

商學小叢書

廣 告 須 知

甘永龍編譯

商務印書館發行

廣告須知

第一章 近世商品披露法

廣告者。現今商業界最雄健之原動力也。近世實業競爭之進化品。發育物也。造成商務之大工師。其力量超乎人類欲望之外者也。其功用不僅若游行商販之逐戶沿門。執銷耗家而喧聒之也。亦不僅若紙上談兵之發賣家。專於筆墨間作種種鋪敘也。蓋現今之廣告。確於商務上有一種創辦力。偉大之工廠。廣告所成也。摩天之巨屋。廣告所建也。匝地之鐵道。廣告所經營也。昔日商場中之欣欣向榮者。僅有一瓣之草。自得廣告。而頓生二瓣焉。人類之需要。藉廣告而什百千萬之。人類之欲望。藉廣告而擴充增益之。銷耗家之遲回審顧。與夫有所惕而不敢購置者。藉廣告一言。遂得放膽購買。且不患無辭以間執誚讓者之口。若以實用言。則昔日

未購之際。亦殊泰然安之。未嘗覺其不便也。

當廣告發育未完。不足稱爲美術。並不足謂爲商界雄健原動力之日。彼工商兩界所有事。僅在供結人類通常之需要及欲望而已。商貨貿遷。僅以世人需要品及其淺薄之奢侈知識爲限。各級社會之人。惟知就一己分量所及。以謀享用之逸樂。此卽淺薄之奢侈知識也。自近世廣告術既發明。而昨日之所謂奢侈品者。今日已成需要品。廣告之力。能以種種嶄新及具有勾攝力之欲望。充塞乎人類心胸。於是而世界需要品之爲所增創者。其繁夥決非二十五年前之商人所能夢見。

廣告者。兼具有新聞上之價值。與心理上之權力。不僅在採用廣告者。得藉是以制勝不用廣告之工商家。而吸收其生意而已。亦不僅在推倒故步自封之同業。而據有其銷路而已。所謂新聞價值者。以酌定之期間。隨時予人以消息。俾知人生斯世。爲日用及安適計。必如何供應。方爲最優美而又最省儉之法。至於心理上之權力。則道在依心理學審定公例。逐漸施其運動。俾千變萬化之人類心胸中。栽植一種思想。謂某物某物乃人生所必需。否卽不足以稱安。

樂。若此物在昔日從未邀人類如此之青眼。則固所弗問。以是而此類廣告。無非以展拓人類日用上及閱歷上之眼界。要在使其關懷於某物之創製。實爲我身之安適及利便起見。彼或不知有此物。固仍優哉游哉。無害於其安樂之素。然一旦既知有此物。卽覺中心怦怦。甚或忐忑不寧。必待購得之。而後自以爲一身幸福。庶無缺憾。顧欲實施此心理權力。又非注重於近人所謂發賣論者不可。取新物品所以發行之故。而時時申說。反覆丁寧。陳述不厭其詳。次數不嫌其頻。務使讀者由疑而信。由信而服。既服則有不得不買之勢焉。是故公衆冷淡之態度。有似乎巖石。而發行家再接再厲之披露。則有似乎雨滴。雨滴之功候既至。雖巖石亦爲之洞穿。況人類心思。本惟浸潤或漸摩之功足以動之。其對於某事某物而有嚴敬戀愛之思者。要莫不從浸潤或漸摩中來。今爲發行家擴充營業計。其最足收浸潤或漸摩之效者。又孰有逾於廣告者乎。

廣告有創造新需要之力。試以剃刀一物言之。凡普通男子。在昔多安於舊式剃刀。雖終身不變。亦有甚願。蓋舊式剃刀。要足供其修剪鬚髮之需。而未嘗有所欠缺。卽在今日。彼理髮匠

固仍視爲滿意之器械。以之修理主顧之鬚眉。絕未嘗感其不便。然自廣告家手腕一揮。而多數人方寸中。卽隱伏有不愜意之種子。曾幾何時。而購用新式之平安剃刀者。爲數頓以千計。人人心目間。漸呈一不用此刀未免背時。不用此刀徒然自苦之象。且今之爭購平安剃刀者。卽昔之安於舊式剃刀。而又安於皂沫缸之人也。剃鬚髮者。置皂沫於有耳杯中。以抿子作良久之攪旋。而後泡沫始起。以之塗潤面頰。俾便修薙。在當時固視爲固然。不聞有異辭也。迨剃面用之肥皂錠出。於是衆人既愛其美。復樂其便。紛紛捨彼卽此。其後來居上之情形。與平安剃刀同。而其得力於廣告。亦與平安剃刀同。

又如晨餐須用穀製品之廣告。則其力竟能使我人飲食上之見解。發生一極大變遷。晨餐用麥粉粥之習慣。創之者爲蘇格蘭某教士。既而藉廣告之力。布散其服食麥粉粥之教育談。而信者寢多。遂成普通之習慣。晨餐而不始以麥製品。今人且視爲不完備或不合衛生之飲食矣。又如咖啡之某種代用品。當始行之際。有某婦讀其娓娓動人之廣告。竟謂平日胸腕間常覺刺促不寧。必係廣告中所謂咖啡心。非立志戒除。改食代用品不可。此事驟聞之。頗似可笑。

而不知今之咖啡代用品業。所以每年出入有億兆金之鉅。而賴是糊口之人。有數十百萬之衆者。皆類於該婦之一念所擴充推演而成者耳。

昔之熱心音樂者。常不惜以重金聘音樂師。而長日受業。冀養成大風琴家之資格。特此藝學習甚難。非擲無數之心力與日力。不足以臻精熟。然自廣告家舞弄其敏巧之伎倆。而又能持之以恆。遂使機關風琴一物。駸駸乎奪披霞諾之席。昔之披霞諾。常繪有貝特羅斯基 (Bertowski) (波蘭大風琴家) 小像。而今則概易爲機關風琴圖樣。讀其廣告者。輒嘆學習風琴時之長日研究不辭勞瘁爲大愚。而機關風琴之機關一撥。曲調隨奏。實爲便利之甚也。故時論以爲廣告家之敏巧伎倆。設非立加遏阻者。則風琴一道。必成爲淪胥之美術云。

廣告有變更眼光或識見之功效。從前婦女。膚白者固沾沾自喜。而黝黑者。棧色者。黃色者。亦惟有自嘆實命不猶。揮灑無謂之痛淚而已。然今則何如乎。彼以廣告爲業之男子。日出其錦繡文字。以贊揚某種之食品。曰。是有皙膚之功。歌詠某種之油脂。曰。是有嫩肌之效。一機婦女。遂靡然從風。以修潤姿容塗飾肌膚爲本身天職。且深信某食某油之功效。謂服用既人。

確足彌天生之缺憾。於是而此種新實業。與夫新製造廠新試驗場等。得以接踵而起。獲利無算矣。當我輩少小之年。田家以善孵之雞爲珍物。然自廣告家修陳孵化器之妙用。以爲母雞費良久之時間。作許多之啼聲。始得化一卵爲雞雛者。在孵化器可以育百雛。是百與一之比。例而又無喔喔啼聲。擾人耳鼓。於是而孵化器之銷行頓盛。彼母雞之職務。僅在產卵而已。總之廣告家之簣鼓。不卽遏止。則此器將與菽麥同其通行。居家者非置有此器。卽不足以稱完全之新家庭矣。

我輩之祖若父。祇須寢室之中。備履一雙。足供替換。卽已於心甚快。然自廣告家之筆墨出。而今世之普通人。非常備有六雙。卽不足爲適用。廣告家於報紙之中。盛倡養足法。謂欲使兩足安適。必須備有六雙之履。某時適用甲履。某時適用乙履。此爲我人天生之權利。何可自放棄之云云。舉世靡然從風。凡稍能自給者。莫不注意及此。竊不解昔日僅備雙履時。作何過度也。又留聲機一物。固奢侈品而非需要品也。然今則以廣告家之盡力吹噓。購者漸多。其備有此器之家庭。人亦不復病其浪費。將來普通人家各備一機。藉資消遣。其需要如今日之縫紉機。

器。安得謂非意中事哉。

手提照相器一物。今日亦爲通行之具。凡出門游歷者。無貧論富。皆攜此以攝其所愛之風景。留其經驗之陳跡。此誠行樂之一法。而提倡之者則廣告也。照片浸煉等法。本爲照相家獨得之祕。而今則幾於盡人而知。廣告家欲爲手提照相器謀其銷路。即不能不爲照相家挾其藩籬。且以爲雪泥鴻爪。留他日翻檢印證之資。舊遊回溯。前塵追念。人生快樂。莫過於斯。凡讀其廣告者。莫不爲其情文交至之辭所感動。而手提照相器。遂爲世界偉大實業之一。凡地球上有人類寄棲之處。卽爲此項營業所貫徹之處矣。

化除不經之成見。我人牢不可破而實則全無理由之成見。爲廣告所默化潛移者。亦殊不少。例如汽車始行之日。見者莫不訕笑謾罵。以爲往來街道中之車輛。安有不藉馬匹。而可任其以一種機械。恣以驟馳者。時人排斥之成見。實有不可遏抑之勢。然未幾而廣告出矣。廣告家挾其紙筆。曲譬善誘。一唱三嘆。鏗而弗舍。曾幾何時而成見已銷弭無遺。製造汽車之廠屋。煙突高聳。其密如林。至於今日。則人且不以汽車爲奢侈品。而逐漸承認爲需要品矣。

地大物博問題之解決。合衆國土廣民稠。一物之出。銷耗者或盡八千萬人。故舊日以出產品通告於銷耗家之方法。行之斷難有效。我人既不能並立於肆門之前。而以貨物之精良。遍語途人。亦不能藉旅行銷售員之力。而四出以強聒閭閻。至通信布告之方法。卽或宏博精細。兼而有之。然亦未必能收大效。總之有力之銷耗家爲數既衆。則貨物之披露法。必不可僅限於一途。以我人之貨物。供一鎮一邑之用。其範圍小。故廣告之法易。若欲推行全國。而以一國之境土。供我營業之活動。則廣告必須多其形式。且非審慎核定不可。日報及雜誌上之廣告。在今日已難遍及全國。故宜以別種形式之廣告。補其不足。並藉別種方法。以引起國人之注意。晚近形式及方法之衆多。卽在二十五年前之廣告大家。亦未嘗夢見也。每歲金錢之擲於廣告者。數當以億兆計。此誠不誣。然披露事業之在今日。已漸達於運用與收效。分量相等之地位。亦自至真至確。至廣告是否有益一問題。則今日已無復提出者。設二十世紀中而有此問題。則答者必曰。是全繫乎廣告與廣告中所稱貨物之優劣耳。彼致疑於廣告之未必能收效者。我人但須令其觀美利堅一國之富商大賈。何以藉廣告而發跡者如是其多。斯已可矣。

白麵粉與砂糖二物。爲人生食用大宗。以如此貨物而亦須刊登廣告。在十年前。雖最熱心之廣告家亦無復信者。然今則市場之中。各種晨餐用品。如全麥雀麥以及其他穀類所製者。異常充斥。且皆廣登告白。矢言其所含滋養份子。實數倍於白麵粉。於是信從者漸衆。而白麵粉廠之主人。至此遂不得不揮斥重金。刊布慘淡經營之廣告。謂某某牌之白麵粉。實遠勝於他種牌子也。卽如美國之糖業托辣斯。方三數年前。寧不與白麵粉廠之主人所見略同。各以人生食用大宗自負。然今則美國諸雜誌中所刊冰糖等出品小像。其精美動人。幾令見者饒涎欲滴。以是知廣告實爲各業所不可少。其重要殆與原料相伯仲也。

第二章 何謂廣告

廣告爲二十世紀一種美術。所以增進物產與商品之銷路者。然試問何謂廣告。則界說又極多。要皆以個人經驗及個人眼光爲之立定者也。製造廠之主人。與城市中商肆主人。其視

廣告之眼光。彼此迥異。蓋廠主人之出品。須遍行乎全世界。其行市以文明社會之界限爲界限。重言之。廠主以世界人類或世界人類中之可容其出品銷售者爲用武地。故廣告一術。爲其極大之問題。欲以其出品達乎氣候不同教化不同利害不同嗜好又不同之種種人民。而使其悉樂於購置。此誠未易解決者也。

廣告之地理範圍。造車以供世界各部分田莊之用者。必其所造之車。能合乎種種人民種種邦國之需要。而後其行銷能遍乎世界之市場。惟然而物品披露之問題。在造車之廠家觀之。必以爲非適合乎種種人民種種邦國之情形不可。是則此輩廠家之廣告。以地理言。乃大地性質。其與僅僅求銷物品於一城一鎮。而視廣告爲偏隅性質者。所見固自不同。雖然。以言披露之實際。其原理之適用於甲者。亦復適用於乙。其間初無殊異。且二十年前之廣告。雖與今日之廣告不同。而其界說遂亦不復能施於今日。然從其大體言之。則廣告術在幼稚時代所抱之目的。正與二十世紀中斯術大發明後之目的。較若畫一。故記者敢爲之擬一界說曰。廣告者。以一種可發賣貨物之名目。性質。及用途。布告公衆使咸得稔知之美術也。立說如此。

竊以爲披露法之全部範圍。以及其一切枝流。均已賅括無遺矣。

廣告之第一要質。廣告亦可稱爲創造新需要之一種美術。蓋精良有效之廣告。其作用不僅在鋪張產品之佳。而尤須令讀者之心中。發生一種購求之願望。記者敢謂廣告而不能於多數人方寸中。創造新需要。則決非其至者也。例如汽車公司之廣告。不宜專就熱心於汽車。或已置有汽車者。而敷陳其某某形式或標號之出品。若何精美。若何堅固。其道要在以乘坐汽車如何便適。公餘馳騁如何快樂。浸灌於久欲乘坐及渴欲置辦者之心中。庶幾銷路可以日暢。設專舉某種之汽車。以聒於已享其快樂者之耳畔。則利益所獲。恐尙不足償其披露之費耳。例如平安剃刀一物。今日市場之中。形式種類。至極繁夥。然創造第一形式及種類之人。固嘗擲絕鉅之資金。以創造新需要。俾有事於修飾者。深知非此不足以避剃髮匠之播弄。剃髮時之守候。且出入於不合衛生之店鋪。既害健康。又貶身分。迨衆既深然其說。而平安剃刀之銷行自盛矣。總之創造此種剃刀者。其第一步在施行教育運動。俾衆人得曉然於其理由。若功用。而卽爲他日無窮之營業。豫植其基礎。其外例證。正復不少。要之能創造新需要者。其

廣告方得爲成功。亦惟藉廣告之力。而後新需要方能創造。

現代披露法之範圍 廣告至二十世紀而發明大盛。奉以尊嚴宏博之披露法名辭。庶幾無愧。蓋披露法者。合種種方法形式之可以引起公衆注意者而言也。世俗亦或以披露法之名辭。屬諸印刷業。然與本書所指商業披露法有異。概括言之。則披露法可分兩大類。一在廣播聲聞。使名望事物之昭著。一爲商業披露或實際披露。本書所敘述。專限於後說。蓋專在使人知憑藉種種形式之披露法。爲其可發賣之出品。創造新行市。或推廣舊行市之美術而已。本書所述之實際披露法可區分爲兩大部。一曰普通披露。一曰直接披露。普通披露者。乃廣告之憑藉各種塗轍與媒介。而播傳其關於可發賣貨品之消息。其目的在創造銷場於銷耗家之間。而供給此銷場者則爲發行代理人者也。發行代理人。係統指躉售商零售商或總發行公司總製造廠之有俸代理人而言。

直接披露之意義 直接披露者。藉廣告而直接售貨於銷耗家。無涉於躉售零售等商之居間人而言者也。其實直接披露。卽紙上發賣之謂。其旨趣在直接使讀其廣告之銷耗家購買

貨物。而不用任何種類或形式之發行代理人也。夫不論何種廣告。有時誠亦可概稱爲紙上發賣。然普通披露。所費特鉅。以此名之。義殊未愜。換言之。則普通披露者。以其所佈告之出品。就正當設立之發行代理人或店鋪而創爲銷路。非以新聞紙或雜誌之廣告爲直接發賣代理人者也。

郵定廣告之發育 直接披露。可以兩種之廣告法表顯之。一曰郵定廣告。一曰分類廣告。前者爲商界所通稱。而後者亦報界之習語也。郵定廣告。以美國一國而言。每年所費。當以億兆圓計。其道在直接售貨於銷耗家。銷耗家者。卽讀其廣告之人。既讀廣告。而欲實行購貨。則發書於該廠或其發行總代理人。故曰郵定也。

第二章 普通及直接披露之媒介品

上述兩種披露法。可用種種媒介品。以達乎公衆。其最要者曰。新聞紙（日報與週刊）

雜誌及有圖畫之宗教與非宗教週刊。廣告招帖及別種門外廣告法。電車懸牌。書札。小書。簿冊。傳單。月份牌。提要書。吸黑紙。以及其他文學印刷件之可分布公眾者。夫媒介品之範圍既廣。則其中各種文字。非各各加以研究不可。非審察其與所廣告之物品。相宜與否。有效用與否不可。出品家既擲巨資於廣告。必望其有取償之日。此在初學。尙能言之。此所以媒介品分門別類。而有事於此媒介品者。亦不可無精心之研究。專門之學識。否則金錢雖擲。贏利無期。其事業亦將隨風四散矣。

稿本之最初界說。作者於論述廣告上各種媒介品之先。不得不取稿本問題而一考之。以稿本爲有功效廣告中最關重要之主動力也。出品家或發行家向雜誌或日報賃定篇幅。而有所登載。此登載之件。在印刷家卽稱曰稿本。而記者所欲論之稿本。則不問其爲個人經驗之所得。抑或爲悉心研究之所得。要可適用於任何形式之廣告。其故蓋由我人於閱讀報紙廣告或流覽車中道上廣告之後。其是否得有具體之功效。胥繫乎該廣告之所說何事及如何說法也。

第四章 稿本爲廣告之魂魄

稿本爲廣告之魂魄。佔廣告之篇幅。而無良善之稿本。是猶雪茄煙店門前所植之印度木人。雖足爲該店標識。而其實不會作一語。此與聾啞之游歷發賣員殆相彷彿。昔之向報紙租賃篇幅者。專在以辭藻敷陳其空話。今則雖至小之城鄉。但有報紙印行者。其商人決不甘專以浮泛無當之言。如價廉物美等聳人耳目矣。蓋今之商人。不但以會向報紙定賃篇幅一年。而遂沾沾自命爲廣告家。且已深體有得。謂既擲巨資於廣告。必須收得其贏利。此實商務常識。上應負之義務。夫欲勉盡其義務。自非借重於稿本不可。然稿本必以正直誠摯令人信服爲歸。換言之。卽須將有關發賣品之若干事實。布告於公衆。並宣示其價目也。

刊登廣告人爲乘便取利人。刊登廣告者。不特橫肆干涉。且亦乘間取利。蓋報紙發行之原計畫。彼本不預聞。然當讀者正鑒情於國家時政或遠方景色之會。而忽有大呼出售衣服食

物車馬等者。突然插入。此豈非橫肆干涉。然正惟以是。而廣告之稿本。益不得不以智巧精麗勝。其事較諸投文論於報紙者。程功倍難。而又不可不壓倒之。報紙之發行。設無廣告。則報館且無以供其紙料及買文之費。然在報館。固不肯自認此事實。而善爲廣告者。則必須令該報或該雜誌一若爲我而特設。即令讀者對之。亦若其爲廣告家而特設。

某報之直言 從來刊行日報或雜誌者。決不肯自認刊登廣告爲發行目的之一。有之。惟克的士君而已。克的士公司所刊婦女家庭報。既得有閱報者一百萬人。克君即謂人曰。我之刊行此報。其主要宗旨。豈在以詩歌軼事及服裝時式談等供給百餘萬名之婦女耶。此報之行。直言之。不過專爲廣告家起見而已。我之所以能搜集精品。刊諸報端。藉娛閱者之目者。全賴善爲廣告之某主顧語我。謂廣告之費。雖至每行六金。即每頁四千金。然在彼尙有贏利可獲故耳。雖然。克氏既有一百萬之閱報人。自無妨作此質直之談。且其財力。固足以致其報於精進矣。若以尋常而言。則報紙究屬主峯。而廣告爲之環抱。即向所謂從旁插入者也。克氏之報。其始不過刊登文學著作。與夫空幻無味之故事等。今則對於公益之事件。流行之談話等。皆