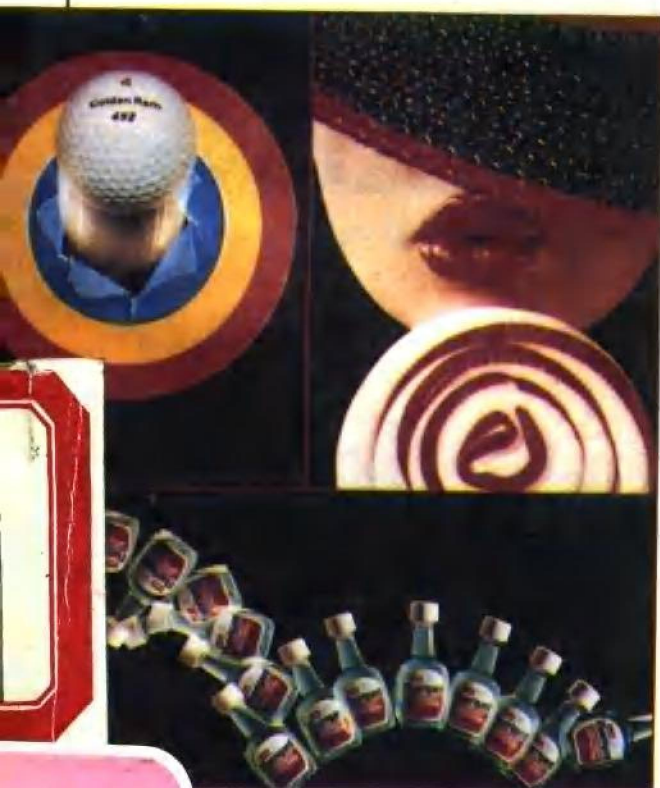


中國經濟出版社

古今中外廣告集趣





中财 B0017383

古今中外广告集趣

张则忠 编著

CD198/34

中央财政金融学院图书馆藏书章

总号 383678

书号

中国经济出版社

内 容 提 要

本书既是知识性和趣味性都较强的普通读物，又是企业宣传、推销产品的参考书。它荟萃了古今中外关于广告的趣闻、轶事、故事、笑话、楹联、言论、资料等，内容丰富，生动活泼。

如果读者是企业人、商店工作者、广告设计制作人员、美术作品设计人员，肯定能从本书中得到新的思路。愿意丰富自己知识、提高说话幽默感的读者也会喜欢此书。

责任编辑：栾建民

封面设计：张宗尧

古今中外广告集锦

张则忠 编著

中国经济出版社出版发行
(北京市百万庄北街3号)
(邮政编码：100037)

各地新华书店经销
东华印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 5.25印张 106千字
1991年5月第1版 1991年5月第1次印刷
印数：1—10000

ISBN 7-5017-0939-4/F·607

定价：2.80元

编写者的自述

我是一个年轻的工商行政管理干部，从事商标、广告的管理工作。通过工作实践，感到我国的广告宣传形式有些单调，从而萌生了编写一本关于介绍古今中外广告集子的念头，以期对我国的企事业单位和广告制作单位有所参考。

从1987年的酷暑到严冬及至1988年的早春，我把全部的业余时间都用在了查找搜集有关资料上。在此期间以及以后的一段时间里，《中外产品报》在“广告天地”专栏里选登了我的一些稿件，其中《音响广告今昔谈》一文获得了该报举办的“广告天地”征文比赛二等奖，这对我真是极大的鼓舞。经过10个月的努力，本书终于在1988年春暖花开的季节里全部脱稿了。但是，春天并没有给我带来好运气。由于我没有知名度，出版这样的集子也不能为出版单位赚什么钱，联系出版事宜搁浅了，我感到了出书的艰难。

在我悲观、失望的时候，中国经济出版社的同志，给予我很大帮助。尽管这本书没有给出版社带来多大经济效益，但是这本书现在终于与广大读者见面了。我怎能不激动呢！

最后让我向中国经济出版社致以诚挚的谢意。对给我以热情支持的市家具公司的刘杰、《中国引进报》社的秦剑

波和郑胜泉、张国庆等先生致以诚挚的谢意。

张则忠

1991.1.2于北京



作者简介

张则忠，回族，北京市人。

现为北京市西城区工商行政管理局干部，从事
商标广告的管理工作。

目 录

第 一 部 分

最早出现的实物陈列广告.....	(1)
富有音乐旋律的叫卖广告.....	(2)
旧时的音响广告.....	(4)
酒铺、饭庄的幌子广告.....	(6)
药铺的幌子.....	(7)
特殊标志的幌子.....	(8)
“洋”幌子广告.....	(8)
烟袋铺的幌子广告.....	(9)
店铺的牌匾.....	(10)
店铺的字号.....	(11)
对联与广告.....	(13)
楹联广告 精选100例.....	(15)

第 二 部 分

绝联舵手难状元.....	(28)
唐伯虎巧写对联.....	(29)
扬川第一楼.....	(30)
楹联救父女.....	(31)
朱元璋巧题联.....	(31)

楹联退白食.....	(32)
居然天上客.....	(33)
三星白兰地的由来.....	(33)
北京的姓氏广告.....	(34)
“门票”广告.....	(35)
新旧北京的广告社.....	(36)
《水浒传》中的幌子广告.....	(38)
《水浒传》中的实物广告.....	(41)
《清明上河图》中的广告风情.....	(42)
北京大茶馆的匾额楹联广告.....	(43)
古朴的瑞士客栈招幌.....	(45)
我国早期的报刊广告及价格.....	(46)
我国早期的报刊广告实例.....	(50)
维妙维肖的连环画广告.....	(53)
幽默诙谐的漫画广告.....	(56)
一则寓言体广告.....	(59)

第三部分

故事广告“合浦还珠记”.....	(61)
相声与广告.....	(62)
歌曲与广告.....	(63)
广播剧广告《减肥指南》.....	(64)
诗词与广告.....	(66)
广告与招贴画.....	(69)
引人入胜的广告标题.....	(71)
广告标题 精选100例.....	(73)

橱窗广告趣谈.....	(84)
旧上海橱窗广告三则.....	(85)
巴黎广告一瞥.....	(86)
诱人的奖励馈赠广告.....	(87)
以情感人的应季广告.....	(89)
扣人心弦的悬念广告.....	(90)

第 四 部 分

风筝广告.....	(92)
虞美人草浴衣.....	(92)
新奇的巴黎地铁车票广告.....	(93)
交通与广告.....	(94)
体育与广告.....	(95)
邮票与广告.....	(96)
日本的广告明信片.....	(98)
美国的广告宣传邮戳.....	(99)
发人深省的戒烟广告.....	(100)
冯梦龙与《禁溺女告示》.....	(101)
鲁迅先生所写的两则广告.....	(102)
周璇的一则启事.....	(104)
齐白石三换告示.....	(104)
肖楚女登启事.....	(105)
小说家毛姆的“征婚”启事.....	(106)
斯托科夫斯基做的“活”广告.....	(106)
萧伯纳为航空公司写的广告词.....	(107)
马克·吐温的声明.....	(108)

郑板桥的《笔榜小卷》	(108)
明星与广告片	(109)
体育明星与广告	(110)
“太白遗风”的由来	(112)
欧洲药店的标记——蛇	(114)
理发店门前三色花柱灯的由来	(114)
我国最早的印刷广告	(115)
北京大专院校的启事栏	(116)
印度的征婚广告	(117)

第五部分

李司令的募兵布告	(119)
市长骑车做广告	(120)
朱学君改广告	(121)
告示谢客	(121)
两则特殊广告	(122)
美国潜意识心理广告的运用	(123)
一语双关的广告词	(123)
一则故事广告	(124)
征婚启事的首次出现	(125)
世界上最早的电话机旁的广告	(125)
好兵帅克与高脚杯餐馆	(126)
巧于心计的广告	(126)
经营有方	(127)
头部广告	(127)
黑猴帽店的由来	(128)

火柴广告——火烧希特勒.....	(128)
大胆的尝试.....	(129)
伯乐相马.....	(129)
从天而降.....	(130)
国外的逆反心理广告.....	(130)
巧妙的结合.....	(131)
香味广告.....	(132)
巧立广告牌.....	(132)
倍受青睐的利普顿茶.....	(133)
一则代客哭笑的广告.....	(134)
英国早期的食品广告.....	(134)
声名之累.....	(135)
一则出售丈夫的广告.....	(136)
厕所里的广告.....	(136)
一则杜绝食物浪费的启事.....	(137)
一曲歌来一片情.....	(138)
奇特的可口可乐广告.....	(138)
涉外广告禁忌.....	(139)
我国首例人体模特广告.....	(140)
香烟盒上的广告词.....	(141)
巨型广告奇观.....	(141)
奸诈的欺骗广告.....	(142)
巧树企业形象.....	(143)
奇特的推销方式.....	(144)
“长城”啤酒在美国.....	(146)
“人丹”与“仁丹”的广告之争.....	(146)

先发制人.....	(147)
攻其不备.....	(147)
广告之城.....	(148)
花钱买信息.....	(150)
好酒也怕巷子深.....	(151)
敬老的《征母启事》.....	(152)
大陆探亲热带来的旅游广告风.....	(153)
仁智篇.....	(154)
产品更新及时宣传——“妙棋一着”.....	(155)
一个奇而不怪的策略.....	(156)

第一部分

最早出现的实物陈列广告

我国是一个历史悠久的文明古国，广告作为商贾宣传自己所售商品的一种特有方式，由来已久。

早在西周至春秋、战国时期，随着生产力的不断发展、剩余劳动产品的大量出现，逐渐产生了商品生产和商品交换。为了找到商品交换对象，人们在交换商品时必须展示自己的商品，尽可能地吸引对方的注意。这样就产生了最为原始的广告形式——实物陈列广告。

我国第一部诗歌总集《诗经·氓》中就有“氓之蚩蚩，抱布贸丝”的记载。意思是说：一个满面笑容的小伙子，抱着布来和我交换丝。这里的布就是一种实物陈列广告。

此后，在实物陈列广告的基础上，又逐步演变发展成为实物陈列，悬挂广告，人们将手里拿着陈示于人的实物，悬挂在售货摊上，以示招人。

春秋时期齐国的宰相晏子死后，战国时代人搜集他的言行，编辑而成的《晏子春秋》就有“君使服于内，犹悬牛首于前门，而卖马肉于内也”的语句。这句话虽然是抨击当时“悬牛头，卖马肉”的不良行为，但是从客观上也反映出当时肉铺主人曾将牛头悬挂于门首，以示招揽顾客。

实物陈列广告作为一种古老的广告形式，历经各个朝代流传今日，为大部分商贩所采用。可称为现代橱窗陈列广告的起源。

富有音乐旋律的叫卖广告

叫卖，俗称吆喝，叫卖广告正是所谓的“卖什么吆喝什么”。

叫卖广告起自于何时，尚无据可考，但是，我国第一位伟大的爱国主义、浪漫主义诗人屈原，曾在所著《楚辞》中提到“师望在肆，鼓刀扬声”。这里的“师望”指的是姜太公，姜太公因多年不得志，迫切希望能够得到帝王的重视。他当过“鼓刀”的屠夫，又曾“扬声”卖饮。这里从客观上也说明了当时卖肉的和卖饮的是采用“鼓刀扬声”的办法广为招徕顾客，姜太公可算是我国叫卖广告的祖师爷了。

以后，商贩增多，沿街叫卖以做生意的买卖随处可见。

宋代孟元老在《东京梦华录》里写道“季春万花烂漫，卖花者以马头竹篮铺排，歌叫之声，诸奇可听。”卖花人动听响亮的歌叫声，可作为宋代商贩沿街叫卖的真实写照。

叫卖广告对宣传商品的作用是人人皆知的，尤其是一些具有音乐旋律的叫卖，至今脍炙人口，令人难以忘怀。

过去，每逢阴雨过后，一些串街卖煮豌豆的小贩便把那悠扬动听叫卖声送入人们耳鼓：“牛筋的豌豆唉，多给了

碗豆赛过榛瓢儿，豌豆咪多给！”谱成曲子即为 $\underline{3} \quad \underline{3} \quad \underline{3 \cdot 2} \quad \Big|$

$\dot{1} \ \dot{2} \ \dot{1} \quad | \quad \ddot{3} \ddot{1} \ddot{2} \quad \ddot{3} \ddot{2} \ddot{1} \quad | \quad \underline{6 \cdot 1} \quad \ddot{2} \ddot{2} \quad | \quad \ddot{2} \ddot{2} \quad \overset{\frown}{\dot{2} \cdot \dot{3}} \quad |$

2 2 || 听着这动听的旋律和“物美价廉”的宣传，

您说孩童们怎么会不“蘑菇”着跟大人要钱买点儿吃呢？

卖西瓜吆喝的“吃来呗！旱秧的西瓜杀你的口儿甜味，好大的块咧，吃来呗，闹块尝！”则宣传他卖的西瓜质量之高，而且嗓音挺拔，尤其是那句“杀你的口儿甜味”真能逗出你的口水来。

还有的叫卖广告是声明自己产品所用的原料、工艺的。如卖雪花酪的：“开水白糖雪花酪，要吃凉的您尝尝口道，玉泉山的水咧，北海的冰，搅成酪儿冰激凌。”

“开水，白糖”表明不是用生水和糖精做的，不用担心吃了会拉肚子，这是符合卫生的；玉泉山的泉水甘咧爽口自带一股甜味，北海公园的冰似乎也比河坑里的冰干净。因此，顾客就爱买，生意就兴隆。

诸如卖布头，卖估衣，卖羊肉包子、小金鱼、冰糖葫芦等叫卖声还被编入了相声段子搬上了舞台。北京人艺的艺术家们还专门录制了叫卖曲子的磁带和电视片，使之成为艺术作品。

在叫卖广告中也有收购、修理内容的，如：“有破烂的我买，有碎铜烂铁的我买”，“有鸡鸭换线”，“酒干倘卖勿”（即“有酒瓶子的我买”），“锅箍漏锅换底”，“焊洋铁壶”，“磨剪子咧抢菜刀”等的旋律就较为简单了，但还算有点“味儿”。

至于现在时兴的“噯！瞧一瞧，看一看咧”不仅没有什

么旋律，而且连“味儿”也没有了。

旧时的音响广告

提起音响广告人们自然地会联想到现代的音响设备通过电台传出的广告，但在过去没有传播工具的情况下，商贩做生意，他们采用不同的响器制造出不同的音响，以区别所卖的是什么商品。利用传声方式招徕顾客，省时省力十分方便。

我国早在周代《诗经·有瞽》中就有“箫管备举”的诗句。汉代郑玄笺注说中也有“箫·编小竹管，如今卖饧者所吹也”。的记载。唐代的孔颖达疏解为“其时卖饧之人，吹箫以自表也”。到了宋代宋祁又有“箫声吹暖卖饧天”的诗句，可见古代卖糖的商贩靠吹管箫招揽顾客。此后，元代又发展成为音响，叫唱相结合的广告形式，元曲《货郎旦》剧中就有这样的唱词“无过是赶几处沸腾腾热闹场儿，摇几下桑琅琅蛇皮鼓儿，唱几句韵悠悠信口腔儿”。这说明，元代货郎使用蛇皮鼓这一传声工具吸引顾客，也说明音响广告以音响与叫唱相互配合，产生效用，为今后现代音乐广告奠定了基础。

在旧时的北京城，老北京人大都有饮茶的习惯，并在茶余饭后喜欢听上一段戏曲以做消遣。因此，茶馆的老板们为投其所好，常请一些名艺人来馆中演唱，请不起艺人的则在门前放上一个电唱机播放名艺人的唱片。为此，常能招徕一些回头客，生意也就逐渐地兴盛起来了。

那时，走街串巷的买卖人手里都有自己的响器。理发剃

头的响器叫唤头，唤头用铁制成象个大镊子，用铁棍在中间拨动，会发出回音极长的声音，人们听到这种声音，就知道剃头的来了。

“打小鼓儿”的是收买旧物的。他们手里拿着一个直径不到2寸的小鼓，鼓虽小，但声音清脆，能传得很远。鼓的节奏快是专收破烂旧物的，而节奏慢的则是专收古玩字画的。

旧时磨刀剪的，手里提着一挂用铁片串成的铁册子。据说叫“惊闺儿”，轻轻一抖就会发出哗拉哗拉的声响，虽不悦耳，但声音极大。后来，有的磨刀剪的改用铜喇叭来招引顾客，但他们来回只吹一个调儿，十分刺耳。不少人因为不爱听他们吹的号声，硬着头皮给他们活干，把他们打发走。

梆子也是响器的一种，梆子有两种，大号的是卖油的，小号的是卖烧饼油条的。卖油的主要串小巷，其敲法是紧3下，慢3下，顾客买完油，他们再敲3下，以示感谢。卖烧饼油条的，在打梆子时，快2下，慢2下，然后再连击3下。岁数大的北京人，可以迅速听出是卖什么的，而且绝不会听错。

过去卖针线的主要是和妇女儿童打交道。他们主要用一个带柄的小锣，锣的两侧拴有小锤，用手轻摇，锣就会响起来了。在封建社会，妇女一般不许外出，听到小锣一响，她们才可以出来买点东西，看看热闹。

如今，利用现代音响做广告传播信息已成为重要媒体。但是，过去的音响广告也给现代音响广告带来了影响。因此，还是值得一提的。

酒铺、饭庄的幌子广告

幌子，是旧时店铺用来招揽顾客、表示营业的标志。

据《韩非子》记载：“宋人有沽酒者，悬帜甚高。”这里说的就是较早的酒店幌子广告。北宋时期，都城汴京幌子渐渐多起来，当时在一些酒店门前，常有用一根竹竿挂出的一块红布，作为“酒帘”或“酒旗”的。孟老《东京梦华录·申秋》载“至午米间，家家无酒，拽下望子”，是说，店铺在非营业情况下，不得悬挂幌子。

我们在阅读唐朝大诗人杜牧的作品时，也可以看到较早的酒店幌子，诗中写到：

千里莺啼绿映红，
水村山廓酒旗风。
南朝四百八十寺，
多少楼台烟雨中。

这一面面烟雨中的酒旗，随风飘扬，吸引着过往游客。也反映出唐代“酒幌”的商业风俗的情况。

我国地域辽阔，风俗习惯不同，就饭馆的幌子来说，也不尽相同。幌子不仅能向人们展示饭馆的种类，也可以区别饭馆的等级和民族。

昔日的饭馆在门外都悬挂罗圈，但有些地方的小饭馆门口只挂个柳条或箬篱作为幌子。老北京人眼里罗圈下缀红布条为汉民饭馆，缀蓝布条为回民饭馆；如果光挂个罗圈，则是卖笼屉的作坊；如果罗圈下有三根绳，则表示有笼蒸食品；绳上结白花表示有包馅食品，挂两个罗圈的幌子表示能