

广告观

黄升民 著



一个广告学者的视点



中国三峡出版社

广 告 观

一个广告学者的观点

黄升民 著

77132/10



中国三峡出版社

图书在版编目(CIP)数据

广告观：一个广告学者的视点/黄升民著. —北京：中国三峡出版社，1996. 1

ISBN 7-80099-110-5

I. 广… II. 黄… III. 广告学—专著 IV. F713.8

中国版本图书馆CIP数据核字(95)第18578号

中国三峡出版社出版发行
(北京市海淀区蔡公庄一号)
北京市兴泉印刷厂印刷

开本：787×1092毫米 1/32

印张：9.5 字数：300千

1996年1月第1版 1996年1月第1次印刷

ISBN 7-80099-110-5/C·12

定价：19.00元

目 录

视点之一 历史与现实

申报的经营与广告	3
中国广告消失和复兴	34
中国广告的产业特点与问题	60
1994:中国广告业	69
企业家的大众媒介接触与广告意识	86
国际广告业变动与中国广告业对应	100

视点之二 理论与实务

市场营销与广告活动	112
企业竞争与广告策略	124
市场调查与广告活动	129
广告人的调查观	146
宣传:政治与商业	150
企业变革和 CI 的战略原点	158
从科学实证到艺术创造	
——广告策划过程的 3 个关键词	168
附:策划个案 1(海王金樽策划)	187
策划个案 2(三宁空调策划)	216

视点之三 分析与评论

广告,步入消费导向时代	245
1993:广告大战	251
媒介:代理制的关键	258
广告的多与少	260
努力开发新媒介	264
广告的虚与实	267
松下电器广告策略	272
科龙空调的“CI”	280
看 CD 如何革命	284
好看与有效:30 秒的瞬间表现	289

视点之一 历史与现实

视点之一 历史与现实

从“广告”这个词汇开始。

在日本留学时，日本的广告学者说，“广告”这个词汇源于中国。但是，翻阅中国的典籍，发现日本人使用“广告”这个字眼时，中国用的是“告白”。中国的学者称“广告”是日本的造字，经朝鲜半岛，再进入中国大陆。

广告，是一种很有历史味道的东西，笔者正是被这种历史味道所吸引，首先从广告的源流着眼，开始所谓的广告学术探索。

钻入“历史的丛林”有许多惊喜的发现，其中，《申报》的资料整理和“文革时代”的广告宣传研究，给我深刻的印象。

久闻《申报》大名，不过，往往以“商业报纸，无重大政治影响”而弃置一旁。然而，细细读来，为其经营之巧妙，广告之纷繁，言论之精彩而深感汗颜。

中国广告有断层，说之“生”，人们称“改革”；言之“死”，人们归因“文革”，尤其是那场“红卫兵运动”，是这样的吗？我重新翻阅历史，发现了一些“冤枉”……

不信神，也不信鬼。面对“广告”这等东西，从纵的视点开始，再又进行横的比较，构成了“历史与现实”的一种探索记录。

一、申报的经营与广告

(一)《申报》的诞生

英国商人安纳斯脱·美查(Ernest Major)和他的哥哥腓尔特力克·美查(Fredredruck Major)在同治初年(1862年)来到上海从事茶叶和棉布的生意。当时,延续了15年之久的太平天国被清朝政府镇压下去,大批来上海避难的宁波、南京、杭州的地主商贾陆续返回故乡,上海工商业出现了暂时萎缩。租界人口从以前的十几万下降到七万余人,外滩的6家外国银行关闭了4家,美查兄弟所经营的茶叶和棉布受此影响,出现赤字。当他们在考虑改营他业的时候,美查的买办陈庚辛看到上海外国人办的华文报纸《上海新报》销路好,有利可图,便劝美查办中文报纸,美查同意这个方案,并派遣友人钱昕伯前往香港了解新闻界的情况。

1871年5月,当香港的调查结束后,美查与友人伍华特(C. Wood Word)、普莱亚(W. B. pryer)、麦基洛(John Mohun)各自出资白银400两,合计1600两白银,共同创立华文报纸《申报》。

1872年4月30日,《申报》正式出版,创刊当初的《申报》为双日刊,版面很小,且用当地的毛太纸印刷,发行当初,并没有引起足够的重视,发行量只有600份左右。

《申报》出台之前,上海已经有一张华文报纸,名为《上

海新报》，这张 1859 年创刊的报纸一直处于垄断地位。《申报》的创始人美查为了与《上海新报》竞争，在报纸的经营上颇费心机。首先，编辑部的人员构成与《上海新报》以洋人为主的班底不同，主要由当地文人主持，如总主笔蒋芷湘，主笔钱昕伯、何桂笙等，而且具有“举人”、“秀才”等资格。言及早期的华文报纸，有“末路文人办报纸”这么一说。的确，早期的华文报纸的编辑班子，常以传教士和一些名不见经传的文人居多。报人的素质自然影响到报纸的社会地位和内容质量。《申报》是不是开创了“名流办报”之先河，这未有定论，但起码可以说，不是“末路文人办报”。

着力整理销售渠道，努力扩大发行份数，这是早期《申报》的第二个特色。在中国社会，有关的信息和商业情报的传递，主要依赖两个渠道：一个是古老的“邮驿”制度。所谓“邮驿”，周代称为“邮”，汉代以后称为“驿”。相传唐明皇为讨杨贵妃欢心，设专用的驿站，将千里之外的荔枝在两三天之内运抵长安。到了唐朝末年，“邮驿制度”已经相当发达。然而，这个信息传递的渠道，一般用于政府的政策下达、军事情报传送，或者是官报的发行，对于民间的生活和商业流通，作用有限。另一个信息传递渠道是“民信局”。这是在明朝的永乐年间，宁波、绍兴一带出现的一种类似驿站的民间传送机构。楼祖诒在《中国邮驿史料》中说，民信局的工作，主要是传达商业情报，沟通商会之间的联络，同时，也从事一般庶民的信函、包裹的传送以及金钱的汇出汇入。民信局从沿海地区发展，扩展到内陆和海外。在清朝的道光、咸丰、同治年间（1851 年—1874 年），民信局的业务发展到一个顶峰。全国有大小民信局数千家，其中心就是上海。当时

申報

壬申三月二十二日

英四月十三日

第一號

本館告白

今天下可傳之事甚多矣而歷歷不彰者其故何歟蓋新好者爲之記述雖多而閱者無不稱其可嘆也然自古今以來史記百家雖稱博山經地志記述雖詳然所載皆前代之遺聞已往之故事且篇帙繁富文辭高古非通儒先生不復有也非文人學士不復觀也至於朝官小說代有傳書若張華博物志寶記搜神記等類爲志怪之書爲初爲文章之類凡茲諸類均可備載其事或竟無類其文皆典而有則焉復能助創者之清談未幾爲後世所共賞求其紀述實今時事文則實而才便事則動而能詳上而學士大夫下及農工商賈皆能通曉者固莫如新聞紙之書夫新聞紙之製創自西人傳於中土而見者漸廣字新聞紙者蓋今仿其意而申報於上洋凡國家之政治風俗之變遷中外交涉之要務商賈貿易之利弊與夫一切可驚可愕可喜之事足以新耳目開胸臆者無不載其真實無不登載其明白易曉不爲浮誇之辭不爲虛飾之語凡幾留心時務者於此可以得其概而出以生通者於此亦不至受其欺此新聞紙之作固大有益於天下也且夫天下至廣也其事亦至繁也而其人又散處不能相見也夫雖能訪聞而周知哉自新聞紙出而凡可得之事無不遍傳於天下矣自新聞紙出而世之覽者亦皆不出戶庭而知天下矣豈不貴哉惟是事關輿論者須知急或恐閱於方隅限於知識者多向焉四方君子進証事之巨莫不遠寄不月留爲申報主人謹白

本館條例

啟者新聞紙之於世欲以開新者固莫如維他四方者也然不事虛構採探以獲意見閱者何實焉本報以傳其新異是不可徒拘拘于一舉一息也茲本館特將條例開列于左如 貴客屬稿或蒙賜者祈惠顧一切爲幸

一本新聞紙價于上海各店皆售每張銀八文各遠處寄售每張銀十文本館通買每張銀六文

一如有識人願士有願以短什長爲報者如天下各名區竹枝圖及鳥獸記事之類錄不取值

一如有名賢雜誌實有保乎國計民生地利水運之類者上圖

小民報稱之者所登新報概不取酬

上海《申報》創刊號

該報創刊于清朝同治壬申三月二十三日，公历 1872 年 4 月 30 日。

的上海集中了一批有名的民信局，如正大，森昌，协兴昌记，全泰盛，日升，宝泰，全泰治，永和仁，裕兴昌，老正大，永和裕，福兴康，胡万昌，全昌仁，公利等。外地的民信局通过上海民信局向上海发行报纸，上海的报社也是通过民信局向外地发行报纸。因此，报纸的发行，对民信局来说，是一项重要的业务内容。

《申报》与《上海新报》一样，它的发行主渠道还是依靠民信局，然而，不同的是，从创刊开始，努力开拓自己的发行渠道。在日报的第二期，刊出了报纸零售店和零售商的招集广告：

“本新报议价于上海各店零卖，每张取钱八文，各远处发卖每张取钱十文，本报售卖每张取钱六文。”

上述的这种广告，在创刊的一年间，每月登载几回。1872年7月，报社开始招集卖报的报童，这在中国是一个首例。在各种努力之下，《申报》的发行，从上海扩展到杭州、福州、广州、北京、长沙、宜昌等城市，发行网点也在各地陆续设立。

随着发行的扩大，扩展和充实报道内容，对于创刊的《申报》来说，是一个头等重要的大事情。《申报》的竞争对手《上海新报》，之所以能在上海立住脚，很大程度上得益于持续十几年的太平天国之乱，《上海新报》利用各地的教会，登载京报和香港报纸所没有的战争新闻，结果大获好评。战争结束后，《上海新报》失去了原来的优势，尽管如此，它还是维持原来的办报方针，不登载评论和文艺作品，只是增加新闻报道的数量。而且，这些新闻报道与社会政治、文化或市民生活关系不大，主要是各地的教会活动新闻。《申报》创

刊初期，美查有没有意识到《上海新报》的弱点，这难以准确判断，然而，《申报》努力扩大、充实报道内容，这是一个值得注意的事实。创刊号的“本馆告白”是这样说的：

“当今时事，文则质而不悞，事则简而能详，上而学士大夫下及商贾皆能通晓者，则莫如新闻纸之善矣……国家之政治，风俗之变迁，中外交涉之要务，商贾贸易之利弊，与夫一切可惊可愕可喜之事，足以新人听闻者，靡不毕载……”

同一期的“本馆条例”继而提出征稿，收罗骚人韵士的长篇、短篇、名胜地竹枝词、国家社会的大论以及市井生活的杂说。

创刊一个月后，《申报》在头版头条再次登载“本馆告白”。这次的告白对象是上海的银行、当铺、茶叶商人、制丝者以及各地的老铺、名店。大意为：

本报的销路现在还未扩大，经营上也存在种种困难，然而，本报每期八文，一个月二百四十文。如果能得到老铺，名店的协助，一定会进一步发展。本报见闻肤浅，文才贫乏，已向各地名士约稿，如果能得到更多的商会和老铺名店的提言和来稿，本社不胜感谢。

这个告白，连续两周登载在同一位置上，这种面向商人阶层的既作报纸发行又作消息来源开拓的宣传活动，不久就产生了效果。1872年6月28日的《申报》第一版，有如下的记载：

“本馆的申报。今已大销。每日的发行份数，已经突破四千五百份。”

对于《申报》的这个动向，《上海新报》也开始有所反应。同年6月27日，《上海新报》由双日报改成日报，与此同时，

零售价格也从原来的三十文一份下降到与《申报》一样的八文一份。然而，《上海新报》的用纸是海外进口的高级纸，从价格的角度来看，这无疑是一种自杀行为。《申报》也很快就做出反应，在第二天的“本馆自述”里，针对《上海新报》的价格竞争和陈旧的编辑方针发表议论，大致意思如下：

对于读者来说，报纸廉价，快速地销售当然是重要的，然而，最重要的事情还是收录有趣的记事、发表意见和大论，与读者共同欣赏记事，让读者分析问题。

同年8月，《上海新报》表现出更加强烈的竞争姿势，这时，美查直接派友人做劝说工作，提出两者同是外资的报纸，应停止过份的竞争。这个时候，《上海新报》的大股东字林洋行，主要精力用于经营英文报纸《字林西报》，没有太大的竞争欲望，同年，12月31日宣布《上海新报》停刊。

《上海新报》的停刊，象征着旧时代的结束，新时代的产生。关于这两个时代的特征，旅美学者潘贤模先生在“上海开埠初期的重要报刊”一文中有精辟的论述。他认为，在清末年间，上海的报刊发展可以分为两个阶段。第一个阶段是1843年上海开埠到《申报》创刊的1872年止。这个时期的上海报纸和广州、香港一样，主要是以西洋人的传教士和商人当主笔的、由洋人经营的华文报纸。因此，这种“不中不洋”的报纸，根本不能适应中国人的要求。进入第二阶段，顺应时代和环境的变化，思想开化的中国人或者和洋人一道，或者自己独力创办报纸。换言之，中国的报纸终于从“舶来品”脱胎，向中国式的报刊过渡。

这个第二阶段，是指《申报》创刊的1872年到中日战争的1894年止的期间。在中国近代新闻史里，这是一个相对安

定的时代。与《上海新报》竞争中取得胜利的《申报》在这么一个时代里是如何展开它的新闻活动的呢？在以下的篇幅里，我们就《申报》的言论内容、读者层、广告活动与广告主以及经营活动进行分析，从中把握这个时代与报纸的特征。

（二）《申报》的言论内容与读者层

在新闻界有这样的行话：版面是报纸的脸面，论说是报纸的灵魂。我们不妨从《申报》创刊的脸面——版面着手进行分析。版面纵为 10.2 英寸，横为 9.5 英寸。共有 8 版。各版面内容如下：

第一版：评论（“本馆告白”和“申报馆条例”）

第二版：评论与时事报道

第三版：时事报道

第四版：“京报”摘录

第五版：“京报”摘录

第六版：“京报”摘录和告白（广告）

第七版：“告白”（广告）

第八版：商品行情和船舶日期

与其它华文报纸相比，有一个显著的特征浮现出来，这就是对“京报”的态度。其它的华文报纸，一般是把“京报”作为情报源加以利用。《上海新报》是几乎不刊登“京报”的记事，而且，不时给予讽刺和批评。然而，《申报》对于“京报”却相当恭敬，每天给“京报”留下相当的版面。特别在军事或外交发生重大事件的时候，整个版面给予“京

报”。当“京报”休刊的时候，还特意发表公告：本日京报休刊。

以新报自称的《申报》为什么采取这样的一种态度呢？如果细读《申报》的创刊词“申江新报缘起”，可以推测其真实心态。

“中华为天下第一大邦。其间才力智巧之士，希奇怪异之事，几乎日异而岁不同。而声名文物从古又称极盛。其中记事之详明，议论之精实，当必大有可观者。惜乎闻于朝而不闻于野；闻于此而不闻于彼。虽有新闻而未能传之天下。尤可异者，朝廷以每日所下之训谕，所上之章奏咸登《京报》，为民表率，而民无一事一闻上达于君，所谓上行下效者其果何心乎？今特与中国士大夫缙绅先生约，愿各无惜小费而惠大益于天下，以冀集思广益。其法捷，其价廉。倘此举可久行而无大亏损，则不胫而走，得以行吾志焉，是盖鄙念所甚慰也。”

以前的华文报纸如《中外新报》、《上海新报》强调自己与旧报的不同在于“更加广泛，更加迅速”的信息传达功能。然而，《申报》的新闻观已经超越了这一点。它表明报纸还有一个重要功能，这就是代表民间向国家朝廷发表言论的意见传递功能。在意见传递方面，《申报》毕恭毕敬对待“京报”，它把“京报”看作是“上”——朝廷，官僚意向的代表的同时，也把自己自身当作“下”——民间的舆论代表。关于这一点，《申报》在创刊初期的评论中反复强调。例如，1872年7月13日的评论“‘邸报’和‘新报’之差异”有这样的议论，大意如下：

“邸报”是由上作成的，“新报”是由下作成的。“邸报”

所记述的历史，是依据史臣的取舍选择，而“新报”只是对历史作说明而已。方式不同，道理一样。

接着，在1873年7月18日“中国京报与外国新闻之相违”的评论中进一步说道：“新报”的新闻中，无论朝廷或民间一切有关的记事都予以详细刊登。“京报”只限于和朝廷有关的记事，民间的记事一概不登。两天后，在题为“论各国新报”的评论中，进一步表露了《申报》的真实动机。大意为：

诸外国设立了报馆。政府在实施新政策的场合，如果被许多报纸批评“失大于得”、“无利益”等，就马上改正，如果得到多数报纸支持，就开始实行。因此，国家政策是依靠多数人的智慧完成的。国家之所以成功，盖源于此。二百年前，新闻尚未设立，诸外国其国力也还弱小。而现在的强国，如英、美、德、法四国，新闻也相当发达……（在中国）一般的庶民也期待对朝廷的政治发表议论，但是皇帝和庶民之间存在隔阂，产生了种种矛盾，如果报纸能刊登“下情”，直接传达给朝廷，这样，关心国家和政治的人就会对报纸抱有好感。

这里所表达的，是近代政治中新闻的作用。在这篇评论中，针对清朝政府对开放言论的踌躇，评论指出：以前，西方诸国的政府也惧怕报纸，甚至有人提出禁报。然而，如同对付洪水一样，河道阻塞，截流治水只会引起洪水泛滥，整理河道，疏导其流，就可以消除水患。就是说，不是“塞源断流”，而是“清源导流”，唯此良策。因此，西方各国政府后来都赞成报纸的发展。

《申报》在表明自己的新闻观同时，以新的言论姿态登场。

关于这点，马阴良先生在“创办初期的《申报》”有细致的研究。他指出，当时的《申报》言论，具有两个特征，第一，是评论文章的数量较多，从4月30日到5月30日的1个月内，平均1天1篇，总共刊登了27篇。第二个特征是，其内容有强烈的提倡西方文明和鼓吹产业振兴的色彩。这类评论占了三分之一的数量。的确，从当时的评论文章题目来看，诸如“开矿论”，“轮船论”，“炮局论”之类，可以推测出《申报》对西方文明和产业振兴的热情（参考表1）。

表1 创刊初期的《申报》言论

题 目	篇 数
提倡西方文明和产业振兴	10
社会问题的议论	8
伦理道德的说教	3
杂说	6
总计	27

马阴良“创办初期的《申报》”

在19世纪60年代末，以英国为首的西方列强向清朝政府提出铁道建设的计划。当时，环绕着这件事情，清朝的朝野上下展开了激烈的争论。《申报》从创刊的第二期开始，刊登了题为“议建铁道引”的评论，宣传铁道的便利和在上海建铁道的好处。同期，刊出“造铁道告白”（铁道建设广告），鼓动上海市民购买“铁道股票”。