

前 言

法国著名的新闻工作者，罗培尔·凯兰先生曾经说过这样一个句话：“我们呼吸的空气是由氧气、氮气和广告所组成。”无疑的，人们确实生活在广告的海洋里，无时无刻不碰见广告。按美国零售商会调查，约有68.6%的顾客因广告宣传而来。曾经有这样一个故事在美国发生：某次电视台发播的一种皮帽子广告，由于摄影人员不小心把帽带弄掉了，结果这种无帽带的皮帽风靡一时，销售这种帽子的商店也纷纷把帽带摘下，与电视广告中流行的式样一致，以畅其销。广告的社会影响可想而知。

广告在现代社会中，已是国民经济一个组成部分，但又是一个很独特的部分。广告学是一门涉及到社会科学、艺术科学和自然科学中很多门类的知识密集型的商业信息科学，随着人类社会正在迈向信息社会之际，它的发展前途和生命力的旺盛是无可估量的。现在，广告是个显耀的事业，如果说，在一个世纪以前，每个演员都想扮演哈姆雷特，那么现在不少有为的青年，他们喜欢从事这个富有挑战意义的事业，对于这一点，已被美国著名的故总统弗兰克林·D·罗斯福在几十年以前就说透，他说：“如果我从新开始生活的话，我将从事广告事业，因为，它已达到了一种艺术的高度。”

在大千世界中，广告这门富有创造性科学艺术，已是奇花鲜艳、硕果累累，本书作者，经过几年的努力，在较大的范围内，采集了大量的“标本”，进行荟集整理，奉献给亲爱的读者。在这些广告趣例中，不乏字字珠玑、出奇制胜、令人惊叹之处。我们还可以看到在神奇的广告作用下，有的商品风靡全球、企业闻名世界，常领风骚上百年。作者希望，这本小册子能对广大的广告工作者、商品营销人提供有意义的借鉴，并帮助学习广告专业的学员开拓思路，从涉猎中外古今广告趣谈中将有所获益。区区之意，仅此而已，尚望读者不吝赐教。

序

《广告趣谈》这本小册子虽然字数不多，但内容丰富，作者荟集了中外古今约 400 个广告实例，经过科学的编排，清楚明白地为读者展示出来。在这些案例中，有的情趣盎然，有的已经经过实践证明、是高效的极为成功的广告，具有代表性、典型性和可读性。

我国的商业广告目前还处于初级发展阶段，随着社会商品经济的繁荣，必将有个较大发展，从而对广告作品要求也将提高。针对广告发展的形势，中国广告联合总公司于 1987 年对广告公司会后经营方向提出了“以创意为中心，策划为指导，对顾客进行全面的服 务”的方针。

一个优秀的广告必须能反映出商品特性、符合广大消费者心理，寓商情、知识、科学和艺术为一体。“他山之石，可以攻玉”，小册子所介绍的一些成功的古今中外典型广告实例，为我们进行广告社会策划和创作优秀的广告作品提供了极好借鉴。我们祝贺《广告趣谈》出版，并愿该书为推动我国广告事业发展起到应有的积极作用。

中国广告协会理事 吴连城
厦门市广告公司总经理

1989 年 6 月

目 录

[1]	一	各类广告之最
[14]	二	妙语美景广告
[31]	三	实惠示范广告
[46]	四	名人名牌广告
[68]	五	赞助公益广告
[85]	六	逆反正直广告
[94]	七	新鲜奇异广告
[117]	八	广告中的商标
[124]	九	广告细拣零拾

一 各类广告之最

“最” 这个字，在人们心目中可以说占有特殊的位置，它是事物本性中最特殊的因素，具有“最”的东西微妙而富有魅力。

这里抄摘一个“最”的谜语，作为本章的引子！

“世界上什么东西最长又最短，最快又最慢；最能分割又是最广大的；最不受重视，又是最受惋惜的？它使一切渺小的东西归于消灭，它使一切伟大的东西生命不绝？”

法国思想家伏尔泰这段谜语曾经把多少学者难倒，亲爱的读者，你也动动脑子，猜猜这是何种珍宝？

• 根据资料记载，世界上进行广告宣传的始祖，要算腓尼基人，腓尼基人是地中海沿海的古民族，他们以经商和航海著称于世。商人们在航运贸易大道两旁山岩上，写上或画上宣扬自己货物广告，以利货物推销。

• 根据目前发掘，世界上最早的文字广告，是保存在英国博物馆中写在莎草纸上，属

埃及尼罗河底比斯的发现物，它是公元前1550—1080年埃及人遗物，距今已有三千年的历史，文物中记载了埃及一名奴隶主悬赏缉拿逃奴的广告。其内容：“奴仆 歇姆（Sham）从织布店主人哈布处逃走，坦桑善良的市民们，请协助按布告所说将其带回，他身長5英尺2英寸，面红目褐，有告知其下落者，奉送金环一副，将其带回本店者，愿奉送金环一副。”

• 公元前8世纪起，古希腊奴隶制社会逐渐形成，当时工商业已相当繁荣，在古希腊的城里，商人们将商品广告书写或刻划在铜板、骨头上，在贸易集市地点或广场上展示或高声宣读，这恐怕是最早的原始标记广告了。

• 公元前6世纪古罗马奴隶制共和国建立。闹市和街区兴起招牌和壁报广告。当时，政府为了维持街区的整齐和秩序，曾下令一律改用墙壁做广告，因此罗马街市上房屋都留一处以供住户写出自己广告的位置。这一行政措施，应是最早的政府对广告的管理规定。

• 约公元前一千年左右，在意大利南部山麓的庞贝古城内的墙壁上（出土物）：“呼吁参政者要公正廉洁的告示”。它是目前有据可依的世界上最早原始招贴广告。

• 世界上最早做市场调查和预测的人，据历史资料记载是2600年前的一位古希腊哲学家塞利斯，他根据气象资料预测到橄榄生产将要大丰收，又对市场进行调查，发现需求有潜力，他便预先买了附近的两个城市作坊，垄断了油料加工业，赚了大钱。

• 世界上最早的印刷广告，是现存在中国历史博物馆的“济南刘家功夫针铺”的雕刻铜板。这个出土文物是中国宋朝的产品（即公元960—1279年间），铜板为12.5厘米宽，

13厘米高。这则广告做得生动简练、内容全面、文图并茂。

• 据《闽西广告报》1985年11月1日报导：中国最早的广告画要数南宋的《眼药酸》广告。这幅广告画由两个身穿戏装的演员组成，一人用手指着右眼，好象是告诉对方他的右眼有病，左边的演员手拿一瓶眼药酸示意请他使用该药。尽管这幅广告距今已有700多年的历史，但形象生动，情趣盎然。

• 中国最早的产品包装纸广告，是公元1306年以前长沙一家油漆店的印刷广告。据新华社报道，湖南省文物考古工作者在沅陵县发掘的一座元代墓葬中，发现了两张印有商业广告的产品包装纸。包装纸一尺余见方，是黄色毛边纸，正面和背面印有清晰的图案和花边，以及文字说明：“潭洲升平坊内白塔街大尼寺相对位，危(姓危)家自烧洗无比鲜红紫艳上等银朱(发亮上等朱砂)、水花二朱(朱砂的一个品种)、雌黄、坚实匙筋(油漆的一种工具)。买者请将油漆试验，便见颜色与众不同，四方主顾请认清门首红字高牌为记。”

• 世界上最早的广告条例是十二世纪时，法国的路易第七国王公布的《叫喊人的法则》。

• 中国的印刷术传到西方后，德国人谷腾堡(1400—1468)创用铅活字印刷术，为现代报纸出现和印刷广告进一步发展起了启蒙作用。1472年，英国第一个出版人威廉·坎克斯顿印刷过许多推销宗教书籍的广告，张贴在伦敦街头，这标志着西方现代印刷品广告的开端。

• 世界上第一张报纸是在1606年于法国斯特拉斯堡发刊的，1615年德国发行弗兰克浩特杂志是世界上最早一份杂志。

• 最早的报纸广告出现在英国。对此事目前主要有两种

说法：其一，有人认为，1625年《英国信使报》刊载一则图书出版广告是最早的报纸广告；其二，也有人认为，世界上第一个名符其实的报纸广告应以出现于1650年的英国《新闻周报》上，刊登的寻找被盗的12匹马的悬赏启事为准。而报纸上第一个广告专栏，是1666年《伦敦报》上开辟的。也有个别人认为：世界上第一张报纸广告是于1525年出现在德国，它告知消费者在某商店出售内服药。

• 15世纪末，法国路易六世把他的告示贴在邮车上，开始逐渐形成了交通广告。

• 1706年德国人（Alois Senefelder）发明石印，从此出现了五彩缤纷的招贴广告。

• 在中国境内出版的近代报纸杂志广告，要比西方晚些。1833年8月（道光十三年七月）西方人在广州创办《东西洋考每月统记传》，该月刊宗旨是“为在广州澳门的外国公众的权益进行辩护”，内容主要以介绍西方的科学文化知识和宣传基督教义为主，这也是中文刊物最早登载“行情物价表”的广告刊物。

• 世界最早的广告代理业（广告公司前身），是法国巴黎一名医生于1830年开设的一个广告代理商店。任何人只要花五个生丁（法国古铜币），他就替客户在商店门前贴出一张广告。1841年美国伏尔尼·派茂兄弟在费城创立了世界上最早一家广告公司，专门从事广告代理业务。开始时，只充当报纸发行人的代表收登广告，1845年以后，亦为客户提供广告图样。

• 世界上第一枚印有商业广告的邮票，是美国一家地方邮政服务公司于1862年出售的面值十美分的邮票。

• 世界第一套广告邮票，是新西兰于1893年发行的。

• 1866年美国劳沃德和哈特两人编著了《路牌广告史》；1874年就有辛普逊编写出《广告的历史》。这是最早的两本近代广告著作，可以说他们是广告学研究先驱。

• 中国报纸上民族工商业最早的广告，是19世纪末，南洋兄弟烟草公司为自己的产品“白金龙香烟”所作的广告，谓：“饭后一支烟，胜过活神仙。”绝句。

• 世人注目的女性美，几乎成了美的代表与化身。从古到今，众多画家描绘了许多理想化的女性形象，令人赞赏与倾倒。

但美女画作为广告登载在杂志上只是一个世纪以前的事。

1904年11月15日，美国克里亚杂志上登了查尔斯·D·吉布森画家创作的美女画。一时间以画家命名的“吉布森女郎”深受人们的喜爱。当时，克里亚杂志每登一次，给画家吉布森1000美元的报酬。

自克里亚杂志刊登“吉布森女郎”广告后，该杂志读者数直线上升，这使人惊讶。于是其他杂志也竞相把美女图画作为封面。

• 1910年出现了第一家霓虹灯，它是 Georges Claude 公司为巴黎皇宫装置的。霓虹灯在1920年就被用作广告的工具，传统上局限于作为咖啡馆天花板的装饰和电影院的点缀。以后各国陆续设立霓虹灯厂，从此使霓虹灯广告面目一新，成为店堂装饰和点缀城市夜景的时尚。

1911年在美国的Printer's Ink杂志上，提出了防止虚假广告法草案，后为27个州和哥伦比亚特别行政区所采纳，又为17个州加以修改公布，成为著名的《普令泰因克广告法草案》。

• 1920年11月2日 KDKA 以广播哈定和考克斯在总统竞选中的得票数而开始营业。因此，一般认为KDKA是美国最早的广播电台，事实上，底特律的经营试验台SMK比KDKA还早几个月。

• 世界上最大的电化广告牌，设在法国巴黎埃菲尔铁塔上，于1925年7月启用。在巴黎市区38公里之外的地方也能远远望见。广告牌上使用的灯泡多达25万个，配成六种颜色，使用了11年之久，于1926年换掉。

• 电视诞生于1936年，在这之前，它经历了“十月怀胎”阶段。1925年英国约翰·洛吉·贝尔德发明了机械电视。次年一月，他在伦敦作了公开表演。1936年11月2日，英国BBC国家广播公司采用了贝尔德的发明，开始正式的电视广播，这时电视才算正式诞生。而电视广告1941年7月1日首先在美国开始播出，到了50年代，彩色电视首先出现在美国。1953年，美国研制成了NTSC彩色电视机，第一次让观众在电视中看到带有色彩的图像。

• 火柴盒贴画广告，据查阅，自1937年奥地利出现世界第一个用火柴贴画后，现在广泛流行。因为火柴使用多，接触面广，宣传对象也就很全面。可贴内容广泛，山川风光、文物古迹、文体活动、名花异草、科技常识等均可。

• 1948年，日本广告界为促进广告事业发展，由最有权威的日本电通广告公司主办了“日本广告电通奖”，以后一年一度举行。第一届仅设置报纸广告奖，现在，已包括所有广告媒体。日本广告电通奖是世界上设置最早，也是最具权威的广告奖。

• 60年代美国超短裙还刚问世，美国麦西百货公司负责人宣传和推销，专门询问一位大学刚毕业的女广告拟稿员

——玛丽·威尔斯。她建议：“使用对比法，利用摄影技巧让一个模特儿穿两种裙子，一长裙，一超短裙，同时在一个镜头上出现”，结果，那些年青姑娘看了广告之后觉得穿超短裙更能体现自己的青春气息。麦西公司超短裙畅销不衰，玛丽·威尔斯成了著名广告家，这也是最早出现的时装模特儿。

• 世界目前最大的路牌广告，是1966年在美国纽约市第44街与55街之间的时报广场上竖立的一块。此牌画面为两个十三米高的酒瓶，装有“海克苏格兰威士忌酒”，以及另一个二十四米长的“酒瓶”，装有“戈登牌杜松子酒”，它的面积为1062平方米，约三个篮球场大。

• 中国自1979年开始执行“开放、搞活”政策后，各大众新闻传播媒体先后刊播商业广告。计：1979年1月28日上海电视台开禁，率先播放了国内第一个电视商品广告片《参桂补酒》；同年3月15日，上海电视台播了第一条外商广告片《瑞士雷达表》。在报纸方面，《天津日报》于1979年1月第一个恢复刊登商品广告；同年4月《人民日报》刊登交通、地质仪等经济广告；同年3月上海《文汇报》首先接纳了外商广告。1980年1月中央人民广播电台开办《广告节目》。

• 世界第一个广告月是一九八六年六月在巴黎举行的，六月的巴黎成了广告天地：街头上、地铁、汽车、商场内外、报纸、杂志、影院、电视，各类构思新颖、形象鲜明的广告画、广告片、广告剧争奇斗艳。

• 最高的广告：安装在加拿大的“加拿大大厦”第78层楼上的一个广告，距地面285米，广告的每个字母长6.7米，宽6米。

• 最大的霓虹灯广告是：美国大西洋海岸线铁路公司在

佛罗里达州坦巴的广告，长118米，高23米，灯管总长1280米，重178吨。而最长的霓虹灯广告牌却在香港，这是日本星辰表做的广告。

• 世界上最大的户外张贴广告要数杭州市最近竖起的一幅巨型路牌。它是中国银行浙江省分行在解放街中路做的商业广告牌。此牌长40公尺、高8公尺，总面积达320m²。比曾经称雄一时的香港湾仔和太商业大厦外墙上那幅巨型张贴广告（297m²）还大23m²。

• 法国南部凡德港展出世界上最巨型的酒瓶，高276厘米，可以装酒750公斤。

目前西方国家大众媒体广告费浩大，特别是电视和报纸广告，费用之大，令人瞠目，下拾到几例，供君共欣赏：

• 美国啤酒大王利滋公司1977年邀请加州的电影明星詹姆斯·库本为其电视广告助兴。库本“金口”一开，仅说了“饮利滋啤酒”这五个字，竟获酬金20万美元，更有甚者，1979年5月，费伊·达纳韦因为日本一则商业广告讲了六个字而获90万美元。

• 银幕上出现一辆由降落伞吊着下降的红色小轿车，降落伞爆炸起火，而小轿车安全下降在结冰的湖面上。接着飞机来袭击，又轰炸又扫射，它都能一一躲过，安全无恙到达一家豪华酒店。英雄下了车，对等候他的美女道歉说，因为路难走所以迟了些——这是法国标致汽车的电视广告片，总共30秒钟，其制作费却耗资300万美元，平均每秒10万美元，成为有史以来最昂贵的电视广告片。

• 1983年2月28日晚的电视黄金时间，美国哥伦比亚广播公司（CBS）播放的《别了，阿门》这部电视剧，其中插入的商业广告，每秒钟1.5万美元，有家公司化了45万美元，作

了30秒钟的广告。

- 在1985年的第十九届橄榄球决赛期间，美国ABC电视公司播放商业广告的费用，一分钟为100万美元，这是体育节目插播广告的最高费用，也是迄今电视史上一分钟的最高广告费。

- 在香港，一个名导演拍电视广告片，每天薪金可高达3万港元，而在美国一个明星导演拍一部商业广告片，他(她)能每天赚到3万美元。

- 英国女喜剧演员帕特·库姆斯1973年为英国广播公司拍一部商业广告片，重拍达28次。她对此解释说，每当轮到她开口时，她总是想不起产品的名称，这成为重拍次数最多的电视广告。而香港一个为时30秒钟的广告，约需40多尺胶卷(菲林)，曾经有过拍摄1万尺菲林才剪出40多尺的最高记录。

- 重播次数最多的电视广告，要数英国一部由黑猩猩作主角的“布鲁克债券”电视商业广告，它首播于1921年11月21日，不断重复播到58年后的1979年10月，总播数达1687次。

- 世界上的报纸商业广告费，据报道，最高的是日本《朝日新闻晨报》，一个版面的费用为2500万日元(当时约15万美元)。

- 日本丰田汽车公司，曾经在主办丰田职业足球俱乐部锦标赛时，花费7亿日元，创了世界体育“赞助”广告费的最高记录。

- 据MEDIA FOCUS的一项调查显示，香港1985年上半年在传播媒介所花费的广告开支最大的商品是牙膏和牙刷，而香皂和酒类的广告开支增幅最大。

- 按国际广告协会(IAA)收录的1986年世界66个国家广

告费实绩表明：美国在三项主要指标上均占第一位。

总广告费美国为第一位，为1021亿多美元。

人均广告费美国为第一位，为424美元。

广告费占整个国民生产总值比率美国也为第一位，达2.43%。

* 世界最大的广告公司是日本的电通广告公司，雇员有8000多人，年营业额现约100亿美元。

* 1988年世界的广告公司前十五位顺序 单位：百万美元 资料来源：电通广告年鉴

位次	公 司	利润	经营额
1.	电 通	1,229	9,450
2.	扬·罗比肯	758	5,309
3.	撒切撒切	740	5,035
4.	贝 茨	690	4,678
5.	麦坚伊利信	657	4,381
6.	FCB	653	4,358
7.	奥 美	635	4,110
8.	BBDO	586	4,051
9.	智威汤逊	559	3,858
10.	林特斯	538	3,586
11.	博报堂	522	3,939
12.	格 雷	433	2,886
13.	百登·布尔斯	429	3,361
14.	李奥贝纳	428	2,865
15.	DDB·纳德汉姆	400	3,020

* 香港地区广告开支最多的十种商品（1985年上半年统计数字）1. 牙膏、牙刷占12.36%。2. 超级市场占11.27%。3. 药品为11.1%。4. 香皂为10.99%。5. 奶类10.98%。6.

酒类9.36%。7.楼宇9.13%。8.私人汽车8.81%。9.化妆品8.42%。10.洗洁精7.92%。

最后，本章以可口可乐在英国做的一部轰动英国影坛的广告片作为结束，因为这部电影广告片，以巧妙的构思，宣传了一个最为骇人听闻题目——“当整个人类毁灭的时候”：

大战过后，整个地球复盖着厚厚的核灰尖。幸免于难的美国核动力潜艇“自由女神”号的全体官兵成了最后的一部分人类。

“自由女神”号的指挥官杰克逊少将对国际大家庭的每一个公民都发出了征询：你是不是愿意回到故乡去？

回答是肯定的。于是，核潜艇穿过飘浮着血肉模糊的尸体、支离破碎的军械的大洋，径直驶向美利坚合众国的海岸。

战斗警报突然拉响。困惑不解却又习惯于不折不扣地执行命令的水兵们迅速地奔向各自的岗位。杰克逊少将的声音通过话筒传来。他的声音低沉而镇定：“我们艇上的报务员收到了无法破译的电台讯号。这讯号来自我们的祖国。这只能被理解为：“自由女神”号并非诺亚方舟。在我们的国土上，完全可能有敌军在活动。

“自由女神”号重新变成了一座战垒。水兵们又象战时一样值勤。杰克逊少将命令报务员二十四小时开机，神秘电台的讯号必须及时报告并记录在案。

旧金山已经遥遥在望了，神秘电台的讯号也随之变得越来越清晰。它老是突然地出现，又突然地消失，叫人怎么也捉摸不透。

潜艇浮上了水面，眼前一片废墟。水兵们在甲板上默默

地排成横队，向一个毁灭了的城市致哀。

杰克逊少将开始组建突击队。隔着防毒面具，他无法看清那些被选中的突击队员的脸，但是，他极其真切地感受到，那些熊腰虎背的战士的忠勇。

突击队出发了。杰克逊少将握着瓦尔特手枪走在最前面，跟在身后的是报务员和排成战斗队列的冲锋枪手。

突击队慢慢地接近了一座楼房。所谓楼房，只能说是对于历史的承认，而不是对于现实的陈述。作为超级市场，那座楼房曾经是惹人注目的。可眼下，整幢楼已经被核冲击波削去了大部，残余的几堵破墙也岌岌可危。

杰克逊少将本能地闭上了眼睛。他感到恐惧，又感到痛苦。战前他常来这儿，他的女友特别喜欢在这个堂皇却又充满了想象力的超级市场里购买货物。然而，战争毁灭了一切。他是在前往直布罗陀海峡参战时得到女友在空袭中死去的消息的——她的弟弟给他寄了一张照片。照片上的她几近焦炭一截，没有了昔日的风韵，更没有了银铃般的欢笑……

少将重新把眼睛睁开。他晃晃脑袋，似乎要把痛苦的回忆甩开，然后示意报务员最后确证敌方电台的方位。

敌方电台沉寂了好一阵子。突击队员们警惕地伏在断墙残垣的后面，一个个黑洞洞的枪口指着前面破楼的每扇门窗。

神秘的讯号终于又出现了。报务员肯定敌人在超级市场的废墟内。

杰克逊果断地命令突击队实施包围。他自己第一个跳跃着奔过一大片开阔地，冲进了破楼的门楣。

楼道已经打断，杰克逊只能踩着一个战士的肩膀，双手拉住二楼的横梁，才纵身翻上去。

眼前是一扇紧闭着的木门。没有什么可以犹豫的了。杰

克逊将斜背在肩上的自动步枪拉到胸前，用力一脚，将门连框一起踢落下来，跟着就是一梭长长的连发。

在杰克逊之后翻上二楼的另外两个突击队员，又向屋里扔进几颗柠檬型手雷。顿时，轰响不断，楼道里满是呛人的硝烟味。

硝烟渐渐散尽，杰克逊少将和突击队员们冲进了屋子。他们惊愕万分地发现，屋里既没有敌人的尸体，也没有任何战争设施；有的只是一架搁在靠窗桌上的发报机和一个被窗帘下端牵挂住了的罐头盒。每当海风从没了玻璃的窗框外吹进，窗帘扬起，那个罐头盒就被连带着撞向发报机，从而在键钮上完全无意识地敲出几个断断续续、无规则，当然也就因此而无法破译的讯号。

枪口一个跟着一个垂下，“自由女神”号的官兵们啼笑皆非，相视无言。

此时，镜头越来越推进罐头盒。最后，整个画面为那个惹事生非的罐头盒所占满。现在，谁都可以看清，那是一个“可口可乐”的罐头盒。于是，两行字幕急推出：

当整个人类毁灭的时候，

可口可乐依然存在！

二 妙语美景广告

广告宣传的特点，借助于科学艺术的手段，刺激人们的感觉而获得效果的，因此，文字(语言)与画面(美术、摄影、装潢等)，自然构成了广告表述的主要因素，我们所熟悉的电视上的万宝路卷烟广告：骑士驾驭着骏马，驰骋在田野、海滩和山麓的动人景象。万宝路电视标语道：“万宝路带给你一个多姿多彩、包罗万有的动感世界”，显示出一派豪迈，给人们带来美的享受。

一、广告的妙语

中国的古人写诗做文章，为了能写得深刻、简练、生动、新奇，在文字、语言上所下的功夫，正所谓达到：“语不惊人死不休”（杜甫语），“一句三年得，一吟双泪流，为求一字稳，耐得半宵寒。”（贾岛）

千百年来，中外广告创作上的文人雅士、作家、诗人正是遵循着这条道路，创作出一幅幅成功的广告，扬名于世。

• “三碗不过岗”——绝妙的广告语。这是