

<<老广告里的岁月往事>>

图书基本信息

书名：<<老广告里的岁月往事>>

13位ISBN编号：9787547600689

10位ISBN编号：7547600689

出版时间：1970-1

出版时间：上海远东出版社

作者：由国庆

页数：227

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>

## <<老广告里的岁月往事>>

### 前言

三伏天里，整个城市犹如蒸笼，连树叶上的蝉儿也懒得鸣了，我真想让自己闲下来透透气，哪怕是一天的时间，多幸福。

但这丁点“惰性”对我来说也许算奢梦，为什么呢？

一边是远在上海的黄政一先生的电话，如同耳提面命；一边是大小媒体的稿约，因承蒙各位师友抬爱，总希望我能在老广告里不断挖掘出新的选题来：还有文史界同仁的托付，同样不敢怠慢。

今天能挥汗如雨地工作，我很欣慰。

想当年筚路蓝缕，“十有九八堪白眼，百无一用是书生。

”那张张前尘故纸有什么用吗？

一个青年的解读有价值么？

2004年春，中央电视台播过我的老广告收藏故事后，坊间同类藏品的价格迅即翻番，捡漏逐渐成为痴人说梦，有人调侃我“作茧自缚”。

这时，我明白了什么叫“风向”。

2005年秋，当我的专著出现了盗版，我懂得了什么叫“关注”。

如此，我只有加倍努力，期待梳理出更多的岁月细节。

每段故事都是历史的注脚。

从自相矛盾的口头宣传；伯乐相马的名人效应，到北宋刘家功夫针铺的印版；明清“谨防假冒”的仿单，古人经济生活的丰富多彩为我的笔端注入了灵感，前朝往事让我叹为观止。

每页故纸都是昨天的日记。

中国近代百年波澜壮阔，风云际会，老广告好像涓涓细流，悄无声息地渗透在历史的航程中。

静夜里，我轻轻掀动着泛黄的老广告画片，检索着昔年的点点滴滴，用心串起属于那个时代的流行密码、浪漫故事与美丽梦想，久远的生活被一下子拉近到可以触摸的距离。

为了给出版社提供更清晰的编辑脉络，我在一些重要的、更抢眼的图片上加注了标记，到最后细数，一股摩登与香艳的气息无法阻挡。

毋庸置疑，20世纪前50年的商业宣传中最引人注目的、数量最多的是美女题材的广告。

举凡烟草、纺织、服装、医药、日化产品，甚至是肥田粉，皆为“美目盼兮风韵浓”或“云想衣裳花想容”的情调。

无论商品是否与女子有关，她们定会一拥而上，让你的目光无法逃离诱惑。

这就是广告的目的。

广告之于时代，之于女界，水乳交融。

最先，广告上的清末女子宽衣大袖，柔弱温婉。

可西风东渐的20世纪20年代以来，画中人俨然在一夜间都有了明星的范儿，要么清纯靓丽，要么丰腴娇艳，无不时髦浪漫。

城市生活背景下40年代的女性更加成熟，她们或弹琴茶话，或相夫教子。

尽管有些老广告已涂上了岁月的旧色，美女的肌肤也有些黯然，但她们“开放”的程度和自信的表现，与今天相比可谓有过之而无不及。

面对洋口红、波浪发、高跟鞋，以及高高开衩的花旗袍或无法再短的迷你裙，人们不禁感叹，好一个花样年华！

青春不老！

外来文化对中国近代生活的影响显而易见，也更多地交织在城市女人的身上，因为无论是现实中，还是广告中的她们常常都是决定消费的核心因素。

读罢老广告，你会知道眼球经济并非今天的发明。

那个年代没有网络。

没有电视，也没有太多可欣赏美女的地方，通俗亲切的“脂粉”广告最通俗、最直接、最快捷地满足了大众审美需求，激发着商品经济的活力。

尤其不能忽略的还有半殖民地、半封建社会中的强音，提倡国货、新文化传播、妇女解放、反对

## <<老广告里的岁月往事>>

迷信、反对外来侵略，等等这些时代的脉搏都一一刻画在了广告故纸上。

重读老广告，它的品貌、性质和策略有许多耐人寻味的地方。

买卖贵在自愿平等，往昔的商业宣传多是柔性的、亲切的，少有强加；迎合的、诚信的，少有欺诈。或多或少，老广告揭示了什么是中国文化，什么是东方传统，什么是民俗风尚，什么是百姓生活……还有，什么是前尘往事的一种温暖。

我想，温暖不是一个人的手炉，让更多的人能感受到它的魅力才是我的梦寐以求，但终日手脑无闲的我似乎缺少就此再编写一本书的动力。

暮春时节，上海远东出版社胸怀魄力的黄政一主任北上约稿，经元卿兄、振良兄引荐，我们一见如故。

温文尔雅的政先生对传统文化有着很深的情愫，当即与我约下了这个选题，敦促我尽快以自己的藏品为线索将故事说给读者。

接下来，政一先生从上海隔三差五快递给我一些资料与赠书，我诚惶诚恐，因为这分明是策马的鞭子。

稍有懈怠，不断细化的高屋建瓴的出版设想、写作方向又被政一先生从电话里塞给我，我除了向前，别无选择。

来自近代广告文化重镇——上海的真诚促使我能够顺利完成写作。

上海远东出版社的领导，特别是政一先生在暑热中为这本书的出版付出了加倍的汗水，在此请允许我道一声：“谢谢！”

其实还有一点隐情一直没好意思和政一先生说明，那就是约定下这部书稿的时候，与癌魔抗争8年多的家慈仙逝仅仅百日，悲怆、思念，我心难以抚平。

但是，我没有理由拒绝千里之外的真诚。

多少年来，为了让我有充裕的研究时间，病中的母亲一直在承担着繁琐的家务，而面对如此变故，理家的重担我必须扛起。

为了一桩事业，为了这本书，我只有比别人付出更多的艰辛，学会坚韧，学会感恩。

就让此书献给微笑在天堂的母亲吧，化作别样的团圆。

在下实乃笨鸟，但母亲告诉过我如何以勤补拙。

希望拙作没有辜负多年来广大读者对我的惠爱，没有辜负前辈与朋友对我的支持。

您的指正是宝贵的，在下期盼。

特别要感谢著名报人、作家、收藏家姜维群先生在百忙中为本书作序增辉。

每个人都是生活的角色。

我甘愿做那拾取历史碎片的淘宝者，甘愿做那“爬格子”的苦行僧。

遗存的不断显现会让曾经的生活故事更加生动，愿这些老广告里的旧闻与美貌能给您带去温暖，哪怕只是点点光影、丝缕热度也将是我高兴的事。

## <<老广告里的岁月往事>>

### 内容概要

广告是社会经济发展的产物，在它进入历史之后，便成为一种见证，一种独特的文化。从市场、招幌到包装、海报，中国传统商业广告文化是随着市场的发育，经济的发展，文化的兴盛而不断成长的，始终紧扣着时代的脉搏。

## <<老广告里的岁月往事>>

### 作者简介

由国庆，笔名点子，民俗学者、传统广告文化研究与收藏专家、专栏作家。  
曾为报人，并任第39届世界广告大会《中国广告历史文化展》学术顾问，出版专著8部。

## &lt;&lt;老广告里的岁月往事&gt;&gt;

## 书籍目录

储物储才，非我境界姜维群时代脉搏广告：从传统走向现代经典的“功夫”印版以德立信防假冒古人艺术了广告西风尽吹猛于枪炮的烟草一本巧心思的月历恭喜发财的聚宝盆好人好报得宝盆江南首富沈万三千年灵物红珊瑚灵犀与摇钱树招财进宝入画来航空救国海外赤子拳拳报国中国飞行第一人宋庆龄与“乐士文1号”培养自己的飞行员包装百年晚清年代：中西交融民国初始：传统与时髦二三四十年代：风尚与良知糖纸：甜蜜记忆花铁茶罐：爱不需要理由形影相随的广播与广告飘渺的“空中传音”无线电联姻广告商业台运营靠广告“灯”与烦琐的装置播音员的眼球效应曲坛名角忙广告传播文化的希望中国近代广告学研究进程与新闻学形影相随商务印书馆开创《广告须知》红颜如花云想衣裳花想容旗袍来了那妖娆的曲线爱上高跟鞋镏金的“面子”姊妹的美妆范本浓妆淡抹总相宜花露香海上香红唇美眉我的发型我做主从头到脚的殷勤百年前的醇香美味泡在茶室悠远的圣诞甜香时髦的汽水咖啡与西菜小资闲情今天你阳光了么牵手华尔兹看那浪花一朵朵台球欢愉牵着爱犬看赛狗玉指间的青烟封面香艳说声我爱你不当旷男怨女大家闺秀的爱情观集体婚礼新风鸳鸯言情胸前那迷人的光影收放并不自如让她自由呼吸乱眼芳华朝花夕拾阴丹士林——永不褪色的美丽不经意的发明洋行垄断广告亲和摩登风向标打造学派故纸背后的“秘密”时代“档案”厉行节约文化笔墨办公账册生活漫录一叶知秋津沽美酒销香港独辟蹊径的《信谊字帖》颜料庄巧借女主播万金油广告讲情调偶拾的谦祥益故纸点心签儿中的回味“捉蟋蟀”与“锦卤烟”杏林传美名名人说事梁启超率先称“广告”李叔同画广告梅兰芳形象上广告影星：禁止接吻胡适、林语堂推销酒店鲁迅写书籍广告淘宝纪事莫衷一是的诊值观辨伪与心态隔山买牛的无奈“鬼市”发现记《丹凤朝阳》的故事有一份珍藏是感动渴望“鲜活”附录用废纸抒情用老广告再现往昔世风民俗后记故纸温暖

## <<老广告里的岁月往事>>

### 章节摘录

视天津为第二故乡的相声大师侯宝林先生，自1940年6月至南市燕乐剧场演出以来，在津献艺长达5年时间，家喻户晓。

当年，侯宝林在津走红后，常与六一广告社合作。

在一些商业电台说相声报广告。

听众们在园子里听罢他的相声意犹未尽，每天中午打开收音机仍乐此不疲。

“学徒侯宝林；在下郭启儒，上台鞠躬。

我们应广告客户之特约，每天这个时间在这里伺候您一段对口相声……”骆驼牌染料、盛锡福、大有鞋帽庄的商品信息与《改行》、《粥挑子》等诙谐幽默的段子传遍街巷。

京东大鼓一代宗师刘文斌早年在天津仁昌台、中华台演唱时也播报广告。

“调经养血，一元钱；咳嗽除根，一世福；小儿安宁，一家乐。

”天津延寿堂的药品被刘文斌播报得有声有色，广告效果异常显著。

电台之间为赢得广告客商和听众，曾为买断刘文斌的演播权产生过矛盾。

中华台开出高于仁昌台几倍的报酬请刘文斌独家演播节目与广告，但以信义为重的刘文斌婉言谢绝了中华台的好意，坚持在两台同时演出。

然而，中华台勾结帮派势力给刘文斌发出一封封画有匕首的匿名信，扬言要杀掉他。

两家电台的争斗日趋激烈，因为谁都晓得广告播出对于彼此的重要性。

这样一来，无处可演的刘文斌只好请延寿堂的老板出面协调，上下说合，才平息了事端，使刘文斌继续在两台同时服务。

因为有了广告，电台得以发展；因为有了演员，电台才拥有了广泛的听众。

更重要的是，电台与广告也捧红了一大批名角，在相当长的一段时间内，他们如影随形。

传播文化的希望 在建国前的广播电台中，占大多数的商业台主要以适合市民口味的娱乐节目为主，靠节目中夹播广告获取效益。

那么，广播节目对传播文化教育和科学知识的着力就显得难能可贵了。

……

<<老广告里的岁月往事>>

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>