

<<再见老广告>>

图书基本信息

书名：<<再见老广告>>

13位ISBN编号：9787530637791

10位ISBN编号：7530637797

出版时间：2004-01

出版时间：百花文艺出版社

作者：由国庆

页数：212

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<再见老广告>>

内容概要

从另一种意义上来说，广告的成功与否，实际上是对商家竞争能力的挑战。

这本书，经著者由国庆同志心摹手追，悉心搜求，浓缩了“老广告”那种久经磨砺的沧桑，内容繁富，蔚为大观。

全书的主旨是双关的，一方面对“老广告”说声“再见”，一方面又将“老广告”重新再现，从而开启了作为“商品记忆”的“老广告”在时间上和空间上的延续价值。

长期从事广告艺术和广告史研究的作者所追求的，不仅仅是一种事业，更是一种责任，一种历史的和社会的责任。

<<再见老广告>>

书籍目录

序第一章 源远流长看招幌 1 古韵沧桑呈现异彩 2 言简意赅的文字幌 3 寓意深刻的形象幌 4 表里如一的实物幌第二章 老广告历史文化纵横 1 以德立信的儒商广告理念 2 洋广告随洋商大行其道 3 老广告中的爱国精神 4 老广告中的爱国精神 5 报纸广告畅行 6 广播广告报不停 7 光明与纷乱中的广告 8 中国老广告文化之最 第三章 名人与老广告 1 革命家与老广告 2 中国广告艺术开创人——李叔同 3 鲁迅写书籍广告 4 马三立的广告相声 5 侯宝林与老广告 6 文化名人与老广告琐谈第四章 广告画家 广告公司 广告管理 1 首屈一指的广告画家 2 飞速发展的广告公司 3 规章严谨的广告管理第五章 老广告背后的故事 1 新军形象上广告 2 内联升的“平步青云” 3 颜料庄的广告理念 4 偶拾的谦祥益故纸 5 福聚成北京开分号 6 仁丹与人丹 7 万金油的广告情调 8 茶行广告 9 长春堂的避瘟散与无极丹 10 黄楚九的广告妙计第六章 老广告与传统文化第七章 老广告中的社会生活第八章 老广告收藏漫谈后记主要参考资料

<<再见老广告>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>