

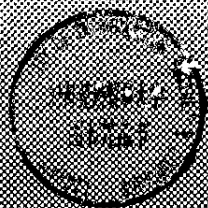
实用广告辞典

陈先枢编 ● 湖南科学技术出版社

陈先枢编

实用广告辞典

湖南科学技术出版社



湘新登字 004 号

实用广告辞典

陈先枢 编

责任编辑：常绳生

湖南科学技术出版社出版发行
(长沙市展览馆路3号)

湖南省新华书店经销

湖南省新华印刷二厂印刷

(印装质量问题请直接与本厂联系)

1993年10月第1版第1次印刷

开本：850×1168毫米 1/32 印张：13.125 插页：5 字数：280,000

印数：1—3,900

ISBN 7-5357-1261-4

G·71 定价：11.50元

地科 130—70

凡 例

一、本辞典是一部广告专业辞典，所收词目力求从我国社会主义经济广告工作的实际需要出发，以促进我国社会主义市场经济的发展为宗旨，吸收近年来国内外广告学术研究成果，特别注意收录我国实行改革开放以来广告工作的成功之道以及我国现行广告法规有关词目，力求使之成为具有中国特色的广告专业辞典。

二、本辞典所收词目凡 1580 条，以广告科学和广告实际工作中常见的、重要的名词术语为主，兼收其它一些学科和专业中与广告关系比较紧密的名词术语。

三、词目中属国际常用的和外来词，附词目的英译。一般词目不附英译。

四、词目按广告学学科体系进行编排，分为 17 大类。每一大类又按其内在结构分层次排列，力求系统化和条理化。有些词目与几个大类有关的，只在主要一类中刊列。

五、凡一词多名者，择其常见的或应用较广的为正目，其余名称在释文句首列出，并择要列出参见条。

六、一词多义者，释文用 (1)、(2) …… 序号分项解释或叙述。有些词目虽已解释清楚，但仍须进一步参阅在内容上有密切联系的其它词目者，则在释文尾注明参见某词目。

七、为方便检索，附笔画检索表。笔画检索按词目第一字的笔画数编排，笔画数相同者以起笔笔形一、丨、丿、丶、㇀为序。第一字相同的词目，字数少的在前，多的在后。第一字相同，字数也相同的，按词目内容的层次结构排列。

八、正文书眉，是本页每一词目的第一个字。

总 目

凡例

分类目录

目录 (1—28)

笔画检索表 (1—29)

正文 (1—332)

附录一：中华人民共和国广告管理条例 (333—336)

附录二：中华人民共和国广告管理条例
实施细则 (337—342)

附录三：国际商业广告从业准则 (343—347)

附录四：世界各国产品质量认证标志 (348—353)

主要参考书目 (354)

后记 (355)

分类目录

一、广告概论	(1)
二、广告分类	(1)
三、广告心理	(3)
四、广告媒体	(5)
五、广告创意与广告表现	(7)
六、广告文稿	(8)
七、广告设计与广告美术	(10)
八、报纸、杂志及印刷品广告(广告实施之一)	(13)
九、广播、电视广告(广告实施之二)	(15)
十、售点及其它广告(广告实施之三)	(17)
十一、商标、标志与包装	(18)
十二、公共关系广告与推销	(20)
十三、广告策划	(22)
十四、广告效果	(24)
十五、广告经营管理	(25)
十六、广告法规	(26)
十七、广告史	(27)

(目录页码)

目 录

一、广告概论	(1)
广告	(1) 广告主 (7)
广告学	(1) 广告受众 (7)
广告功能	(2) 广告对象 (7)
广告认识功能	(2) 广告期望 (7)
广告心理功能	(3) 广告文化 (8)
广告艺术功能	(3) 广告艺术 (8)
广告机能	(3) 广告道德 (9)
信息	(4) 广告环境 (9)
信息量	(4) 广告污染 (9)
广告信息	(4) 广告公害 (10)
广告内容	(5) 广告行为学 (10)
广告信息焦点	(5) 广告群体行为 (10)
广告情报	(5) 广告个体行为 (10)
广告经营者	(5) 广告组织行为 (11)
广告代理业	(6) 广告业 (11)
广告代理商	(6) 广告人 (11)
广告代理制	(6) 广告业三项指标 (11)
媒体广告组织	(7) 广告市场 (12)
广告客户	(7) 广告经营市场 (13)
广告刊户	(7) 广告目标市场 (13)
二、广告分类	(14)
广告分类	(14) 商业零售广告 (15)
经济广告	(14) 工业用户广告 (15)
商业广告	(14) 生产资料广告 (15)
消费者广告	(14) 商业批发广告 (15)

产品广告.....	(15)	推销广告.....	(21)
建设工程广告.....	(15)	通知型广告.....	(21)
加工承揽广告.....	(15)	劝导型广告.....	(21)
运输广告.....	(15)	提醒型广告.....	(22)
仓储广告.....	(16)	信誉广告.....	(22)
财产租赁广告.....	(16)	商号广告.....	(22)
房地产广告.....	(16)	企业性广告.....	(22)
邮电业务广告.....	(16)	观念广告.....	(22)
农业广告.....	(16)	战役性广告.....	(22)
金融广告.....	(17)	战略性广告.....	(22)
储蓄广告.....	(17)	理性诉求广告.....	(22)
保险广告.....	(17)	感性诉求广告.....	(23)
收购广告.....	(17)	说理广告.....	(23)
求购广告.....	(18)	兴趣广告.....	(23)
科技广告.....	(18)	专业广告.....	(23)
劳务广告.....	(18)	业务广告.....	(23)
邮购广告.....	(18)	同业广告.....	(23)
文化广告.....	(18)	政治广告.....	(24)
图书广告.....	(18)	意见广告.....	(24)
旅游广告.....	(19)	联合广告.....	(24)
体育广告.....	(19)	需求广告.....	(24)
社会广告.....	(19)	直接行动广告.....	(24)
个人广告.....	(20)	间接行动广告.....	(24)
征婚广告.....	(20)	付费广告.....	(25)
公告.....	(20)	自制广告.....	(25)
通告.....	(20)	免费广告.....	(25)
招标公告.....	(20)	促销型广告.....	(25)
招商广告.....	(20)	指名型广告.....	(25)
启事.....	(21)	心理型广告.....	(25)
公益广告.....	(21)	提示型广告.....	(25)

全国性广告	(25)	战斗广告	(27)
区域性广告	(26)	竞争广告	(27)
地区性广告	(26)	国际贸易广告	(27)
行业性广告	(26)	来华广告	(27)
建设广告	(26)	自我广告	(27)
情报广告	(27)		

三、广告心理 (28)

广告心理	(28)	生理需要	(34)
广告心理学	(28)	安全需要	(34)
感知	(28)	社会需要	(34)
表象	(29)	尊敬需要	(34)
注意	(29)	自我实现需要	(34)
记忆	(29)	欲望	(34)
理解	(30)	购买动机	(34)
思维	(30)	匮乏性动机	(35)
想象(联想)	(30)	生长性动机	(35)
通感	(30)	刺激—反应公式	(35)
情绪(感)	(31)	购买决策	(36)
兴趣	(31)	购买过程	(36)
确信	(31)	理性消费行为	(36)
行动	(32)	非理性消费行为	(36)
满意	(32)	“经济人”型消费行为	(36)
消费者	(32)	决策型消费行为	(37)
消费	(32)	回避风险型消费行为	(37)
消费方式	(32)	学习型消费行为	(37)
消费结构	(33)	心理象征型消费行为	(37)
消费水平	(33)	社会行为型消费行为	(37)
需要	(33)	随机型消费行为	(37)
需要层次说	(34)	冲动型消费行为	(37)

相关群体·····	(37)	抢先观念·····	(45)
消费心理·····	(38)	怀旧观念·····	(46)
最大满足原则·····	(38)	回归观念·····	(46)
最小遗憾原则·····	(38)	返回自然观念·····	(46)
求实心理·····	(39)	自己动手观念·····	(46)
求美心理·····	(39)	人体工学观念·····	(47)
求新心理·····	(39)	系列化观念·····	(47)
求奇心理·····	(40)	商品流行时式·····	(47)
求名心理·····	(40)	广告诉求·····	(48)
求便心理·····	(40)	意识·····	(48)
优越心理·····	(40)	潜意识·····	(48)
求廉心理·····	(40)	潜意识投射广告·····	(49)
习惯心理·····	(41)	选择性接受·····	(49)
从众心理·····	(41)	选择性理解·····	(49)
偏爱心理·····	(41)	选择性记忆·····	(49)
囤积心理·····	(42)	印象·····	(49)
紧张心理·····	(42)	第一印象·····	(49)
友好心理·····	(42)	首因效应·····	(50)
储蓄心理·····	(42)	二次性效应·····	(50)
儿童消费心理·····	(42)	声喻法广告·····	(50)
青年消费心理·····	(42)	催眠法广告·····	(50)
中年消费心理·····	(43)	直接暗示·····	(50)
老年消费心理·····	(43)	间接暗示·····	(51)
男人消费心理·····	(43)	说服·····	(51)
妇女消费心理·····	(43)	沉淀意识·····	(51)
消费观念·····	(44)	广告逆反心理·····	(51)
时间观念·····	(44)	广告负效应·····	(52)
节约观念·····	(44)	平方根原理·····	(52)
保健观念·····	(45)	7±2 原理·····	(52)
时髦观念·····	(45)		

四、广告媒体	(53)
广告媒体	(53)
混合媒体	(53)
单纯媒体	(53)
通用媒体	(53)
专用媒体	(53)
大众化媒体	(54)
专业性媒体	(54)
瞬时性媒体	(54)
短期性媒体	(54)
长期性媒体	(54)
计量媒体	(54)
非计量媒体	(55)
印刷媒体	(55)
电讯媒体	(55)
户外媒体	(55)
光源媒体	(55)
交通媒体	(55)
售点媒体	(55)
活人媒体	(56)
媒体传播范围	(56)
媒体接受方式	(56)
直达型广告	(56)
接近型广告	(56)
通过型广告	(56)
媒体调查	(56)
媒体策略	(57)
媒体战略	(57)
覆盖域	(58)
触及率	(58)
涵盖率	(58)
毛感点	(58)
重复率	(58)
连续性	(58)
经验法	(59)
筛选法	(59)
水平支出法	(59)
先多后少法	(59)
滚雪球式渐次加强法	(60)
媒体物质功能	(60)
媒体适应性	(60)
媒体时效性	(60)
媒体持久性	(60)
媒体空间性	(60)
媒体威性	(60)
媒体社会影响力	(61)
媒体心理特征	(61)
观(听)众率	(61)
平均传播频率	(61)
曝光价值	(61)
媒体信息传递周期	(62)
广告量	(62)
广告到达率	(62)
广告频繁程度	(62)
报纸广告	(62)
杂志广告	(63)
书籍广告	(63)
电视广告	(63)
广播广告	(63)

邮递广告.....	(64)	彩车广告.....	(69)
电话插播广告.....	(64)	活动路牌.....	(69)
语言信箱.....	(64)	广告列车.....	(70)
售点广告.....	(65)	电视屏幕车.....	(70)
橱窗广告.....	(65)	银幕广告.....	(70)
门店广告.....	(65)	广告电影片.....	(70)
户外广告.....	(65)	图像幻灯片.....	(70)
路牌广告.....	(66)	双镜头幻灯片.....	(70)
灯柱广告.....	(66)	录相广告.....	(71)
墙柱栏杆广告.....	(66)	录音广告.....	(71)
雕塑广告.....	(66)	广播宣传车.....	(71)
交通岗广告.....	(66)	赛场广告.....	(71)
人行道天桥广告.....	(66)	实物广告.....	(71)
立交桥广告.....	(67)	广告衫.....	(72)
冰灯广告.....	(67)	广告伞.....	(72)
亭类广告.....	(67)	广告钟.....	(72)
壁画广告.....	(67)	广告帽.....	(72)
立体模型广告.....	(67)	赠品广告.....	(72)
广告塔.....	(67)	特制品广告.....	(73)
充气模拟广告.....	(67)	包装广告.....	(73)
彩旗条幅广告.....	(68)	空中广告.....	(73)
公共场所广告.....	(68)	气球广告.....	(73)
园林花坛广告.....	(68)	烟雾广告.....	(73)
广告城.....	(68)	飞船广告.....	(73)
门票广告.....	(68)	激光广告.....	(73)
交通广告.....	(68)	空中投光广告.....	(73)
移动广告.....	(69)	飞机飘旗广告.....	(74)
巡回广告.....	(69)	空中传音广告.....	(74)
车内广告.....	(69)	太空广告.....	(74)
车厢广告.....	(69)	光源广告.....	(74)

灯箱广告.....	(74)	马戏广告.....	(77)
彩虹装潢管广告.....	(74)	动物广告.....	(78)
光纤广告.....	(74)	簿册广告.....	(78)
霓虹灯.....	(74)	行名录.....	(78)
电子广告.....	(75)	广告画册.....	(78)
多屏幕投影.....	(75)	产品样本.....	(78)
招贴广告.....	(75)	电话号码簿广告.....	(78)
海报.....	(75)	黄页.....	(79)
展览广告.....	(75)	地图广告.....	(79)
街头宣传广告.....	(76)	病历本广告.....	(79)
集会广告.....	(76)	名片广告.....	(79)
活广告.....	(76)	卡片广告.....	(79)
广告小姐.....	(77)	年历广告.....	(79)
广告先生.....	(77)	邮票广告.....	(79)
时装表演.....	(77)	明信片广告.....	(80)
化妆表演.....	(77)	信封广告.....	(80)
广告模特.....	(77)	邮戳广告.....	(80)
戏中广告.....	(77)	公共广告栏.....	(80)

五、广告创意与广告表现..... (81)

广告创意.....	(81)	比拟法构思.....	(82)
创意人员.....	(81)	寓意法构思.....	(83)
大创意.....	(81)	拟人法构思.....	(83)
独立销售点.....	(81)	反成法构思.....	(83)
集体思考法.....	(81)	巧妙法构思.....	(83)
水平思考法.....	(82)	反证法构思.....	(83)
垂直思考法.....	(82)	实证法构思.....	(84)
头脑激荡思考法.....	(82)	承诺法构思.....	(84)
智力激励法.....	(82)	间接法构思.....	(84)
广告构思.....	(82)	明贬暗褒法构思.....	(84)

要点法构思·····	(84)	馈赠广告·····	(89)
诱惑法构思·····	(85)	声势广告·····	(90)
直接表现·····	(85)	歉意广告·····	(90)
间接表现·····	(85)	解释广告·····	(90)
附加表现·····	(86)	倡议广告·····	(90)
商品情报型广告·····	(86)	纪事广告·····	(90)
生活(产)情报型广告·····	(86)	会节广告·····	(90)
附加型广告·····	(86)	名人广告·····	(91)
幽默·····	(86)	绿色广告·····	(91)
移置·····	(86)	系列广告·····	(91)
置换·····	(87)	香味广告·····	(91)
颠倒·····	(87)	说话广告·····	(91)
直接广告·····	(87)	美女广告·····	(92)
间接广告·····	(87)	比较性广告·····	(92)
竞猜广告·····	(87)	广告创作风格·····	(92)
征集广告·····	(88)	规则式风格·····	(93)
贺谢广告·····	(88)	理性感化风格·····	(93)
服务广告·····	(88)	诱发式风格·····	(93)
“联姻”广告·····	(89)	设身处地式风格·····	(93)
奉献广告·····	(89)	同情式风格·····	(93)
冠杯广告·····	(89)	启发式风格·····	(94)
冠名广告·····	(89)	论证式风格·····	(94)

六、广告文稿····· (95)

广告文稿·····	(95)	AIDA 法则·····	(96)
广告文案·····	(95)	五 I 法则·····	(96)
广告随文·····	(95)	四 F 法则·····	(96)
广告应用文·····	(95)	DDPC 法则·····	(96)
广告文学·····	(95)	写稿九原则·····	(96)
广告语言形象·····	(95)	写稿五问题·····	(96)

写稿七步曲.....	(96)	祈使式标题.....	(101)
广告主题.....	(97)	建议式标题.....	(101)
广告方程式.....	(97)	进言式标题.....	(101)
广告要点式.....	(97)	故事式标题.....	(101)
制造厂商主题.....	(97)	新闻式标题.....	(101)
商品识别主题.....	(97)	悬念式标题.....	(101)
新颖主题.....	(97)	提醒式标题.....	(102)
信誉主题.....	(98)	解题式标题.....	(102)
比较主题.....	(98)	拆名式标题.....	(102)
使用场合主题.....	(98)	呼应式标题.....	(102)
用途主题.....	(98)	注解式标题.....	(102)
质量主题.....	(98)	效劳式标题.....	(102)
成分特性主题.....	(98)	劝慰式标题.....	(102)
结构系统主题.....	(98)	奉献式标题.....	(102)
形态设计主题.....	(98)	赞美式标题.....	(102)
规格容量主题.....	(99)	直陈式标题.....	(103)
物质特点主题.....	(99)	自夸式标题.....	(103)
感觉主题.....	(99)	抒情式标题.....	(103)
保健主题.....	(99)	表彰式标题.....	(103)
装潢主题.....	(99)	告诫式标题.....	(103)
心理主题.....	(99)	披露式标题.....	(103)
服务主题.....	(99)	忠告式标题.....	(103)
价格主题.....	(99)	假设式标题.....	(103)
广告标题.....	(99)	承诺式标题.....	(103)
标题十准则.....	(100)	强调式标题.....	(103)
直接标题.....	(100)	对比式标题.....	(103)
间接标题.....	(100)	格言式标题.....	(104)
复合标题.....	(100)	借用式标题.....	(104)
问答式标题.....	(101)	比喻式标题.....	(104)
对话式标题.....	(101)	超常式标题.....	(104)

贺谢式标题·····	(104)	散文体·····	(107)
吉利式标题·····	(105)	书信体·····	(107)
图解式标题·····	(105)	对话体·····	(107)
修辞式标题·····	(105)	寓言体·····	(107)
广告主题口号·····	(105)	楹联体·····	(107)
中心广告词·····	(105)	广告修辞·····	(107)
鼓动性口号·····	(105)	夸张·····	(109)
表彰性口号·····	(105)	比喻·····	(109)
情感式口号·····	(105)	反问·····	(109)
准口号·····	(106)	引用·····	(109)
正文十二准则·····	(106)	换字·····	(109)
广告文体·····	(106)	重复·····	(109)
布告体·····	(107)	对仗·····	(109)
格式体·····	(107)	回环·····	(109)
简介体·····	(107)	排比·····	(109)
新闻体·····	(107)	典雅·····	(109)
论说体·····	(107)	通俗·····	(109)
问答体·····	(107)	诙谐·····	(109)
证书体·····	(107)	拟人·····	(109)
小说体·····	(107)	双关·····	(109)
戏剧体·····	(107)	照应·····	(109)
小品体·····	(107)	顶针·····	(109)
诗歌体·····	(107)	层递·····	(109)

七、广告设计与广告美术····· (110)

广告设计·····	(110)	洛可可·····	(111)
视觉设计·····	(110)	包浩斯·····	(111)
展示设计·····	(110)	曼菲斯·····	(111)
工业设计·····	(110)	抽象派艺术·····	(112)
迪扎因·····	(110)	波普艺术·····	(112)

流行艺术·····	(112)	骨骼·····	(119)
欧普艺术·····	(112)	肌理·····	(119)
光效应艺术·····	(113)	点·····	(119)
视觉艺术·····	(113)	线·····	(120)
广告美术·····	(113)	面·····	(120)
广告美学·····	(113)	体·····	(120)
广告视觉形象·····	(114)	空间·····	(120)
广告绘画·····	(114)	焦点透视·····	(121)
素描·····	(115)	平行透视·····	(121)
中国画·····	(115)	成角透视·····	(121)
油画·····	(115)	斜面透视·····	(121)
黑白线条画·····	(115)	圆面透视·····	(121)
水彩(粉)画·····	(115)	散点透视·····	(121)
电子绘画·····	(116)	透视图·····	(121)
广告画面·····	(116)	构图·····	(122)
背景式画面·····	(116)	布局·····	(122)
使用式画面·····	(116)	广告构图·····	(122)
试验式画面·····	(117)	平行垂直线构图·····	(122)
夸张式画面·····	(117)	平行水平线构图·····	(123)
效果式画面·····	(117)	平行斜线构图·····	(123)
对比式画面·····	(117)	对角线构图·····	(123)
推荐式画面·····	(117)	十字架构图·····	(123)
后果式画面·····	(117)	S形构图·····	(123)
口号式画面·····	(117)	之字形构图·····	(123)
戏剧式画面·····	(118)	起伏线构图·····	(124)
标志式画面·····	(118)	楔形构图·····	(124)
集锦式画面·····	(118)	三角形构图·····	(124)
广告插画·····	(118)	辐射形构图·····	(124)
广告漫画·····	(118)	螺旋形构图·····	(124)
构成·····	(119)	圆形构图·····	(124)