



ADVERTISING DESIGN AUTHOR: KAN TAI KEUNG PUBLISHER: WAN LI BOOK CO. LTD

廣告設計

廣告是利用傳媒傳播商業訊息給大眾的活動，廣告設計就是計劃如何將訊息傳播，和如何實施傳播計劃的工作。

在經濟發達、交通活躍的社會裡，廣告成為商業競爭的有力工具。有效的廣告策略，可使商品訊息深入人心，縮短流通周期，助長生產，促進經濟發展。因此，廣告在現代社會中

已發展成一門專業，廣告事業在市場、傳媒、創作和美術設計等方面，都需要具備專業知識的人才主管。廣告設計就是廣告美術設計人員必須具備的學問。

廣告利用的傳媒種類很多，本書集中探討報紙、雜誌和電視三種主要傳媒的廣告設計。通過香港近年的優良廣告設計實例，闡述這門

專業的基本概念；並藉着介紹不同的表現手法和創作意念，啓迪設計愛好者的創造靈感。

本書還選刊了多位資深廣告人的文章，實是一冊不可多得的廣告設計文獻。



新球強編著
新球強設計有限公司設計
萬里書店出版

香 港 設 計 叢 書 ② 廣 告 設 計

香港設計叢書②廣告設計

主編：靳埭強

編著者：靳埭強

編輯策劃：曾協泰 陳文威

編輯：林用光

美術設計：靳埭強設計有限公司

製作策劃：劉緒祺

出版者：萬里書店

香港北角英皇道499號18字樓

發行者：萬里機構發行部

香港北角英皇道657~659號

東祥工廠大廈5樓C座

製版者：Graphic-Technique

香港德輔道中306號3樓

承印者：聯藝彩色印刷廠

九龍新蒲崗四美街23號第一座9樓

版權所有，不准翻印



本書所有圖片之最終版權，屬圖片作品之設計者或彼與其當事人之協定所有。彼等應本書主編特約而以一次交用形式付予本書刊載。本書所有圖片，未得設計者或其他擁有版權之個人或公司之准許，任何人不得以任何方式翻印。

一九九〇年九月第一次印刷

ISBN: 962-14-0451-7

凡例：編著者敘述(中黑體)——直接介紹產品的廣告，可以很直接地圍繞產品的特點去表現，但也可以比較間接，運用較為抽象的手法去設計。

圖例資料(秀麗體)——法國幽蘭化粧品1988

創作總監 CD

美術指導 AD

設計師 D

撰文者 CW

攝影師 PH

插圖師 IL

導演 FD

製作人 PR

廣告代理 AG

設計室 ST

客戶 CL

設計者解說(秀麗體)——大胆地擴棄產品包裝，而將包裝盒上的圖案演變成一件時款新裝，表現強烈的浪漫感及時代美感，手法清新，意念鮮明，香水的特色躍現眼前。



序 · 4

引言 · 5

第一章 回顧 · 6

第二章 媒體 · 14

第三章 設計 · 36

第四章 創作 · 56

第五章 計劃 · 116

第六章 電視 · 132

第七章 文摘 · 152

目錄

序

編寫和出版《香港設計叢書》，主要有兩個目的。

第一個目的是，以一批實際製作並應用於本港商業或社會實務的優良設計作品，作宏觀上歸納綜述和微觀上分析研討，介紹各門設計的創作原理和製作方法，介紹各設計師的工作經驗與處理手法，此實構成設計專業領域的遺蹟。學習設計的學生，不僅可從叢書獲得各種設計的理論和方法，更重要的是能從專業設計師的心得和經驗中，汲取大量教室裏不易學到的實踐知識，豐富自己的閱歷，增長處事的才幹。而對於專業設計師，本叢書也是他們難得的資訊，可藉茲吸收和交流同業經驗，提高本身創作水平。

第二個目的是，通過本叢書，有計劃地把香港設計師的優秀作品，介紹給本港、中國乃至全世界的廣大讀者，提高本港

設計的地位，促進本港設計事業的繁榮。我們竭誠邀請本港設計名家、優秀的青年設計師以及各享譽的廣告公司提供佳作，希望本叢書能概括當今香港設計的代表名作，記錄當前香港設計師的創作成果，反映當代香港設計水平。我們對本叢書或可作為香港設計的歷史性文獻，抱厚望焉。

《廣告設計》是這套設計叢書的第二冊。本書收錄了約二百幅報刊雜誌廣告，二十多則電視廣告。全書分為七章，從追溯至本港二十年代廣告的回顧，到應用近年本港的廣告實例，闡述廣告媒體、設計、創作、計劃、以及電視廣告等問題，並摘錄本港著名廣告人的論著，討論廣告創作的專業經驗。

編著者以圖文配合的形式，選擇不同的廣告實例，講解上述各項問題，更集中著述廣告的

創作手法問題，加上個別設計師的自白，可使讀者對創作的問題有一定的啓發。本書不再討論創作程序、字體、圖文關係、攝影、插圖、圖形和色彩等問題，讀者可以在叢書的第一冊《海報設計》中，得到參考。編著者意圖在不同的叢書裏，探討不同問題重點。

編寫叢書在徵集專業作品時，確花很多時間和往還手續，以致本書面世之日一再推延，不得已也，尚祈讀者見諒。

本書幸得多家著名廣告公司和設計家提供佳作，又得廣告客戶的支持，使本書內容充實；更蒙傑出的廣告創作人紀文鳳女士、潘啓迪先生、黃瑞良先生及恆美廣告國際公司、惠賜鴻文，使本書增色不少。編著者謹向他們致敬，並致以衷心謝忱！

新瓊強 一九九〇年五月

1927年的報紙廣告

天喜堂名老牌調經丸

老舖在香港中環坭街口

天喜堂商標

正舖在羊城西關光雅里

老牌調經丸

味一沽獨敢安全萬非若



春壺王 保安甘和茶

非全亂 附詩

家中長備飲 獲益確無差

啓者本大酒店設在香港，現前向十諸道後，向德輔道自置新舖位，樓高七層，門面寬闊，中西雲帶遊樂，天合其外，觀之傳驗，勝地也。茲定於夏曆三月十一日開張營業，所望各界士女，踴躍光臨，任歡迎。租每天由三元至十二元。電話總局五三八四至五三八八號。

港皇后大酒店 司理馮伯婁啓

1927年的兩則報紙廣告，左邊的是商品廣告，右邊的是啓事式的酒店開業廣告

1927年的雜誌廣告，標題字體設計獨特，插圖幽默有趣，編排設計不落俗套



黃匡柯達軟片



無時不宜



KODAK Film

1931年的雜誌廣告，標題與內文以活字編排，產品圖片採用了攝影的新技術，正配合了產品的特點

在現代社會裡，廣告已成為人們生活中經常接觸的事物，尤其是生活在都市裡的人，每天接觸到的廣告，數量簡直不可勝計。要是你在早上起床開始，細心地不斷地數數一天到晚所見所聞的廣告，數目必定使你驚訝不已！事實上，若說廣告已成為現代生活的一種必需品，也非言過其實。我們每天從報紙、雜誌、電視、電台及戶外戶內的各種傳播媒介中，都會接觸到很多推介不同的商品和服務，或者是文化、藝術和娛樂的廣告訊息。自從人類懂得商品經濟活動，廣告活動就開始存在。媒介的運用亦一定與社會的資訊條件息息相關。「口碑」應是最原始的廣告傳媒。依靠口述推介產品、親切易明；若產品優良，人人用了都讚好，則可獲得良好的廣告效果，甚於鑄刻於碑石。但若產品不良，不能獲得

消費者的稱許，廣告反而加速它在市場上的消亡。
工業革命以後，商品的生產和貿易經濟活動起了很大的變化。機械代替了人的勞動力，使產品可以有計劃地大量生產。為了開拓新市場，以配合迅速發展的生產力，有效的現代廣告活動便應運而生。廣告促進了產品的大量推銷，產品一再地大量生產，使成本降低，消費者則可享受更多價廉物美的產品，而廠家亦能發展更大的生產力。在這個循環中，廣告活動對社會經濟的發展，起着積極的作用。
第二次世界大戰後，各國致力經濟建設，安定的社會保證消費市場的繁榮。廣告漸成為促進流通，提高競爭能力的重要工具。廣告活動成爲一種專業，有計劃的廣告活動，要經由提供全面廣告服務的廣告公司策劃和實施。

一家廣告公司應有幾個主要的部門，負責不同的工作。重要的包括：負責客戶服務的「客戶部」，這部門的主要成員是AE (ACCOUNT EXECUTIVE)，他們的工作是了解客戶的需求，策劃整體的廣告計劃。負責創作廣告的是「創作部」，成員包括創作總監、美術指導、廣告撰文、草圖員、正稿員等。他們的工作包括創作意念的構思、廣告設計、標題與內文的撰寫、繪製草圖和正稿等。負責將廣告發表的是「媒介部」，他們的工作是分析與選擇媒體，設計媒體計劃，使客戶廣告費的預算得以最有效的運用。此外，還有負責市場資訊的「市場部」負責廣告製作的「製作部」等，各部門互相緊密合作，才能為客戶提供一個成功的廣告服務。
本世紀社會經濟進步，為廣告專業的發展奠定了基礎，而廣

告專業在策劃、組織、運作等方面也已發展成熟。廣告創作與設計者，必須具有廣博的專業知識，包括市場學、媒體、公關、創作、設計與製作等專門學問。由於篇幅所限，本書集中討論創作與設計的問題。本書選刊的廣告，都是在香港創作和發表的作品。多數是本世紀初至七十年代的舊作，大部份是八十年代近作，包括報紙、雜誌和電視廣告三種媒體的廣告。它們結合本港經濟和市場情況，對解決現實問題很有啓發。更難得的是編著者邀得資深廣告創作人，撰寫專文，談創作心得，為本書增色不少。希望本書成爲廣告設計師的參考好書，亦使本港廣告人藉此裏書作爲交流經驗的媒介。

引言

回顧

設計的發展與社會的變革有密切的關係，廣告設計的水準也常反映着每一時代的經濟水平。要做好廣告設計工作，設計師必須關心和了解社會發展，洞悉市場形勢，還要善於回顧歷史，展望將來，掌握躍動着的時代脈搏。

前頁介紹過數則二三十年代香港的廣告設計，我們再看幾則四五十年代的作品。從這些例子中，我們可以追尋本港早年廣告發展的足跡。

上圖是四十年代一本刊物的封面，設計中排有一則藥物廣告，簡單直接地以文字宣傳產品，品牌的名稱是個獨特造形的商標字體。

下圖也是四十年代的一則廣告，以線條優美的人物插畫，帶出主題；產品的包裝形象，亦描繪得清楚細緻。

陳湘記書局

百行孝為先

全象牌 癩皮膚水

殺菌止癢消毒根

孝順父母報恩歌

美蘭

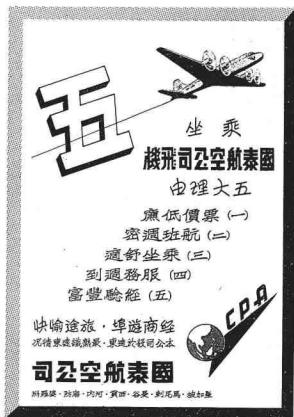
受煞一縷幽香

嬌軀欲蕩還停

出品司公煙成華

備皆共有 請爪麗無

光



五

乘坐
機飛司公空航泰國
由理大五

廉低價票(一)
密週班航(二)
適舒坐乘(三)
到週務服(四)
富豐驗經(五)

快喻遠旅·準遊商經
况備東建鐵製裝·東境此校司公本

司公空航泰國

州羅漢·港海·內河·賓西·谷栗·刺尼馬·級社裝

C.P.A.



寸造

時裝 Johnson

設計新裝

風靡港九

號七十三道皇英港香

五十年代的廣告，明顯地看到西方的影響漸濃，無論字體的造形，文字的編排，圖案和插畫的設計等，都比四十年代的廣告，較為西化。

左上圖是航空公司廣告，以「五」字作為廣告的焦點，推介航空服務的優點。文字編排刻意地求變，意圖突破平板的空間。

右上圖是一則時裝廣告，圖案顯示一款西式的女服，以幾何手法造形，配合一個相似手法設計的品牌字體，頗具個性。

下圖的兩則藥品廣告，可以看到同一產品，先後以不同的插圖，表現兒童健康的主題。「摩登」的快樂家庭，取代了古老的「壽星公」形象。這亦反映了當時香港市民生活方式和意識形態。



菜鵲興宏

專藥 兒科

功効 能助小孩
身體發育
能保嬰兒
根其後因

主治 疳積蟲積
吐乳能消
日受驚嚇
夜啼不寧

凡小孩百
之病均適用

洋行：香港
士敦道



菜鵲興宏

兒科專藥

小兒健
康活潑
造成家
庭幸福

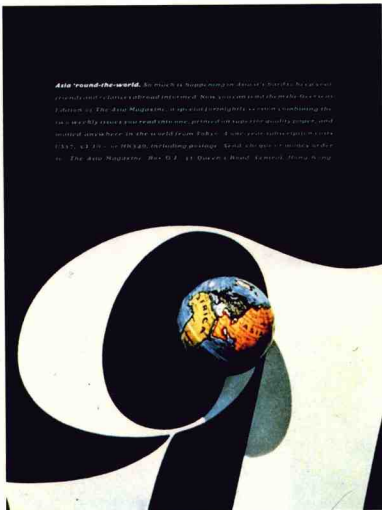
凡小兒未吃過這
藥者，請速來試
服，保證全家
是成人全家負責
有發育之責者，的
這藥，因為小孩不
能看，而小兒吃時
可經大小孩口中
隨處可取，不須小
孩服，百病不發，小
兒大生，活潑而笑
口常開。

洋行：香港
士敦道

六十年代香港的廣告，順延續五十年代的方向發展，一般水平沒有多大的進步。少數的外資廣告公司，和華資廣告公司，在本港進行廣告活動。外籍設計師及廣告創作人員佔着重要的地位。

右面的六則雜誌廣告設計，水準很高，跟前頁的六十年代廣告式樣，有極大的差異。

這是美國設計師石漢瑞先生的作品，他於一九六三年來港工作，擔任《亞洲周刊》美術指導職。後來一直留港，開展自己的設計事業，成為當時香港設計界的領導人物。這組廣告設計承襲美國的現代風格，明顯地實踐着他的老師(美國大師保羅·朗德 Paul Rand)的設計哲學。其中兩則顯示了設計者將東方元素注入廣告之中，使作品具有東方的美學，以迎合市場的口味。

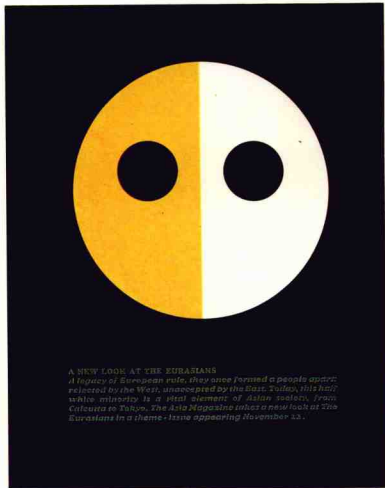


亞洲周刊 1963

石漢瑞 (Henry Steiner)

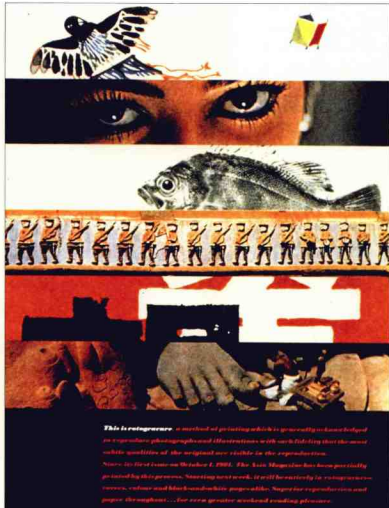
A.D.D

圖騰設計有限公司 ST

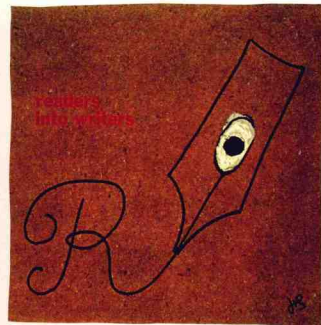


新舊的對比

香港是進步神速的社會，無論環境與人物都乎趕潮
流。亞洲週刊就是適應現代仕女需要的最新讀物。



This is retrogressive. A method of putting sticks in grass will not increase the number of grass plants. Photographs and illustrations will not be helping but the exact subtle qualities of the original are visible in the reproduction.



Why do readers write?

Because they want. They praise "Your Sun of Japan on the case because of which she was not wanted." They praise "At the point of governmental progress" because they are concerned, and are already before the Bureau are surprised at that every word is written in the Chinese language, without saying that it is a translation of the Chinese language. They praise "Your article about the case of the children of Shanghai in October

showed in our country number 100,000 in 1930." They praise "Your article on the case of the children of Shanghai in October" because they are interested in the case. They praise "Your article about the case of the children of Shanghai in October" because they are interested in the case.

I hope your readers who hear of this will think me as well. They admire "Long the Sun of Japan" because they are interested in the case. They admire "Your article about the case of the children of Shanghai in October" because they are interested in the case.



What's coming up in Asia this year?

Japan. The Japanese government is expected to announce its policy for the year 1935. The Japanese government is expected to announce its policy for the year 1935. The Japanese government is expected to announce its policy for the year 1935.

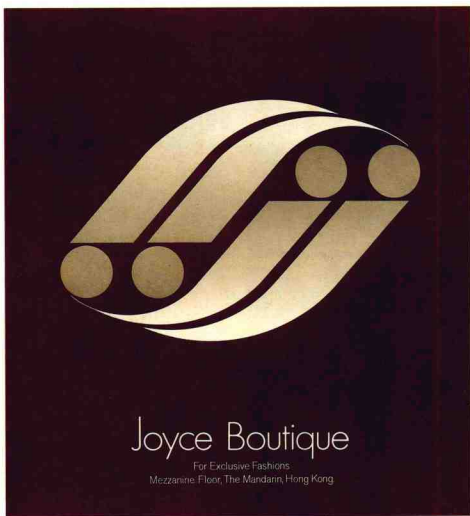
七十年代，香港的經濟開始迅速地發展，廣告行業漸漸興盛，廣告設計專材亦需求甚殷。六十年代後期，香港開始有現代設計文憑課程的開辦，踏入七十年代，香港理工學院及工業學院興辦的設計系日趨完善。加上私立設計學院的創立，本港培訓的設計人材茁壯長成。他們與海外學成回港的設計師及外籍專業廣告人材，一道開創了本港廣告設計的新時代。

裁絲時裝精品店的雜誌廣告，設計者運用了現代平面設計的幾何造形概念，設計了一個優美的抽象圖案，配合簡練雅緻的字體編排，建立了一個高雅的形象。

裁絲時裝店 1972
 靳埭強 A.D.D
 恒美商業設計有限公司 ST

仁記洋行與倫敦飛鷹士公司合作五十週年紀念的全頁報紙廣告，運用紅雙喜與兩個機構標誌的結合，表現兩者合作的關係。

仁記洋行週年紀念 1974
 陳幼堅 A.D.D
 新英華廣告公司 AG



Joyce Boutique

For Exclusive Fashions
 Mezzanine Floor, The Mandarin, Hong Kong

金婚大喜

囍




仁記洋行與倫敦飛鷹士公司合作五十週年紀念全頁報紙廣告，運用紅雙喜與兩個機構標誌的結合，表現兩者合作的關係。

| | | | | | |
|----------|----------|-----|-----|------------------------------------|----------------------|
| 渣打銀行 | 訊誠公司 | 周修仁 | 高亞培 | 林京 | 徐行之 |
| 渣打信託有限公司 | 邵氏保險顧問公司 | 馮肇忠 | 李國忠 | The Mercantile & General | Reinsurance Co. Ltd. |
| 渣打財務有限公司 | 地字財務有限公司 | 范景昌 | 黃世光 | Societe Commerciale De Reassurance | Standard & Chartered |
| 永隆保險事務所 | 耀富洋行 | 何文生 | 莫雲花 | (Insurance Brokers Hong Kong Ltd.) | |
| 香港電燈有限公司 | 冠球洋行 | 洪大達 | 譚廣香 | Svenska Advertisers Ltd. | (廣告代理公司) |

1924-1974

Rank Xerox discovers the wheel.



There's a funny quality with wheels. They roll. When you put them on a machine like the Xerox 3000 it's not funny any more. It's fantastic. Wherever the machine is needed, it's there. A copying job in the Accounts Department in the morning, over to Merchandising to make copies of their price lists and brochures and then someone in the Law Department needs some copies of a new contract. Then after lunch - Call Rank Xerox and discover the 3000 and the money and time it saves for your company. Rank Xerox ... 5-719341

RANK XEROX

廣告設計・回顧
蘭克斯樂影印機的報紙廣告和會德豐集團的廣告，設計的手法很相近。標題、內文與圖片的編排層次分明，攝影的技術和藝術水平頗高，可看到本港七十年代的風格。

蘭克斯樂 1974

達彼思廣告有限公司 AG

會德豐集團 1974

靳埭強 A.D.D

恒美廣告有限公司 AG

The Wheelock Marden Group: Anticipating tomorrow's needs today, in the field of real estate.



Our real estate operations in Hong Kong have increased dramatically over recent years. We now hold a majority interest in Hong Kong Realty and Trust Company, Limited which also holds a controlling interest in Realty Development Corporation Limited. The combined revenue producing assets of these two groups and the astuteness of their expertise have made it possible to put into operation development plans worth several hundred million dollars which will maintain our position as one of the leading real estate groups in Hong Kong.



Look into what the Wheelock Marden Group is doing today, or thinking about for tomorrow.

七十年代的廣告設計，水準不斷提高。設計意念漸受注重，設計技巧漸趨成熟。本地華籍設計師及創作人，亦漸漸躋身於廣告行業中，而且位居要津。

廿四小時傳遞訊息的主題，使用電話與時鐘的組合形象。設計意念簡單而容易了解。

香港電話公司 1977

施美德 ADD

電訊機構的廣告，用了雀鳥占卜的圖象，在設計中注入了傳統文化的意象。

大東電報局 1977

關慕洽 AD,D,PH

達彼思廣告有限公司 AG

右上圖的路上的火焰與時裝的主題似乎沒有相關，設計師卻把它們營造成一個創新的廣告意象。

Aquatex 時裝 1979

余華祖 AD,D

譚均胡 PH

Aquatex Rainwear Ltd.

CL

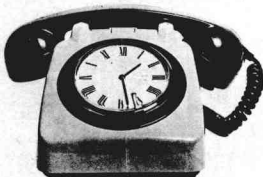
右下兩圖中「讓我們做你的耳目」這句廣告標語，配合美麗的耳朵和眼睛，表現銀行服務的主題。

「耳」·「目」 1979

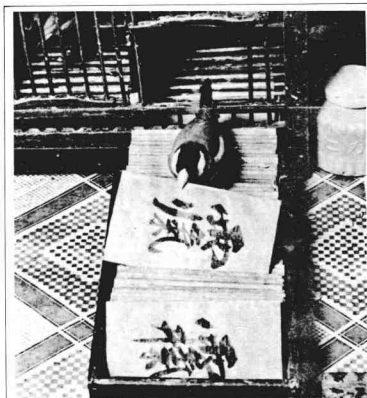
達彼思廣告有限公司 AG

香港上海滙豐銀行 CL

24 HOUR COMMUNICATORS



Hong Kong Telephone Company advertisement with creative look and eye catching design. The telephone dial is replaced by a clock face, symbolizing 24-hour service. The design is simple and effective, using a combination of black and white. The text is clear and legible, and the overall layout is balanced and professional. The advertisement is well-suited for its purpose and target audience.



The Art of Communication

Hong Kong has been in the communication business for over 150 years. The art of communication is a Chinese tradition and today the Future Teller with his like best looking out your fortune awaits in sight of the towering office blocks where his descendant communicates with the rest of the world through Cable and Wireless.

Multinational companies use television through 'see' instead of words and tele-

vision to keep in contact with their interna-

tional offices.

The most distant office is now only a telephone number away. Efficient communication has made Hong Kong one of the world's largest business centres and

hubs of the East.

The Cable and Wireless Group of Companies know efficient communication

means efficient business. That's why Cable and Wireless is all about.

CABLE & WIRELESS
Total Telecommunication

AQUATEX

For more details, please contact our sales and marketing department at the following address: AQUATEX, 1 Queen's Road Central, Hong Kong. Tel: 2522 2222. Fax: 2522 2222. E-mail: aquatex@hk.hk. Website: www.aquatex.com.hk



Doing business with Hong Kong?

LET US BE YOUR EARS.

Our ears may not be the most beautiful in Hong Kong. But they're highly trained, very sensitive, and excellent at picking up and absorbing information. After twenty years with an ear to the ground, our Trade and Credit Information Department (TCID) knows what's going on in every cranny of the business world. The TCID's service specializes in providing businesses with information on potential customers and associates both here in Hong Kong and all the other major world markets. We handle everything from a simple request for a banker's opinion to solving more complex problems like

finding a suitable manufacturer or distributor for overseas consumers.

As part of The Hongkong Bank Group with over 400 branches in 40 countries — we're perfectly placed to do the listening for you, wherever you are. The TCID's service is free. Just contact us through any branch of any member of The Hongkong Bank Group, or phone 5-267796 in Hong Kong.

You'll find us better than a team of bloodhounds.

**The Hongkong and Shanghai Banking Corporation
Trade and Credit Information Department
Head Office: 1 Queen's Road Central, Hong Kong.**

Doing business with Hong Kong?

LET US BE YOUR EYES.

"What you don't see, can't hurt" ... right? Wrong.

At the Trade and Credit Information Department (TCID), we know that what you don't see in the business world can cost you a lot of money. After twenty years of providing businesses with information on potential customers and associates both here in Hong Kong and all the other major world markets — there's not much the TCID hasn't seen.

We now regularly handle everything from a simple request for a banker's opinion to solving more complex problems like finding a suitable manufacturer or distributor for overseas consumers.

As part of The Hongkong Bank Group with over 400 branches in 40 countries — we're perfectly placed to be your eyes, wherever you are. The TCID's service is free. Just contact us through any branch of any member of The Hongkong Bank Group, or phone 5-267796 in Hong Kong. We'll keep your eyes open for you.

**The Hongkong and Shanghai Banking Corporation
Trade and Credit Information Department
Head Office: 1 Queen's Road Central, Hong Kong.**

媒體

廣告要通過傳播媒介將訊息傳遞給大眾。我們常用的傳播媒介有報紙、雜誌、電視三大媒體(其他媒體如海報、電影、外牆、交通工具、直銷郵件等，不包括在本書討論範圍)。各種媒體具有不同的優點，每個媒體亦有各自的特點、讀者或觀眾的對象和數目，也有不同的收費標準。選擇適當的媒體去刊登廣告，是非常重要的工作。在廣告公司裡設有媒體部門，專門負責這項任務。關於媒體的廣告質、廣告量與廣告價值等等，都是廣告學的重要課題，媒體人員必須精通的專業知識。設計師也應對它有基本的認識，從而利用各媒體的特性，在設計上配合整個廣告計劃。

我們從一類報紙廣告，看看報紙廣告與媒體的關係。香港報紙廣告以「欄」(Column)和英寸為計算版面面積的單位，訂定收費標準。至於廣告刊登的位置，一般是沒有指定的，在一頁之內常有多個廣告，在視覺上互相競爭。若要將廣告刊於指定的版位，則須另加費用。

上圖是中文報紙的欄位骨格，與一則8欄8吋的黑白廣告，內容是宣傳一個由傑出青年協會與香港電台合辦的職業介紹節目。

下圖是英文報紙的骨格，與一則3欄18厘米聖誕話劇廣告，和一則2欄36厘米珠寶店在海運大廈商場開幕的廣告。

| 鵬程萬里 | |
|------|----------|
| 報章 | 8欄x8吋 |
| 星期 | 2期 |
| 版面 | 1/2版 |
| 刊例 | 2,800.00 |
| 報章 | 8欄x4吋 |
| 星期 | 2期 |
| 版面 | 1/4版 |
| 刊例 | 1,400.00 |
| 報章 | 8欄x2吋 |
| 星期 | 2期 |
| 版面 | 1/8版 |
| 刊例 | 700.00 |
| 報章 | 8欄x1吋 |
| 星期 | 2期 |
| 版面 | 1/16版 |
| 刊例 | 350.00 |

《鵬程萬里》電視節目 1981

新球強 AD, D

新夢麗 ILL

特高廣告有限公司 AG

傑出青年協會 CL

| FOLLOW THE STAR | |
|-----------------|------------|
| 報章 | 3欄x18cm |
| 星期 | 1期 |
| 版面 | 1/2版 |
| 刊例 | \$1,800.00 |
| 報章 | 2欄x36cm |
| 星期 | 1期 |
| 版面 | 1/2版 |
| 刊例 | \$1,800.00 |

聖誕話劇 1984
新球強 AD
劉小康 D
新思域設計製作 ST
中英劇團 CL

鑽光閃爍在海運 1987
新球強 CD, AD
余志光 D
新思域設計製作 AG
俊文寶石店 CL

較大版面的報紙廣告，在視覺上可取得較大的優勢，也減少了在同一版面內的視覺競爭對手，當然，要付出的廣告費也較高。

大版面的報紙廣告，有半頁、全頁和跨頁廣告。因為中文報紙的全頁版面分作十七欄，所以半全頁廣告有8欄高與9欄高兩種。半頁廣告通常排在版面的下半部；有時排在上半頁，下半頁則會排入其他廣告。此外還有直度的半頁廣告。

廖創興銀行的電腦化服務廣告，是8欄高的半頁廣告。用接上電線的算盤，以表現該家華資銀行的電腦化服務的特點。

廖創興銀行，電腦化服務

1977

新建強 CD, AD

吳浩江 D

特高廣告有限公司 AG



廖創興銀行
電腦化服務

廖創興銀行為貫徹優良傳統，提供更完善服務，現已踏入電腦化新時代。廖創興銀行所有儲蓄戶口，可以隨息在港九各分行，存款或提款，快捷又妥當！

廖創興銀行
為你用電腦