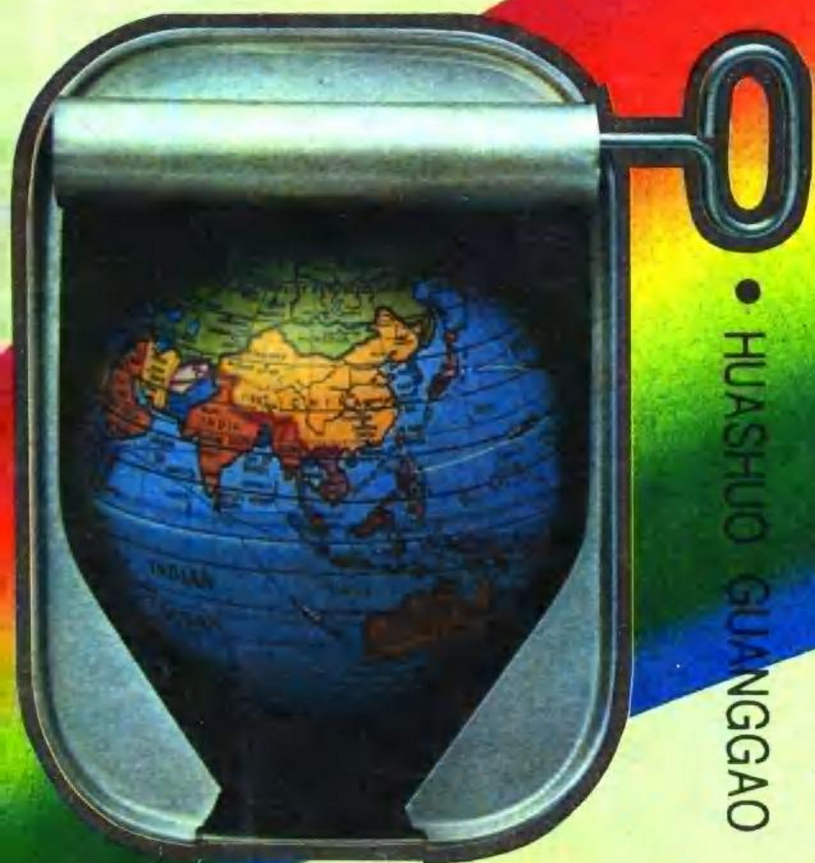


★中央人民广播电台理论部编

话说广告



• HUASHUO GUANGGAO

红旗出版社

Jm175/01

话说广告

中央人民广播电台理论部编

红旗出版社

(京) 新登字 108 号

话 说 广 告

编 者 中央人民广播电台理论部
责任编辑 冷铨清 封面设计 王中兴
出 版 红旗出版社 (北京沙滩北街 2 号)
发 行 新华书店北京发行所
印 刷 北京印刷三厂

787×1092 32 开 5.5 印张 89 千字

1994 年 12 月北京第 1 版 1994 年 12 月北京第 1 次印刷

印 数 1—10000 册

ISBN 7—80068—765—1/Z·240

定 价 4.50 元

P168
F713.8
259

图书在版编目(CIP)数据

话说广告/中央人民广播电台理论部编. —北京:
红旗出版社, 1994. 12
ISBN 7-80068-765-1

I. 话… I. 中… III. 广告学 IV. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 14953 号

目 录

从叫卖声说起 (1)

——话说广告的起源和发展 徐百益

形形色色的广告 (9)

——话说广告的定义、分类和
形式 王树军

广告在诉说什么 (18)

——话说广告的作用和功能 章汝爽

广告跟企业有什么关系 (26)

——话说广告与市场营销 程 春

好酒也得勤吆喝 (34)

——话说企业家必须增强广告
意识 路盛章

向社会树立一个良好的形象 (41)

——话说公共关系广告 刘庆东

企业竞争与广告策略	(48)
——话说企业怎样利用广告	黄昇民
广告与信息	(55)
——话说消费者怎样鉴别和 利用广告	陈锡周
广告与媒介是亲兄弟	(62)
——话说广告与传播媒体	胡正荣
广告的表面和背后	(70)
——话说广告活动和广告策划 ...	丁俊杰
个中甘苦有谁知	(78)
——话说广告文案	王 磊
你的目的达到了吗	(86)
——话说怎样制作一个好广告 ...	夏超一
你会品评广告吗	(93)
——话说怎样才算一个好广告 ...	陈 梁
名人效应	(100)
——话说名人作广告	魏永刚
广告公司有什么功能	(107)
——话说广告代理制	王培章
啊，广告人	(115)
——话说广告人的素质	王培章

不以规矩不成方圆 (123)

——话说广告与法令法规 赵 践

虚假广告何其多 (130)

——话说广告宣传中的问题 李正容

我国广告的喜与忧 (139)

——话说发展中的中国广告 于法昌

世界正在不断变化 (147)

——话说现代广告的发展趋势 ... 魏永刚

附录：

中华人民共和国广告法 (154)

后记 (167)

从叫卖声说起

——话说广告的起源和发展

徐百益

说起广告的起源，可说是年代久远了。据考古学家、历史学家和广告学家论证，早在两千多年以前，古埃及、土耳其和我国就已经出现广告了。这是有文字记载和有史可查的。

广告是商品经济的产物，它是伴随着社会经济的发展而发展的。正如人类社会经济的发展一样，广告的发展也经历了一个由简到繁的过程。最早的广告非常古朴简单，现在的广告已是五花八门，令人目不暇接了。

下面我们就说说广告是怎样发展起来的。

叫卖是一种比较原始的广告形式。从古到今，就有许多小商贩，在街头巷尾坐地设摊，或者肩挑手提走街串巷，用叫卖的方式吸引行人，招揽生意。他们往往是卖什么就吆喝什么，走到哪儿就吆喝到哪

儿。

叫卖，可说是一种声音广告。这种叫卖声还有一定的艺术性。《北京晚报》曾经报道，侯宝林先生向一位老工人请教过，五六十年前“卖吃食的怎么叫卖？”那老工人就吆喝起来：“粥得了，您喝粥啦！钱风闻不见，顺风十里香喽！”侯宝林先生很赞赏这种叫卖声，说它像民歌一样，音乐感很强。的确是这样，许多叫卖声非常悦耳动听。再比如，西瓜摊的小贩常常叫着：“块又大呢，穰儿又高呵！好高的穰儿呢！一个大钱儿呢！”过去，上海城隍庙里有卖梨膏糖的，也有“三分卖糖，七分靠唱”的说法。

叫卖声不仅生动形象，而且还很诱人。人们听了一些叫卖声由不得会停下脚步掏钱买东西。叫声虽是一种原始而简单的商业广告，它的效果却是很不错的。有一本名为《北京往事谈》的书中说：“不管是春，是夏，是秋，还是冬，北京城各胡同里常常回荡着各种卖货声，或高亢，或低沉，或悠扬，或顿促，老北京一听就知道是卖什么的，出门就能买到各种时鲜和生活用品。”正因为这些商贩走街串巷吆喝，给人们购物带来方便，所以叫卖这种广告形式，到现在还很流行。

我国的广告，除叫卖之外，还陆续出现了其它一些形式，从中也可以看到我国广告的发展脉络。

先说说酒旗这种广告形式：我国很早就能酿酒，

到处有酒店，酒店都有酒旗。最早用文字记录酒旗的是韩非子，他写道：“宋人有沽酒者……悬帜高著。”所谓“帜”就是酒旗，这里说的是酒旗挂得高高的，非常显眼。在宋朝的名画《清明上河图》中有一家酒店的酒旗上还写着“新酒”两个字。我国名著《水浒》中说到武松走过一家酒店，门前挑着一面旗子，上面写着“三碗不过岗”，以此来说明他们卖的酒是烈性的。

再说说幌子这种广告形式：这是由酒旗发展而来的。它是我国古老的形象性的商品标记。不识字的人，看了幌子也能知道商店卖的是什么商品。北京称幌子为“招幌”，是把招牌和幌子合在一起的。1991年9月北京史地民俗学会和北京市钟鼓楼文物保管所曾联合举办过一次展览会，其中有“老王麻子”的刀剪幌子，这是许多人很熟悉的。

接下来我们再介绍其它广告形式。

店面装饰：规模比较大的商店，都注重店面装饰，像北京的内联升、瑞蚨祥那种古色古香的店面，很有民族风格；上海的郁良心药材店，门前有牌楼式的店面，很有气派。不少店铺的招牌，都请名人书写，像北京的六必居、步瀛斋等，那招牌都是名人手迹。

雕版印刷的仿单：我国的雕版印刷是从隋唐两朝开始的。宋朝有一家济南刘家功夫针铺，用雕版

印刷了一种仿单，是作为传单分发给人和拿来包针用的。那上面不但有店名和广告语句，还有一个白兔商标。这块铜版，现存上海历史博物馆，是我国最名贵的广告历史文物，它的出现要比西方国家早几百年。

还有一块万柳堂药铺的仿单铜版是公元 1278 年刻的，图中有两个人，一个在气喘，很痛苦；另一个人拿着一件东西，精神健朗，上面的文字有“气喘”、“愈功”等词。这块铜版，更有广告作用。后来有些药店用木刻套色印成仿单，写明药物的性能和效用等，有指导消费的作用，这也是一种广告宣传。

书刊广告：明代中叶以后，书坊所印的戏曲、小说等都加插图，书店为了推销，往往写成广告，附在书末。像公元 1498 年金台岳家书铺的出版说明写着：“本坊谨依经书重写绘图，参订编次大字本，唱与图合，使寓于客邸，行于舟中，闲游坐客，得此一觉始终，歌唱了然，爽人心意”。这种广告词语，是很有吸引力的。

在漫长的封建社会里，从广告的发展来讲，还是处于孕育阶段。主要原因还在于商品生产还不发达，自给自足的自然经济处于主导地位。

清朝末期的一般商店，前面是店铺，后面是作坊，有的产品除本地外，也销往外地。像北京正阳

门里户部街的东月盛斋的五香酱羊肉是北京第一，同时在外埠也有销路。

鸦片战争以后，外国商品大量进入上海。为了推销商品，许多近代的广告形式，也从外国带进上海，上海也就成为我国近代广告的发源地。

在各种进口商品中，使用广告最多的是药品和香烟。上海科发药房有眼药水、十滴水等，除经常刊登报纸广告外，日本的药品像中将汤、仁丹、大学眼药等，都大量采用招贴，而且还深入内地去做广告。

卷烟方面，当大美烟公司在推销吉士香烟时，采用在国外的招贴。那时广告费用得最多的是1902年成立的英美烟公司。他们除了把大大小小的招贴贴到农村去，还在上海的主要马路和屋顶上树立广告牌，而且大量刊登报纸广告和其他各种各样的广告。

其他种种日用品和食品，也是广告的大户。像1913年来上海的三个美国人，身上只有很少一点钱，他们先做蛋品出口，后来制造冰淇淋、冰棍、糖果、奶粉、口香糖（胶姆糖），成为食品行业的托拉斯。他们采用报纸、杂志、广播等广告，还用电影明星的照片放在广告里。甚至用进口的电冰箱，上面印有“美女牌”的英文字，把它租给零卖店，他们和商店订立合同，冰箱里只能放他们的产品，以此来排挤其他公司的产品。

那么，外国人把哪些广告形式带进了中国呢？主要有下面一些形式：

报纸广告：我国在唐朝就有邸报，但那是发布皇帝的诏书和官员的升降的，不能称为真正的报纸。我国早期发刊的报纸，大部分是外国人办的，像历史较长的 1872 年创刊的《申报》，就是由英国人办的，民国以后，才归中国人所有。1893 年创刊的《新闻报》是中外商人合办的。报上刊登了许多广告。报纸广告是当时主要的广告形式。

杂志广告：有不少杂志，也是由外国人办的，历史较长的是商务印书馆在 1904 年创办的《东方杂志》，登了不少外国商品的广告。邹韬奋主编的《生活周刊》，从 1929 年 12 月 1 日起开始接受商品广告，当时的销数已超过 15 万份。

户外广告：比如，路牌，电车、公共汽车上面的广告。霓虹灯在 1923 年从美国引进以后，1926 年就有皇家牌打字机的吊灯出现在上海南京路伊文思图书公司的橱窗里。后来又有不少大型霓虹灯广告，比如红锡包香烟、棕榄香皂的霓虹灯广告也是比较大的，此外大世界的门面有好几个香烟广告。天厨味精厂，在当时上海最高的大楼国际饭店屋顶上装了“天厨味精”四个字的霓虹灯广告。

无线电广播广告：1920 年美国开始有广播，1922 年就有一个美国人奥斯朋到上海造了一个 50

瓦特的广播电台。

1927年中国人自己开办广播电台。在无线电广播中做广告，也成为一种主要的广告形式。

橱窗广告：许多商店在橱窗中陈列各种商品，吸引行人，于是就有了橱窗广告，特别是过去上海的先施、永安、新新、大新四大百货商店，各有橱窗，还配备专人负责陈列布置。

民族资本的兴起，增加了广告的来源。民族资本家办的企业，不少是要和外商竞争的，这样，就有了广告行业。有不少广告公司是外国人开的，有意大利人，美国人，法国人，英国人等。中国人开设的广告公司也相继出现。1927年有六家中型的中国人开设的广告公司发起组织中华广告公会。到了1930年左右，上海有四大广告公司，其中美商一家，英商一定，华商两家。

天津、重庆也成立了广告公司，北京有一个叫杨本贤的，还在30年代的《申报》上登了广告，招徕业务。

我国广告行业的发展，经过了一个曲折的过程。鸦片战争以后，外货充斥，五洋杂处。1941年珍珠港事件以后，英车人、美国人纷纷回国，我国成为日本人和德国人的世界。抗战胜利以后，英国人、美国人卷土重来，美国货大量倾销，民族资本，风雨飘摇，加上国民党政府的巧取豪夺，货币贬值，广

告行业也是朝不保夕，只能苟延残喘，等待解放。

全国解放以后，党对民族工业，尽力扶植。但是社会上对广告，还有不同的看法，有的认为广告是资本主义的产物，我们是社会主义国家，不需要广告，因此当时我国的广告没有多大发展。文化大革命中，广告被砸烂，广告行业的从业人员有的改行，有的丧失信心。

党的十一届三中全会拨乱反正，广告也得到了新生。1979年春，上海的报纸开始刊登商品广告，上海电视台在1979年1月28日首先播放了一个关于补酒的广告。从此我国广告开始蓬勃发展起来。1982年5月1日起国家施行《广告管理暂行条例》，1987年12月1日起国家施行《广告管理条例》，使广告工作有章可循。1983年12月31日我国成立了中国广告协会，全国各省、市一般都有分会。

随着改革、开放政策的施行，国际广告界的相互访问，日益频繁，不少跨国广告公司来我国组建合资企业。到了1992年，全国广告营业额67.5亿元，比1991年增长93.5%，这是我国广告业发展最快的一年。现在人们开始重新认识并且重视广告业，我国的广告将会有更大的发展。

形形色色的广告

——话说广告的定义、分类和形式

王树军

社会发展到今天，不论我们是在家里、在街头、在车上船上、飞机上，还是从电视、广播、报纸、杂志当中，都会接触到形形色色的广告。现在，人们做买卖、找工作、换房子，甚至面临个人生活问题的时候，都会自觉不自觉地想到广告。广告已经成为我们生活中不可缺少的重要伙伴。

那么，什么是广告呢？广告有哪些形式呢？下面我们就和大家说说广告的定义、分类和形式。

“广告”一词是外来语，大约在本世纪初左右才输入我国。许多学者认为“广告”一词来源于拉丁文，是吸引人、或者注意与诱导的意思。大约在1300年到1475年的中古英语时期，演变为英语中的广告Advertise，它的含义是某人注意到某种事，后来又演变为“引起别人注意，通知别人某件事”。直到17

世纪末、18 世纪初，英国开始大规模商业活动，广告一词才开始广泛使用。

一般来说，广告有广义与狭义之分。广义的广告，既包括经济广告，也包括非经济广告。经济广告又称为商业广告。这种广告都是促进商品销售或者劳务销售的经济信息，是跟经济利益相关的。非经济广告，是指经济广告以外的各种广告，它虽然也是传达一种信息，但是跟经济利益没有关联。比如，社会团体的公告、启事、声明；个人的遗失声明、寻人广告、征婚启事等。狭义的广告，指的就是经济广告。在社会生活中，狭义广告在所有广告中要占绝大部分。广告学中研究的广告和我们《话说广告》专题中说的广告，都指的是狭义广告，也就是经济广告。

广义广告概念，起源于人类社会的生产和生活。在原始社会生产力比较低的情况下，人们为了应付天灾人祸等突发事件，就以呼叫、号角和烟火等媒介形式传递广告信息。人类发明文字以后，出现了手抄广告。到了现代，原始形态的广告已演变成报纸、杂志、广播、电视、路牌、招牌等形式的广告。随着现代化大生产的发展、电子技术的普及、广告媒介日益更新，广告已成为维持与促进现代社会生存与发展的一种大众的信息传播工具与手段。

狭义广告的概念，是人类从原始社会进入奴隶