吕氏春秋》，布咸阳市门，悬千金其上，延诸侯游士宾客，有能增损一字者，予千金。”（《史记·吕不韦传》）吕不韦巧用“一字千金”的广告手法，使当时士人学子争相抄录捧读，使《吕氏春秋》为天下共知。

（王少清）

郑板桥的笔榜

字画有价，自古已然。请看清朝画家郑板桥挂在厅堂里的《笔榜小卷》：

大幅六两，中幅四两，
小幅二两，书条、对联一
两，扇子、斗方五钱。凡
送礼物、食物，总不如白
银为妙。公之所送，未必
弟之所好也。送现银则心
中喜乐，书画皆佳。礼物
既属纠缠，赊欠尤为赖帐。
年老神倦，不能陪诸君子

作无益语言也。画竹多于
买竹钱，纸高六尺价三千，
任渠话旧论交接，只当清
风过耳边。乾隆己卯，拙
公和上属书谢客，板桥郑
燮。

真是快人快语，一扫古时文人自诩清高的陋习。清朝吴山尊对此深有感触，命人把这篇奇文勒石作碑，真是英雄所见略同。

鲁迅的广告

(一)

鲁迅的文笔是以含蓄、隐秀著称的，他曾给三闲书屋写的广告，文字清丽、隽永、朴实，有较生动的形象和感情密度：

本书屋以一千现洋，
三个有闲，虚心介绍、诚
实译作，重金礼聘校对红
手，宁可折本关门，决不
偷工减料。

(二)

鲁迅曾为自己的《乌合丛书》自撰了一则广告文：

大志向是丝毫也没有。
所愿的：无非一，在
自己，是希望那印成的从

速卖完，可以收回钱来再
印第二种；二、对于读者，
是希望看了之后，不至于
以后太受欺骗了。

这则广告文用语从容朴素，平淡中又有幽默的大实话，正是所谓的“大家风范”。

老舍的广告

(一)

1934年，老舍为自己的《牛天赐传》一书写广告：

《牛天赐传》是本小说，

正在《论语》登载；

《老舍幽默诗文集》不是

本小说，什么也不是；

《赶集》是本短篇小说集，

并不去赶集；

《猫城记》是本小说，没

有真事；

《离婚》是本小说，不提

倡离婚；

《小坡的生日》是本童话，

又不大象童话；

《二马》又是本小说，而

且没有马；

《赵子曰》也是本小说；
《老张的哲学》是本小说，
不是哲学。

(二)

1935年老舍为自己的《樱海集》写的广告：

《上任》写山大王拜访侦

探长；

《牺牲》写美国式的牺牲

法；

《柳屯的》写一种女权的

膨胀；

《末一块钱》写都市的晚

间，少年的末路；

《老年的浪漫》写为儿子

娶还是为自己娶；

《毛毛虫》写新时代的一

种诅咒；

《善人》从私生活上看一

位女善人；

《邻居们》写不打不成相

识；

《月牙儿》写一个穷女子

的生活；

《阳光》写一个阔女子的

生活。

茅台酒的出奇致胜

本世纪初，在芬兰举行的世界名酒评选大会上，当评到中国的茅台酒时，各国专家一见到酒瓶的简陋装璜，便不屑一顾，未加品尝便将其除名。

当时，我国一位酒商急中生智，故意把一瓶茅台酒碰落在地上。顿时，茅台酒的奇香扑鼻，气味醇厚，经久不散，立即震动了整个会场。于是评委们马上决定重新评定，结果茅台酒被评为世界第二大名酒，驰名中外。

茅台酒得名的主要因素，是产品出奇的“香”，当然，使这种“香”被评委们认可的行为也是出奇的。

（吴金宏）

梁新记一毛不拔

几十年前，上海有个梁新记牙刷店，为了突出他们牙刷的质量，采用了夸张的手法，画了一幅广告，以招徕顾客。

广告画上画了一个人，正用九牛二虎之力，拿着钳子拼命拔牙刷上的毛，旁边还画龙点睛地写着：“一毛不拔”4个大字。这种别具一格、诙谐有趣的广告，使“梁新记牙刷一毛不拔”的盛名，不胫而走。

（吴金宏）

申菱空调与空白广告

华南空调制冷实业有限公司在1993年夏季空调大战中，实现投产半年销售额近1亿元的奇迹，靠的是创意性强、出奇制胜的——空白广告。

首先，他们在《南方日报》增版登出整版的空白广告，只在下方有“申菱空调”四个字加一公章。读者反响强烈，一片哗然，意见纷呈。一些读者以为是漏印了文字，说增版增出个白头翁，整版空白蒙哄人。也有人认为这是创新，空白的处理体现了“申菱”的强劲实力和没有维修记录。“空白广告”登出后，许多新闻媒介纷纷报道，从而又收到了意想不到的广告辐射效应。

接着，他们包下了《南方日报》六个整版的全部版面，推出10则有虚有实的广告。总共80万元广告费，换来了申菱空调的供不应求。

（苏伟光）

梁培基发冷丸

广州梁培基药厂开业于1905年。早在20年代，他创制的“发冷丸”，颇见疗效。为推销产品，他设计了一个绝妙的广告：他先把“梁培基”三个巨字写在各个街口的广告位置上。路人看了不禁产生疑问：梁培基是谁？以后每隔半月十天加写一个字，悬念迭出，步步追踪。当写到“梁培基发冷”，人们无不忍俊不禁，最后的“丸”字先不写全，成为

“梁培基发冷九”（广州话中九与狗的发音相似），一时间更成为街巷邻里的一大笑谈。直至最终才为“九”字补上一点，此时，已达到家喻户晓的广告效果了。

（杨援农）

天下第一厚皮

20世纪30年代，上海鹤鸣鞋帽店曾在《新闻报》上刊登过一则很具创意的广告。其标题为：九本一利，薄利多销。它上面画着一只皮鞋，左右配以一副对联。上联是：皮张之厚，无以复加；下联是：利润之薄，无以复减。横批为：天下第一厚皮。“厚皮”本是嘲笑人不知趣的贬义词，但在这里却易贬为褒，使人想到皮鞋经穿耐磨，很巧妙地把皮鞋的优点突出出来。

（溥悦峻）

鸿翔公司的女王谢帖

上海以前曾有一家鸿翔服装公司，老板金鸿翔为了在国外创出自己的名牌，他借英国女王伊丽莎白一世登基的机会，制作了一套精致的中式夜礼服送给女王。女王很欣赏，并亲笔签名寄来谢帖。金老板把女王的谢帖挂在店堂内，以广招顾客。果然，来了许多外国人，尤其是英国人，纷至沓来，争看女王的谢帖，并称赞：“中国鸿翔了不起！”于是，外国人来加工女服的络绎不绝。从此，鸿翔服装也蜚声中外。

（吴金宏）

“32189”与“40000”

30年代，上海云飞汽车公司买下“32189”这个电话号码大作广告，因为这个广告的海上海话谐音是“岁临宴杯酒”，容易记住，一时公司生意大增。

另一家祥生汽车公司也如法炮制，用高价买下“40000”的电话号码，然后在报上刊登大幅广告，宣扬这个号码：“4万万同胞请打4万号的电话”（当时全国人口4万万），表示：“4万号码的电话愿为4万万同胞服务。”由于这个号码好记，加之祥生公司的服务确实不错，其生意很快压倒了其它汽车公司。

胡蝶与冠生园

1932年，胡蝶被评选为“电影皇后”，上海冠生园经理冼冠生立即见缝插针，设宴为胡蝶祝贺，宴毕摄影留念，抬来一只特大月饼，请胡蝶手扶月饼拍下一张照片。接着，这照片变成一张张精印彩色宣传画，遍贴大街小巷，上有两行醒目大字：“唯中国有此明星，唯冠生园有此月饼。”此事引起轰动，这年冠生园月饼生意特别兴隆。

宫门渐启

1992年6月8日《汕头日报》第四版，用半版的篇幅刊登上嵌虎头铜环及64颗螺钉的两扇紧闭的宫廷大门，没有任