



广告学研究丛书

民国时期商业广告研究

黄玉涛 著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

广告学研究丛书

民国时期商业广告研究

黄玉涛 著

LE



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

民国时期商业广告研究/黄玉涛著. —厦门:厦门大学出版社,2009.5
(广告学研究丛书/李军林主编)

ISBN 978-7-5615-3294-2

I. 民… II. 黄… III. 商业广告—研究—中国—民国
IV. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 094785 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

<http://www.xmupress.com>

xmup@public.xm.fj.cn

沙县方圆印刷有限公司印刷

2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

开本:889×1240 1/32 印张:7 插页:1

字数:200 千字 印数:1~3 000 册

定价:21.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

**本书得到湖南省“十一五”
重点建设专业专项资金资助**

广告学研究丛书编委会

主任：李军林

编委：(按姓氏笔画排名)

陈艳彩 周象贤 黄玉涛

总序

人类的广告行为已有几千年的历史,广告作为一种社会活动古已有之,从远古的“抱布贸丝”到春秋战国时的“鼓刀扬声”,从《水浒传》中的“三碗不过岗”到《清明上河图》中的肩挑担卖,留下了一串串令人回味的广告足迹。但广告发展成为一门学科还是近百年的事。

改革开放以来,我国广告业得到了迅猛的发展,广告教育也成为一门迅速发展的新型学科。最新的统计表明,在全国高校当中,设广告类专业的院校是230家,从世界范围来看,这也是一个规模很大的教育事业。我国的广告学研究发展至今虽然也有了一定的积累,但在理论研究上却一直少有突破性的进展与创获,有“术”无“学”仍是人们对广告的基本评价。那么,究竟是什么原因阻碍了广告理论研究前行的步伐?现有的研究是否存在重大的理论盲点和缺憾?作为湖南省“十一五”重点建设的广告学专业,我们希望通过三五年的不断努力,将湖南工业大学广告学专业办成省内一流、国内有较大影响力的特色专业。为此,我院组织学院骨干教师撰写《广告学研究丛书》。该丛书的编纂将建立在系统的广告学学科体系的基础上,贯彻理论探求与实务分析相结合的原则,既注重理论的建树,学科体系的建构,又避免作经院式、学究式的所谓纯学术的研讨,以使丛书具有广阔的兼收性、包容性。

丛书首次出版包括《民国时期商业广告研究》、《广告情感诉求探微》、《广告客户管理》等。这些还只是一个好的开始,我们将以更稳健的步伐继续这学术的跋涉,继续出版《电视广告制作》等研究论著。

我们正面临着国际经济一体化的机遇和挑战,这正是中国广告人把握机遇的好时机,愿本丛书为中国广告新纪元的到来尽绵薄之力,我们企盼各位广告界同仁的批评与指导。

李军林

前 言

一、问题的推出

中国广告事业历史悠久,从中国广告发展的水平来看,民国时期不仅是我国现代广告的肇始期,同时也是我国现代广告业发展的第一个高峰期,从20世纪30年代初到抗战前夕,是旧中国广告业的鼎盛时期。这一时期产生了大量成熟的、成功的广告实践活动。民国时期中国广告业的发展有着深刻的社会政治经济背景。民国时期,我国经济有所发展,尤其是一战期间和30年代的国货运动时期,我国民族工商业发展迅速。上海成为各国商人经商的基地,也成为中国现代广告业发展的摇篮和广告作品发布的舞台,这是广告业兴盛的经济基础;世界广告新技术、新材料不断传入中国,在客观上促进了中国广告水平的提高,广告学理论研究不断深入,中国的广告公司走向专业化,为中国广告业的发展提供了技术前提;广告媒介的不断丰富,为中国广告业的繁荣创造了物质条件;中外商战客观上刺激了广告业的繁荣。将中国广告业的水平推进到前所未有的高度。研究中国本土广告,民国时期广告的丰厚遗产应是研究的重要内容之一,舍却这段历史,中国的广告文化便不完整。从这一点来说,民国时期广告的研究还远远不够。

当代学者对于民国时期的广告研究越来越多,近年来,民国时期广告的研究产生一系列著作,在史料挖掘方面成绩尤为显著。但研究的热点是月份牌广告和报刊广告。从严格意义上讲,当代研究民国广告最早的专著是1995年由上海画报社出版的《老上海广告》画册。之前虽有1994年香港三联书社出版的《都会摩登——月份牌(1910—1930)》,但该书主要是从美术赏析的角度展示月份牌这一民国重要的广告载体,只能算是有重要史料价值的非完全意义上的专著。从1998年开始,我国每年都出版一两本关于民国广告的书籍,2002年后,关于

此时期广告研究的论文数量明显增多,成为近年广告史研究领域的热点。研究成果主要以专著、学位论文和期刊论文三种形式出现,研究的深度和广度进一步拓展。国内目前可见的民国时期广告研究的译著、专著和论文共有43部(篇)。其中,广告学概论23部,广告心理学2部,广告图集4部,专项广告研究1部,广告史2部。涉及广告学研究的新闻学著作有2部,论文7篇,广告宣传品1种,丛刊3种。其中,报刊广告研究主要涉及《申报》、《新闻报》、《大公报》等报纸。尚未发现对民国时期的广告活动进行的系统研究;比较研究也开展得不够。新实践和理论的发展要求我们开拓和深化对民国时期广告活动的研究。

二、研究内容

1. 定义

民国时期指1911年辛亥革命爆发到1949年中华人民共和国成立前的这一段历史时期。

人们一般习惯于从商业活动中界定广告,这就是严格意义上的广告观。《中华人民共和国广告法》认为:广告“是指商品经营者或者服务提供者承担费用,通过一定媒体和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者所提供的服务的商业广告”。民国时期,广告已经成为一种产业,广告已经具备现代广告的各种特征,广告设计家登上了历史舞台,他们团结协作创办了现代意义上的广告公司,民国时期的广告形式呈现多样化的发展。按媒体种类不同,民国时期的商业广告活动可以分为:招贴广告、报刊广告、户外广告、广播广告等。

2. 研究范围

2008年,我们课题组申报了中国包装总公司科研计划软课题项目《民国时期商业广告研究》,课题得以顺利立项,课题编号为2008—R08。我们将研究范围界定在民国时期的商业广告活动,预定的研究成果是完成一部关于民国商业广告的专著。著作共分为8章:《民国时期的历史与广告文化概述》、《民国时期的广告名人》、《民国时期的招贴广告》、《民国时期的商标广告》、《民国时期的报刊广告》、《广播广告》、《民国时期的户外广告》、《民国时期的广告公司、广告管理、广告学研究和广告学教育》。完成过程中遇到一些问题,如关于商标广告,我们以

媒体为依据就不好归类,最后只能另作一章。

3. 研究方法

研究过程中,我们采用调查法、文献法、统计法和比较法等研究方法,尽量从民国时期的统计资料、报刊影印件等资料中获取材料并对其进行整理、分析和统计检验,以期取得对民国时期商业广告的全面、系统、客观的认识。

本书的出版得到了众多前辈和朋友的帮助和关注。湖南工业大学文学与新闻传播学院的领导在经费与研究时间方面给予了大力的支持。从课题立项到书稿完成,陈邵桂教授给予了学术上和时间上的指导和帮助。李军林教授、郑坚博士对本书的构架、提纲提出了宝贵意见。甘智钢教授也对本书贡献了宝贵意见。刘志勇老师帮助从全国各地购回了研究所需的资料,为课题研究的完成提供了保障。广告教研室的全体同仁对本书的完成也给予了极大的帮助。在此谨致谢忱。

本书作为一本以史实、史料为基础的著作,本应反映民国时期广告业发展的全貌,但由于作者知识水平有限,见识不足,尤其是缺乏第一手资料,书中缺误很多,恳请学界同仁和读者匡正。

目 录

总序

前言

第一章 民国时期的历史与广告文化概述	1
第一节 民国时期的历史概况	1
一、民国初年中国的政治、经济.....	1
二、二三十年代中国的政治、经济.....	4
三、抗日战争和解放战争时期中国的政治、 经济	7
第二节 民国时期的广告业发展概况	9
一、民国初期的中国广告	9
二、二三十年代前期的中国广告.....	15
三、战争中的中国广告(1937—1949年)	19
第二章 民国时期的广告名人	24
第一节 史量才、汪汉溪、黄楚九	24
一、史量才的广告经营.....	24
二、汪汉溪的广告经营策略.....	25
三、黄楚九的广告经营策略.....	29
第二节 中国现代广告文化的开创人李叔同	34
第三节 著名的广告画家	37
一、周慕桥.....	37
二、郑曼陀.....	39
三、杭稚英.....	42
第三章 民国时期的招贴广告	45
第一节 海 报	48

一、海报的传入·····	48
二、海报宣传的鼎盛时期·····	51
三、宣传海报的萎缩·····	55
第二节 月份牌广告 ·····	56
一、月份牌广告的产生·····	56
二、民国时期月份牌广告的发展·····	57
三、民国时期月份牌广告画的特点·····	65
第四章 商标广告 ·····	73
第一节 民国时期的商标管理 ·····	73
一、北洋政府颁发《商标法》·····	73
二、南京国民政府时期的商标管理·····	74
第二节 民国时期的商标广告的发展状况 ·····	75
一、医药业的商标广告·····	75
二、食品行业的商标广告·····	80
三、烟草业商标广告·····	80
四、酒类商标广告·····	82
五、日用化妆品商标广告·····	82
六、纺织品商标广告·····	87
七、颜料商标广告·····	88
八、保险业老广告·····	89
第五章 民国时期的报刊广告 ·····	91
第一节 民国初期的报刊广告 ·····	92
一、民国初期我国报业的发展·····	92
二、民国初年报刊广告的发展·····	96
第二节 二三十年代的报刊广告 ·····	108
一、二三十年代我国报业的发展·····	108
二、二三十年代报刊广告的发展·····	111
第三节 战争中的报刊广告(1937—1949年) ·····	135
一、战争中我国报业的发展·····	135
二、战争时期报刊广告的发展·····	139

第四节 民国时期报刊广告的发展及其历史作用·····	147
一、民国时期报刊广告的发展·····	147
二、民国时期报刊广告的历史作用·····	150
第六章 民国时期的户外广告·····	154
第一节 民国时期的路牌广告·····	154
一、路牌广告的渊源·····	154
二、路牌广告的艺术表现·····	156
三、路牌广告的特点及作用·····	157
第二节 民国时期的招牌、匾额广告·····	158
一、招牌广告·····	158
二、匾额广告·····	163
第三节 民国时期的交通广告·····	166
一、交通广告的出现及其发展·····	166
二、交通广告的艺术表现·····	166
第四节 民国时期的橱窗广告·····	168
一、橱窗广告的出现及发展·····	168
二、橱窗广告的艺术表现·····	169
第五节 民国时期的墙体广告·····	172
一、墙体广告的起源·····	172
二、民国时期墙体广告的发展·····	173
第六节 民国时期的霓虹灯广告·····	175
一、霓虹灯广告的出现·····	175
二、民国时期霓虹灯广告的发展·····	175
第七节 其他户外广告形式·····	178
一、电影广告·····	178
二、游行广告·····	179
三、空中广告·····	180
四、时装表演广告·····	181
第七章 广播广告·····	182
第一节 中国广播事业的诞生·····	182
一、外商在华开设广播电台·····	182

二、中国人自办广播电台的出现	183
第二节 广播广告的表现和发展	186
一、广播广告的表现及其特点	186
二、广播广告发展的意义	190
第八章 其他概况	191
第一节 民国时期的广告公司	191
一、报馆广告部门的成立	191
二、广告公司的飞速发展	192
第二节 民国时期的广告管理	195
一、广告行业自律	195
二、民国时期的广告行政与法制管理	197
第三节 民国时期的广告学研究和广告教育	198
一、民国时期的广告学研究	198
二、民国时期的广告学教育	203
参考书目	205

第一章

民国时期的历史与广告文化概述

第一节 民国时期的历史概况

民国时期指1911年辛亥革命爆发到1949年中华人民共和国成立之前的这一段历史时期。这一时期,中国经历了辛亥革命、北洋军阀割据、五四新文化运动、中国共产党的成立和国共合作、第一次国内革命战争、南京国民政府的成立和第二次国内革命战争,进行了八年抗日战争,最后迎来解放战争和新民主主义革命的胜利。我们将这一时期分为1912—1919年、1919—1937年和1937—1949年三个阶段来考察广告业的发展。

一、民国初年中国的政治、经济

1. 民国初年的政治

1912—1919年,约七年时间,是民国初年。1911年10月10日晚,武昌起义爆发,辛亥革命正式开始。1912年1月1日,孙中山在南京宣誓就职中华民国临时大总统,南京临时政府成立。辛亥革命结束了中国2000多年的封建君主专制,南京临时政府是中国历史上第一个资产阶级共和国政府,它的诞生具有划时代意义。

辛亥革命后,孙中山颁布《临时约法》和一系列涉及社会政治方面、经济方面、文化方面和社会生活方面的法令和措施。这些法令措施对于发展民族资本主义经济、建立资产阶级民主政治以及改良社会风气起到积极作用。经济方面,临时政府提倡实业,鼓励民族资产阶级发展,他们竞相组织各种实业团体,筹办各种实业,辛亥革命开辟了中

资本主义发展的新道路。

1912年3月,袁世凯在北京就任临时大总统,北洋军阀政府统治开始,辛亥革命的胜利果实被窃取。1915年12月,袁世凯复辟帝制,逆历史潮流,遭到大多数国民的反对,但袁世凯政府颁布了一些客观上有利于社会经济发展的政策和法令。1916年,袁世凯病逝,北洋军阀分化为皖系军阀、直系军阀、奉系军阀,它们争权夺利,不断混战。

1914年,第一次世界大战爆发,1914—1918年第一次世界大战期间,帝国主义国家忙于战争,暂时停止了对中国的商品倾销和资本输出,中国民族工业获得了发展的有利时机。国人大规模抵制日货、提倡国货,更有力地推动了中国民族工商业的发展。

2. 民国初年的经济

辛亥革命的推动和第一次世界大战的爆发,促使民族工业迅速发展。欧美各国的商品倾销,一直是民族工业发展的严重障碍。一战期间,由于欧美各国忙于战争,民族工业的压力暂时得到缓和。根据海关统计:1913年,进口总额为5.7亿余两,1915年,减至4.5亿余两,减少了1/5。以后逐年递减,到1918年,法国货的进口额比战前减少了1/3,英国货的进口减少了一半,德国货则完全停止进口。与此同时,由于交战国急需从中国大量进口面粉和日用百货,中国的出口贸易额出现年年增长的趋势,1913年为4.03亿两,除1914年略有下降外,此后四年都比1913年增长了14.8%到20.5%。由于进口减少,出口增加,入超严重的情况也有所缓解,由2亿多海关两减至3000多万海关两^①。

一战前,民族工业(包括官办)共计有工厂698个,资本3.3亿元,到1920年,工厂增至1759个,资本5亿余元,6年间,工厂增加了157.7%,资本增加了54.5%。其中,纺织业和面粉业发展最快。如棉纺织业,1913—1921年,华资纱厂的纱锭由48.4万余枚增至124.8万

^① 杨端六、侯厚培:《六十五年来中国国际贸易统计》,国立中央研究院社会科学研究所1931年版,第15页。

余枚,增长了157.8%;布机由2 016台增至5 825台,增长了188.9%。^①1913—1920年,面粉业新设面粉厂47个。1914年前,面粉每年入超。从1915年起,变为出超。1915—1920年,面粉出超量由5.79余万担增至344.97余万担,增加了58倍以上。其他轻工业,如缫丝、火柴、造纸、卷烟、制革等,也得到了较大发展。这一时期,采矿、运输业等重工业部门也得到相当的发展。1916—1920年,新式煤矿的产量由44.95万吨增至488.97万吨,增长了10倍多。1913—1919年,中国轮船吨数由13.32万余吨增至28.75万余吨,增长了116%。^②

民族工业迅速发展,涌现一批有作为的民族资本家。江苏无锡的荣宗敬、荣德生兄弟,早年经营钱庄,1901年投资面粉业,先后在无锡、上海创办了茂新面粉厂和福新面粉一、二、三厂。1905年,荣氏兄弟又投资棉纺织业。一战期间,荣氏进一步扩充营业。在上海建立了茂新二厂和福新四、六厂,在汉口建立了福新五厂。1916年,荣氏兄弟在上海创办申新纱厂,1917年又设立申新二厂。五四运动爆发后,趁全国掀起抵制日货运动的时机,荣氏兄弟继续扩展企业。经几年筹划,在上海建起茂新三厂,福新七、八厂;在济南建了茂新四厂;在无锡、汉口分别设立申新三、四厂。到1922年,荣氏企业面粉厂达到12个,生产能力占全国民族资本面粉厂的1/3左右,被称为“面粉大王”。纱厂4个,拥有纱锭13万余枚。荣家企业体系形成,成为中国最大的民族资本集团。

广东佛山人、侨商简照南、简玉阶兄弟,清末在香港创办南洋兄弟烟草公司,以“中国人请吸中国烟”为口号,产品畅销华南和南洋各岛。1916年,简氏兄弟在上海设立分厂,1918年,简氏兄弟将企业改为股份有限公司,同时改上海厂为总厂,香港厂为分厂,两厂均进行扩建。为了应对英美势力,简照南于1919年8月登报招股,以“振兴国货,杜塞漏卮,挽回权利”为口号,扩大改组公司。扩大改组后的南洋兄弟烟草公司于上海、香港两地共设5个厂,拥有职工一万余人。简氏兄弟由华侨商人变成民族卷烟业资本家。因为在实业界的声望,简照南曾任广

① 严中平等:《中国近代经济史统计资料选辑》,科学出版社1955年版,第165页。

② 李侃、李时岳、李德征等:《中国近代史》,中华书局1994年版,第469~471页。

东实业团副团长、上海总商会会董和上海华侨联合会董事等职。

上海人穆藕初，一战期间先后在上海、郑州创办德大、厚生、豫丰等纱厂，他翻译出版美国人泰勒的《科学管理法》一书，并在自己的厂里推行这种管理方法。在经营纱厂的同时，穆藕初还举办植棉试验场，著有《植棉浅说》一书，致力于改良棉种和推广植棉业。1920年，穆藕初参加发起组织上海华商纱布交易所，被推举为理事长。1921年，穆藕初又集股创办中华劝工银行。1920年，北洋政府农商部聘穆藕初为名誉实业顾问。

广东中山县人郭乐、郭顺兄弟，早年在澳洲经商，后把资金移回国内，1918年创办上海永安百货公司，1920年发起招股筹办上海永安纱厂，得到许多侨胞的支持。永安纱厂1922年9月正式投产，拥有纱锭3万余枚，纺织厂后发展到4个，在民族棉纺织业中，其地位仅次于申新。

浙江定海人刘鸿生，在苏州创办鸿生火柴厂，以后发展成为民族资本火柴业中最大的资本集团，在中国市场上压倒了瑞典火柴和日本火柴，被称为“中国火柴大王”。

湖南湘阴人范旭东，1914年在大沽口开办久大盐业公司，第一次世界大战后在塘沽创办永利碱厂，打破了英国卜内门公司对中国纯碱市场的垄断。范旭东还创设黄海化工研究社，从事化工科学研究。

湖南长沙人聂云台，1919年在上海创办大中华纱厂，拥有纱锭4.5万枚，被同业称为“模范纱厂”。聂云台曾任上海总商会会长、全国纱厂联合会副会长。

这些民族资本家都是实业家，注意采用当时先进的经营管理方法，在发展中国民族工业方面做出巨大贡献。

二、二三十年代中国的政治、经济

1. 二三十年代的中国政治

二三十年代是新民主主义革命的前期，五四运动和中国共产党的成立，标志新民主主义革命时期的到来。中国共产党提出彻底的反帝反封建的民主革命纲领，中国革命的面目焕然一新。1924年1月，中国国民党第一次全国代表大会的召开和大会宣言的发表，标志着第一