

前摇摇言

随着我国社会主义市场经济体制的确立和对外经济交往的迅速加深与扩大,出口广告已逐渐发展成为企业促进出口销售、开拓海外市场的一个主要手段。相应地,外国广告的大量涌入也使之成为我国企业和消费者获取商品经济信息的重要来源。如何恰如其分地运用和理解英语广告语言以实现广告的目的,已是摆在进出口商、广告人员及广大消费者面前的一个现实问题。

广告英语作为一种应用语言,因其所具有的特殊效用,已逐渐从普通英语中独立出来而发展成非规范化的专用语言,用词造句与普通英语也有着许多差异,并随着广告的发展、时代的前进、科技的进步及社会的变更而变化。广告语言可以说是受语言学、心理学、经济学、营销学、社会学甚至美学多门学科诸多因素综合影响所形成的,具有多方面的研究价值。本书试在结合广告学和语言学基本理论的基础上对各类具有典型意义的英语广告加以分析注释,以求为读者在理解广告英语的语言规律和从事广告英语实践上,提供一些启示和参考资料。同时,由于广告本身的目的就在于能给目标对象留下深刻印象,博取人们喜爱,所以许多广告都是经多番推敲而就,用词优美独到,句法洗炼而内涵丰富,常令人拍案叫绝,回味无穷,不仅具有很高的商业价值,同时具有一定的语言研究价值和欣赏价值。

本书共分三部分内容。第一篇以广告学理论为基础,佐以实例,扼要介绍广告基础知识和广告的构成。第二篇按照广告学媒介分类和目标分类标准,列举各种广告的实例,并加以汉语注释和简要评析。第三篇试用语言学有关理论,对广告英语的词法、句法和修辞特征略加分析归纳。书后还附有英汉对照的常用广告英语术语表。

本书的广告理论和广告分类方法参照西方广告学有关论著,所采用的例证和广告实例,大部分是作者近年从事广告研究中广泛摘录收集的,同时也适当参考国外出版的有关书籍,力求能较为全面地反映当代广告英语特点,以指导广告英语的阅读和写作实践。

编者

1994年 12月

目录

第一篇摇广告概述.....	员
摇第一章摇广告基本知识.....	员
一、广告的定义	员
二、广告的目标	远
摇第二章摇广告的构成及布局格式	员
一、广告的构成.....	员
(一)视觉形象要素	员
标题	员
正文	愿
口号	獾
附文	獾
插图	獾
商标	獾
品牌	獾
外缘	獾
空白	獾
(二)听觉形象要素	獾
广告词	獾
音乐	獾
音响.....	獾
二、广告的布局及格式.....	獾
员爱印刷广告布局	獾
圆爱印刷广告格式.....	獾
猿爱电视、广播广告格式	獾

第二篇摇广告的分类	缘
摇第一章摇媒介分类广告	缘
一、报纸广告.....	缘
二、杂志广告.....	缘
三、电视广告.....	远
四、广播广告.....	远
五、邮寄广告.....	远
六、户外广告.....	远
七、其它.....	远
摇第二章摇目标对象分类广告	远
一、消费者广告.....	远
员爰酒类广告	远
圆爰香烟广告	苑
猿爰饮料广告	苑
源爰食品广告	愿
缘爰服饰广告	愿
远爰化妆、洁肤用品广告	员园
苑爰汽车广告	员愿
愿爰家用电器广告	员远
怨爰其它日用品广告	员缘
二、产业广告	员远
员爰工业广告	员苑
圆爰贸易广告	员愿
猿爰自由职业广告	圆员
源爰农业广告	圆缘
三、服务业广告	圆愿

员爱航空广告	圆怨
圆爱饭店广告	圆员
猿爱银行、保险广告	圆源
源爱咨询广告	圆怨
缘爱旅游广告	圆圆
远爱娱乐广告	圆原
苑爱租赁广告	圆远
愿爱信用卡广告	圆怨
怨爱电话卡广告	圆员
员圆爱美发、健美广告	圆员

摇第三章摇特种广告..... 圆源

一、公司广告

员爱公共关系广告

圆爱企业形象广告

猿爱企业认知广告

源爱招聘广告

二、非商业广告和政治广告

(一)非商业广告

员爱非经营机构广告

圆爱非营利的经营协会广告

猿爱政府机构广告

(二)政治广告

三、其它

第三篇摇广告英语的特点..... 圆原

摇摇摇摇摇一、广告英语的词汇特点

二、广告英语的句法特点

三、广告英语的修辞特点

附录一、参考书目	圆源
附录二、广告术语(英汉对照)	圆苑

第一篇摇广告概述

第一章摇广告基本知识

一、广告的定义

员爰广告定义(粤当曾刺匡蚤早苗葵奇棠)

广告,就是广而告之,即广泛地告知公众某种事物的宣传活动。

著名的美国市场营销协会(粤亮渠理糖社配葵刺匡早粤霖渠理糖社即粤云粤)给广告下了这样的定义:

粤当曾刺匡蚤早蚤刺葵火燥贵渠霖葵告霖皂仗置糖燥土葵蚤郎
刺电霖燥土怎葵造贵蚤刺霖世怎葵造贵渠霖葵告霖子伙霖燥
葵造刺成刺造霖葵,泽渠霖葵燥刺置霖泽遭曾置霖燥葵造;葵燥土霖
贼刺燥与渠霖葵曾理霖泽与霖葵援

广告是由特定的广告主通常以付费的方式通过各种传播媒体对产品、劳务或观念等信息的非人员介绍及推广。

圆爰广告要素(粤当曾刺匡蚤早悦渠贵霖霖燥燥)

作为广告,一般具备以下要素:

(员)非个人的

广告面对的不是一个人,而是特定的某些人或整个公众。

精音外寒音道芬志藻丑粤言藻音藻精藻则藻暖粤苗皂窠劫柔喊藻槽邇
幽壤土蚤切燥零窠藪零译与册赠怎责燥邇藻邇音道芬志藻邇邇藻老藻邇零爰悦零邇
葬志藻科藪土藪藻藪藻援云圣姓燥邇曾葬邇通响藻零燥邇邇邇响响藪藪零爰

摇摇摇摇摇摇孕味友味羣栽悦刁隳邇粤字哉耘

晕椰录控造恍柔皂邇藻燥邇孑列集邇邇录土梨悦零邇
粤藪藻

姥姥不仅传下了她的瓷器，
还有更多……

遗憾的是，没有人曾经教过姥姥应该怎样做个好家长，或是如何处理日常生活中的难题。于是，无奈的姥姥，只好拿她的女儿出气。

如今，当女儿有了自己的孩子，这些孩子开始承受妈妈的辱骂，而妈妈正是从德高望重的姥姥身上学到这一点。

请帮助打破这种家庭世代相传的陋习吧！当人们无助的时候，爱心也变得黯然。据估计，在美国每年至少有一百万虐待儿童的事件发生，而且多数屡遭虐待的儿童，长大后也成为虐待儿童者。虐待儿童者是可以挽救的。请大家找出一种可以打破这种恶性循环的方法。

摇摇摇摇摇摇摇摇禁止虐待儿童！

全国阻止虐待儿童协会

二、广告的目标

广告的目标有很多，美国广告协会（美国广告协会）把广告的目标归纳为——
精音外寒音道芬志藻丑粤言藻音藻精藻则藻暖粤苗皂窠劫柔喊藻槽邇
幽壤土蚤切燥零窠藪零译与册赠怎责燥邇藻邇音道芬志藻邇邇藻老藻邇零爰悦零邇
葬志藻科藪土藪藻藪藻援云圣姓燥邇曾葬邇通响藻零燥邇邇邇响响藪藪零爰
悦粤），即认知、理解、说服、行动。因为人们对新产品或新观点通常比较陌生，这时广告的作用便在于引起
远

得如此的枯干,缺乏生气。这是怎么回事?变化的原因何在?问题的根源在于“香波堆积”。

每一次洗发,即使是使用优质昂贵的香波或护发素,都会留下残余物。这个鲜为人知的问题现已通过实验室研究准确地证明了。

最近对 15 种优质香波的实验表明,每次洗发,这种残余物都在累积增加。这是头发世界的一个事实。

为了消除您头发上这种烦人的堆积物,您必须换用一种去污力强的香波(即使只是暂时的调换),换用一种能够使您的头发恢复生气、彻底清洁的香波。但这一过程必须循序渐进地完成,又切不可拖延耽误,因为香波堆积不仅使您的头发失去魅力,还会破坏头发的柔软感和可梳理性,最终毁了您的头发。

哪一种香波去污效果最佳呢?实验室测验表明,在 15 种优质香波中,纽特罗吉娜香波名列第一,显示出持久的高效力,而且本身几乎不产生堆积物。

所以,纽特罗吉娜能在一次洗涤中最大限度地去除残余物,同样重要的是,与所有其它被测香波相比,该香波所遗留的残迹最少。

因此,如果您想使您的秀发重显生机,敬请试用纽特罗吉娜香波,1 周天便可见效。把这 1 周天作为使您秀发恢复青春魅力的假期,此后您的秀发便可重新使用您最喜爱的香波了。

当您想彻底清洗头发时,请用纽特罗吉娜,这样您最钟爱的香波将继续作为您的宠物。它适用于各种发质,亦可用于烫发和染发。

纽特罗吉娜香波在各药店和百货商店均有出售,有 100 毫升管装和 200 毫升瓶装两式规格。请寻购,认准带棕色花边的白色包装盒。

“试验结果表明使用纽特罗吉娜香波一次就可去掉 90% 甚至更多的残余物。即使是对于粘着性强的护发素,一次也可去掉 70% 的残余物。”

这则广告首先以提问式标题引起消费者的注意，然后在正文的开始部分提出消费者经常遇到的难题，接着推出自己的产品——纽特罗吉娜香波，并说明这种产品的有效性已经过科学实验证明，使消费者理解并心悦诚服地接受这种产品，在正文的结尾部分号召消费者采取实际行动，购买并试用该产品。最后进一步引用权威组织的报告，使消费者更加信任该产品。

