



新世纪
商务英语丛书之

1

英文广告 实用手册

YINGWEN GUANGGAO
SHIYONG SHOUCHE

丛书主编 ◎夏政
本书主编 ◎梁婷 夏天 副主编 ◎淦其伟 郑丽



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

英文广告 实用手册

YINGWEN GUANGGAO
SHIYONG SHOUCE

丛书主编 ◎夏政

本书主编 ◎梁婷 夏天 副主编 ◎淦其伟 郑丽

西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press



新世纪商务英语丛书之一
英文广告实用手册

丛书主编:夏 政

本书主编:梁 婷 夏 天

副 主 编:淦其伟 郑 丽

责任编辑:林 平

封面设计:丁 丁

出版发行:

网 址:

电子邮件:

邮政编码:

电 话:

印 刷:

开 本:

印 张:

字 数:

版 次:

印 次:

书 号:

定 价:

西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)

<http://www.xcpress.com/>

xcpress@mail.sc.cninfo.net

610074

028-87353785 87352368

西南财经大学印刷厂

880mm×1230mm 1/32

11.625

290 千字

2003 年 5 月第 1 版

2003 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 7-81088-885-6/H·004

26.00 元



1. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无防伪标志不得销售。

新世纪商务英语丛书

主 编：夏 政

编 委：黄治康 付 泳 梁 婷 淦其伟

毛 丁 夏 天 郑 丽

丛书序言

当今世界经济全球化的大趋势,使中国有机会在跨国商务活动中扮演十分重要的角色,这种形势直接或间接地影响着每一个中国人的生活与命运。挑战与机遇并行不悖,纷至沓来,人人都有决定自身发展的可能性。熟练掌握商务英语,使你有机会去把握机遇,挑战未来。

有鉴于此,我们编写了这套丛书。明眼的读者很快会注意到这套丛书的特色,即:将英语学习的外延适当扩大,从实用,即从就业进入市场的视角,将英语学习化繁为简,变难为易,为读者指明捷径。本丛书使用英汉对照或英汉双语夹叙夹议的方式编写,旨在满足广大英语爱好者进修学习的需要,尤其对曾经学过英语但因搁置一旁而变得生疏的读者,更能结合生活或工作的具体需要,温故知新,两相兼顾,同步增长,从而一举两得。因此,本丛书尽可能为读者提供最常用、最基本、最实用的商务英语知识与练习,这样考虑是为了使读者将有限的精力与时间集中在最重要的东西之上,并从中受到启迪和裨益。丛书语言通俗,内容新颖实用,紧扣社会发展脉搏,并配合不少操作实例,能直接对商务应用起指导作用。

本丛书由西南财经大学出版社策划,夏政和黄载曦具体设计,由夏政主持编写工作,并与黄治康、梁婷、付泳、淦其伟、毛丁、夏天和郑丽一起参加丛书的编写、修改和定稿。我们相信,这套丛书将会受到许多读者的欢迎,我们也真诚希望这套丛书会对读者有所裨益。

编 者

2003年5月于光华园

前 言

当今时代,广告已经成为经济社会不可或缺的组成部分。广告是现代商品经济的润滑油,是发展经济的催化剂,是架构产、供、销的纽带和桥梁。厂家依赖广告推销产品,开拓市场,顾客则依赖广告进行消费。为此,广告作为一门创造性的艺术形式,竭尽能事地利用多种表现方法,抢夺时间,抢占空间吸引受众,刺激消费者尽快做出购买决策。无怪乎广告作为一种商业推销手段,备受人们的关注。

全球化的经济发展趋势,让广告跨越了地域界限,成为世界性的经营理念。我国加入 WTO 后,国际经济活动更加频繁,对外贸易更加活跃。坚实的英语基础成为我们欣赏、学习国外广告的先决条件。也只有具备了这个先决条件,我们才有可能从国外优秀广告中取其精化,提高我国广告制作水平,创世界一流的广告宣传效果。

广告语言是人类文化的积淀和浓缩,精彩的广告,往往匠心别具,字字珠玑。从英语广告中学习英语语言,是我们窥见英语语言精妙的一大捷径。欣赏精彩的英文广告,我们好似步入了宏伟壮丽的文化殿堂,又好似信步于曲径通幽的语言长廊,陶醉于心领神得的语汇宝库,令人叹为观止。

本书以广告与英语的结合为契机,从英语的角度探视广告,从广告的角度研习英语,并将二者有机地结合起来,融于一体,实具一箭双雕之效。本书在国内外广告理论指导下,博征英语国家的优秀广告,引证说明。涉及招聘广告、产品广告、求职广告、服务广告、公益广告等诸多领域。并从广告创意、英语运用等角度加以点

评赏析,配以精美图片,图文并茂,活泼生动,可读性、实用性强。读者能从理论的高度鉴赏实例,在实例的赏析中贯通理论。用英文的思维理解广告,从广告中感悟英语,尽情领略广告与英语结合的无穷魅力。

本书由梁婷、夏天担任主编,郑丽、淦其伟担任副主编,大家共同参与了本书的编写、修订和最终定稿工作。由于编者的业务和文字水平有限,编写中的缺点和错误在所难免,为此,诚恳欢迎广大读者批评指正。

编 者
2003年5月

目 录

第一章 广告英语特征介绍 Attributes of Advertisement	(1)
第一节 何谓广告? What is Advertisement?	(3)
第二节 广告特征 Characteristics of Advertisement	(4)
一、非人员 Nonpersonal	(4)
二、费用 Charge	(4)
三、说服力 Persuasive	(5)
四、明确的广告主 Identified Sponsor	(5)
五、媒介 Media	(5)
第三节 广告的功能 Functions of Advertisement	(6)
一、与同类产品相区分 Differentiate Products from Others	(6)
二、信息交流 Communicate Information	(6)
三、吸引新的消费者 Induce New Customers	(6)
四、赢得回头客 Gain Repeated Customers	(7)
五、促进销售 Stimulate the Distribution	(7)
六、树立产品偏好和忠实性 Build Brand Preference and Loyalty	(7)
第四节 广告的作用 Roles of Advertisement	(7)
一、市场营销 Marketing	(7)
二、教育 Education	(8)
三、沟通 Communication	(8)
四、贸易与经济 Commerce and Economy	(9)

五、社会 Society	(9)
第五节 广告的目标 Objectives of Advertisement	(9)
一、吸引注意 Attract Attention	(10)
二、引起兴趣 Arouse Interest	(10)
三、确立信度 Create Credibility	(10)
四、激发欲望 Stimulate Desire	(10)
五、促成购买 Get Action	(11)
第六节 广告的划分 Classifications of Advertisement	(11)
一、按目标受众划分 Classification by Target Audience	(11)
二、按所覆盖地理区域划分 Classification by Geographic Area Covered	(12)
三、按照媒介划分 Classification by Medium	(13)
四、按功能或作用划分 Classification by Function or Purpose	(14)
第七节 西方广告发展简史 Brief History of Advertisement in Western Countries	(15)
一、原始广告时期 Primitive Advertisement	(15)
二、印刷广告时期 Printing Advertisement	(15)
三、媒介大众化时期 Mass Media	(15)
四、广告行业化时期 Advertisement Industrialization	(16)
五、信息广告产业时期 Information Advertisement Industrialization	(16)
第八节 美国商业广告原则 Advertising Principles of American Business	(17)
一、真实性原则 Truth	(17)
二、确凿原则 Substantiation	(17)
三、比较原则 Comparisons	(17)

四、非诱饵广告原则 Bait Advertising	(18)
五、保证原则 Guarantees and Warranties	(18)
六、价格声明原则 Price Claims	(18)
七、证言原则 Testimonials	(18)
八、趣味与庄重原则 Taste and Decency	(19)
第九节 聚焦广告英语 Focus on Advertisement English	(19)
第十节 广告英语的构成部分 Components of Advertisement English	(20)
一、标题 Headlines	(20)
二、副标题 Subheads	(23)
三、主体 Body	(23)
四、方框与面板 Boxes and Panels	(29)
五、标语 Slogans	(29)
六、印章、标识和署名 Seals, Logotypes and Signatures	(33)
第十一节 广告英语的特点 Characteristics of Advertisement English	(34)
一、简练 Brief	(34)
二、亲切 Affability	(40)
三、创新 Creativity	(46)
四、考究 Dainty	(48)
五、广告英语技巧 Common Techniques in Advertisement English	(56)
六、广告英语故事模式 Story Model in English Advertisement	(58)
第二章 招聘广告 Job Advertisement	(61)
第一节 招聘广告的构成 Components of Job	

Advertisement	(63)
一、广告标题 Title	(63)
二、公司简介 Company Profile	(64)
三、工作职责 Job Description	(67)
四、资格要求 Requirements	(70)
五、福利待遇 Benefits	(70)
六、应聘方式 Contact	(71)

第二节 英文招聘广告特性 Attributes of English Job

Advertisement	(72)
一、语言直接 Plain Words	(73)
二、简明扼要 Brief and Clean	(74)
三、时效性强 Time Requirement	(75)
四、层次分明 Clear Structure	(75)

第三节 招聘广告类别 Categories of Job Advertisement

.....	(78)
一、工作职位的数量 Number of Vacancies	(78)
二、篇幅大小 Length	(86)
三、版式设计 Format	(92)

第三章 产品广告 Products Advertisement (97)

第一节 产品广告类型 Types of Product Advertisement

.....	(99)
一、理由型 Reasons	(99)
二、说明型 Illustration	(102)
三、证言型 Testimony	(103)
四、对话型 Conversation	(108)
五、故事型 Story	(109)
六、对比型 Contrast	(112)

七、抒情型 Emotions	(113)
八、成绩型 Performance	(115)
九、议论型 Discussion	(116)
第二节 产品广告主要类别 Classification of Product	
Advertisement	(117)
一、食品、饮料和药品 Food, Drink and Medicine	(117)
二、烟草及酒类 Tobacco and Wine	(129)
三、时装服饰 Clothing and Accessories	(131)
四、化妆美容 Cosmetics	(138)
五、珠宝与钟表	(142)
六、玩具、健身器材和乐器 Decorations, Toys, Fitness Equipment and Music Instruments	(145)
七、家居用品 Household Appliances	(146)
八、家具及厨具 Furniture and Kitchen Utensil	(154)
九、网络与通讯产品 Network and Communication Products	(157)
十、计算机与办公设备 Computer and Office Facilities	(159)
十一、电子电气设备 Electrical Equipment	(165)
十二、机动车辆与零部件 Automobiles and Parts	(166)
十三、机械 Machinery and Equipment	(171)
十四、建筑与建筑材料 Construction and Construction Materials	(174)
第四章 求职广告 Job Application Advertisement	(175)
第一节 求职信的重要性 Importance of Application	
Letter	(177)
一、纸张的选用 Selection of Paper	(177)

二、书写 Writing	(177)
三、格式 Form	(177)
四、语法、标点和拼写 Grammar, Punctuation and Spelling	(178)
五、信封 Letter Cover	(178)
六、附件 Attachment	(178)
第二节 求职信的内容 Contents of Application Letter	(178)
一、目的或动机 Object or Motivation	(178)
二、个人资料 Personal Information	(181)
三、推荐人 References	(181)
四、结尾 Ending	(181)
第三节 求职信注意事项 Important Issues about Application Letter	(183)
一、陈述事实,避免评论 State the Facts and Avoid Comments	(183)
二、避免批评他人 No Remarks on Others	(183)
三、避免过分渲染 No Excessive Words	(183)
四、合理薪金 Rational Salary Requirement	(183)
五、适当语气 Proper Tone	(185)
第四节 简历的写作技巧 Tips for Resume Writing	(186)
一、主题突出,格式正规 Focused Subject and Businesslike Form	(186)
二、控制篇幅 Few Pages	(186)
三、合理选词,正确标点 Right Words and Correct Punctuation	(187)
四、美观大方 Good Look	(187)
五、立足于今天 Based on Today	(187)

六、诚实直接 Honest and Straight	(187)
第五节 简历类型 Styles of Resume	(188)
一、基本型简历 Basic Resume	(188)
二、时间型简历 Chronological Resume	(188)
三、功能型简历 Functional Resume	(190)
四、创造型简历 Creative Resume	(191)
第六节 简历构成 Components of Resume	(191)
一、个人资料 Personal Data	(192)
二、应聘职位 Job Objective	(195)
三、工作经历 Work Experience	(196)
四、学历 Education	(198)
五、社会实践 Social Practice	(200)
六、课外活动 Extracurricular Activities	(201)
七、奖励 Rewards	(203)
八、技术资格与特别技能 Technical Qualifications and Special Skills	(203)
九、科研成果 Scientific Research Achievements	(204)
十、证明人 References	(205)
第七节 简历检查清单 Checklist for Resume	(207)
第五章 服务广告	(209)
第一节 服务广告特点 Characteristics of Service Advertisement	(211)
一、将无形化有形 From Intangible to Tangible	(211)
二、突出特殊性 Emphasis on Specialty	(214)
三、强调经历 Focus on Experience	(215)
四、设定情节 Suppose A Situation	(218)
第二节 服务广告主要类别 Classification of Service	

Advertisement	(220)
一、医疗与保健 Hospital and Health Care	(220)
二、教育与培训 Education and Training	(221)
三、房地产 Real Estate	(223)
四、通信服务 Telecommunication	(225)
五、银行、保险、证券与投资 Banking, Insurance, Securities and Investment	(226)
六、航空公司 Airlines	(236)
七、地面交通运输 Communication	(239)
八、旅游、宾馆 Travelling and Hotel	(239)
九、娱乐、休闲、健身 Entertainment and Body - building	(246)
十、计算机与信息服务 Computer and Information Service	(248)
十一、汽车维修、美容和租赁 Car Repair, Care and Rent	(249)
十二、各类事务所 Offices	(251)
十三、网络媒介 Network and Media	(253)
十四、科研与设计 Scientific Research and Design	(255)
十五、咨询服务 Consultation	(256)
十六、租赁、拍卖及典当 Rent, Auction and Pawn	(256)
十七、饮食服务业 Food	(257)
第六章 公益广告 Public Service Advertisement	(261)
第一节 公益广告特性 Characteristics of Public Service Advertisement	(263)
一、非盈利性 Nonprofit Orientation	(263)
二、观念性 Idea	(265)

三、导向性 Guidance	(266)
四、针对性 Specific	(267)
五、通俗性 Universal	(268)
六、说服力 Persuasive	(270)
七、艺术性 Artistic	(273)
第二节 公益广告主体 Sponsors of Public Service Advertisement	(273)
一、政府机构 Government Agencies	(274)
二、非盈利组织 Non-profit Organization	(274)
三、盈利性企业 Business	(278)
第三节 公益广告与商业广告 Public Service Advertisement and Commercial Advertisement	(278)
第四节 公益广告的主题 Theme of Public Service Advertisement	(279)
一、人与社会的关系 People to Society	(279)
二、人与自然 People to Nature	(286)
第五节 公益广告表达方式	(292)
一、哲理式表达法 Philosophy	(292)
二、劝诱提示式表达法 Induce and Suggestion	(298)
三、情感式表达法 Emotions	(301)
四、幽默式表达法 Humor	(302)
五、恐惧式表达法 Terror	(303)
六、夸张式表达法 Exaggeration	(305)
七、性感式表达法 Sex	(305)
八、含蓄式表达法 Connotation	(305)
九、情节式表达法 Story	(308)
十、建议号召表达法 Suggestions and Calls	(310)
十一、权威意见表达法 Authority Ideas	(314)

十二、职能介绍表达法 Functional Introduction	(315)
附 录	(319)
一、广告常用词汇	(321)
二、世界著名商标赏析	(344)
参考文献	(355)