



现代广告已深入人心,就连都市的夜色都无法掩盖它们的光芒

新中国曾派商务广告团参加国际广告会议

新中国成立后,广告数量急剧减少,其内容也由宣传商品转为侧重于政治宣传和时事宣传。当时的广告形式,一方面保留了过去那些广告宣传手段,此外还根据方便企业和消费者的原则,发展了一些实用、低价格、针对性强的广告形式,比如城市里发展商店橱窗广告;农村有年画、门对、春牛图等传统形式的广告。还有包装盒、包装袋、传单以及书签、扇子、日历、月历等广告。可以说这时的广告虽然形式比较简单,但还是欣欣向荣的。1957年,中国还曾经派过一个商务广告团到布拉格参加一个国际广告会议,由此可见,当时国家对广告事业还是支持的。

但是到了上世纪60年代,因国家处于困难时期,个人消费品广告急剧减少,后来只剩下生产资料及书籍、电影、展览会等文化类广告。到1965年后,经济稍有起色时,文革又随之而来。十年的动荡,中国的广告毫无发展,反而倒退。许多传统的老字号、牌匾被当作“封、资、修的黑货”被砸。许多

广告设计人员被下放劳动或遭到批判,大批与广告制作有关的工厂转产,广告管理的档案和历史资料被销毁或散失。



以钢为纲,全面跃进



斗争生活出艺术 劳动人民是主人

新中国成立后不久,广告的内容开始侧重于政治宣传和时事宣传

昔日南京广告公司极少,生意特别火爆

筱毅是南京的一位老广告人,1963年7月,他从南京艺术学院装饰设计专业毕业后,被分配到南京市美术公司(同时挂牌“上海荣昌祥广告公司南京分公司”)工作,这是上世纪五六十年代整个江苏唯一一家从事专业广告设计的公司。“当时的广告公司都叫美术公司,或者美术装潢公司。”筱毅分到这里从事设计员的工作。到70年代后该公司改名叫南京市广告公司,一直沿用到今天。

筱毅告诉记者,因为他在文革前几年进入公司的,一直在这家公司工作到退休,经历了文革时期,他觉得这期间的工作并没有减少。

这大概是因为单位是江苏省唯一的一家广告公司有关,公司

的生意非常红火,大到国庆检阅,小到商品包装,都是他们公司来承担设计制作。筱毅说,每到南京有重大节日,他们就非常忙,比如像国庆,以前每年国庆南京都要举行检阅仪式的,人们要在南京的主要街道举行游行活动,游行路段一般是从下关码头到现在的孙中山塑像这一段马路,而游行中需要的彩车、仪仗设备、彩旗、标语等等,都由他们美术公司来设计制作。还有比如南京长江大桥剪彩仪式、重要国家领导人逝世哀悼活动等等,现场的布置也是他们来设计。

“不过,这些可能算不上真正的广告,和现代意义上的广告还不太一样。”筱毅说。

解放初一幅户外广告只要工人的半月工资

“解放初期,传统的广告就是报纸、户外广告牌,而当时的报纸广告跟现在的制作又不一样,当时没有扫描仪或现在的网络传递工具,当时要在报纸上登广告,先是设计人员用手绘制,然后拍成照片送到报社,报社再根据印刷照片的方式来印刷广告。因为当时没有图片合成工具,一些商品的样子也是要设计人员用手描绘下来,跟广告语配合到一起,然后才能拍照片,所以当时的设计人员的绘画和书法功底要非常扎实,有两门课程是必修的,素描和工笔画。”筱毅说。

而户外广告牌的设置就更费时,当时户外广告大多在沿着汽车或火车沿途的墙面上,还没有现在意义上的专业广告牌,一般是哪里有墙就刷哪里。而这种沿途户外广告也是人工手画的,工人一般都要扛梯子上阵,一幅大概要画个两三天,所以公司还要给他们安排住宿。画完后要让客户验收,验收合

格后就付广告费。

“当时这种户外广告制作费是按平方米计算,一平方米大概几毛钱。一幅画大概要十来个平方米,十平方米也就五六块的样子。按照当时的工资水平,接近一个人的半个月工资。”筱毅说。至于广告发布费,在过去,这种户外广告多以火车道两旁的农村住房为主,有的村民经济意识不强,都不需要付钱,而即便是收钱,价格也很低,估计几元就可以了。而现在,记者咨询一位广告业内人士,得知,京沪铁路徐州段的一处居民楼墙体广告,不包括制作费,需要一万八千元每栋每年。但是,南京师范大学广告系主任陈正辉老师告诉记者,现在由于铁路提速,导致两边的广告牌广告效果不如以前,这类广告现在很少有商家愿意去做了。同时,记者又咨询了南京市一家广告公司得知,一块18米*6米的户外广告牌,在沪宁高速沿线,不同地段,收费在几万到十几万之间。

■在户外广告牌上发布商品广告,为何会引来一场争议
■新中国第一个电视广告为何选在大年初一播放

新中国第一个电视广告选日子“投机取巧”

在新中国成立之初,中国的广告业几乎进入了停滞发展的阶段,从解放初到改革开放,这段时间在中国广告发展史上留下的笔墨少之又少,几乎是直接跳过。但那鲜少的广告在特殊的年月里,又有什么样的特点呢?改革开放初期,逐渐恢复元气的中国广告又有什么动作呢?(本版皆为资料图片) 本版主笔 快报记者 戎丹妍

六十年前就已经风行“行人广告”

除了户外广告,当时还有幻灯广告,这种广告一般见于电影院,是在电影播放前播放的。

此外,霓虹灯广告也特别能吸引行人的注意。霓虹灯早在解放前就有,霓虹灯广告就不是简单会绘画就行了,还要懂电子程序,哪个灯先闪,哪个灯后闪都有讲究,开始的霓虹灯广告设计比较简单,但到了改革开放后,

霓虹灯广告就越来越复杂,因为面积大了,设计的程序也就更复杂。他记得上世纪七八十年代在南京逸仙桥附近有一块很大的熊猫广告牌,就是他们公司设计制作的。

筱毅说,他们公司以霓虹灯广告最赚钱,公司90%的业务都是霓虹灯广告,公司有专门的霓虹灯制作厂,效益很不错,鼎盛

时期公司有200多个员工。

另外,在解放初期到文革时期,还有一种广告形式存在,而且到现在还在沿用,那就是行人广告。行人广告就是七八个人举着一个牌子,在路上行走,以吸引人们的注意。就像现在新街口经常看到的那样。“别以为这种广告在今天才有,其实早在六十年前就风行了。”

第一个电视广告选日子投机取巧

“十一届三中全会后,中国广告全面恢复启动。”陈正辉介绍说,1979年1月14日,《文汇报》上发表了一篇《为广告正名》的文章,称广告并非“摆噱头,吹牛皮,资本主义生意经”。这篇文章迅即在全国产生了强烈反响。很快,1月25日,上海电视台就成立了广告部,当时只有3人,申请时还有点偷偷摸摸的,因为当时国家对广告经营的规定还不明确,最后广告管理机构的人就跟他们说,你们就当你们不知道这件事。在这种半明半暗的情况下,新中国第一个电视广告部成立了,电视正式成为广告新媒体,而在1月28日,也就是大年初一这天,下午3:30,上海电视台播出了一条“参桂养容酒”的广告,内容很简单,就是手绘的几幅画面,第一幅是一家人去买参桂养容酒,第二幅是买者去长辈家,第三幅是到了长辈家

里,第四幅是长辈看到酒非常高兴。但这是我国大陆第一条电视广告。而当时这条1分30秒的广告价格为300元人民币,如果同当时上海工人的工资进行换算,这笔钱相当于现在的五六万元。

就在同一天,《解放日报》也刊登了参桂片等两则广告,它亦成为文革后第一家恢复刊登商品广告的纸媒。又过了25天,上海媒体四巨头之一的广播电台,发布了第一条电台商品广告。

“为什么选择在1月28日大年初一这天,一是这天是中国最重要的节日,而参桂片或参桂酒都是送礼的好礼品,所以选择这天会有很好的效果,而事实上效果也非常不错,第二天上海销售参桂酒的商店就销售一空。另外选择这天也是为了规避风险,因为当时国家对商业广告的态度不明朗,但大年初一是喜庆的日子,就算有什么问题也可以借节

日的气氛淡化一下。”陈正辉说。

而南京的第一个电视广告又是什么?筱毅告诉记者,应该是东阿阿胶广告,这是他们公司制作的,是在上世纪90年代初期制作的。但是他们公司电视广告做得比较少,像电视广告这种形式,普通的广告公司制作不来。

“上世纪90年代初那会儿,南京应该还没有独立拍摄电视广告的公司,一般都是上海、深圳这些城市才有。”陈正辉说。



新中国第一个电视广告的画面

户外广告牌上商品广告能否取代毛主席语录引争议

就在中国打开广告窗口后,最先嗅到巨大商业价值的不是中国商人,而是隔壁的日本商人,他们反应最快,得益也最快,1979年夏天,在中国广泛传播开来的广告中,日本商品的广告最多。比如西铁城、精工、三菱、丰田等等品牌已经率先“打”入中国。其中丰田汽车的广告词令陈正辉印象最深刻,他记得广告词叫“车到山前必有路,有路就有丰田车”,现在的老年人对这句话应该比较熟悉。

除了这些外商广告,中国本土的广告也有,但主要以医药、香烟、酒这类传统广告为主。究其原因一是当时本身经济还不是很发达,二是广告媒体也不发达。

陈正辉说,现代广告一般含有五要素,分别是广告主、广告媒体、广告公司、广告信息、广告受众。而这里面其他几个都好说,但如果媒体去宣传一切都是白搭,我们今天的广告媒体多种多样,除了传统的几大媒体,还有网络、电子媒体等等。而在改革开放

之初,主要还是报纸和户外广告牌,电视在当时还是稀罕物。

“在1979年夏天,发生了一件争议很大的事情,就是关于户外广告牌的事情。”陈正辉告诉记者,因为在文革时期,户外广告牌刷的都是毛主席语录,现在,如果要用这些广告牌,就得把这些毛主席语录拆了或者抹掉重新粉刷,那究竟是拆还是不拆、刷还是不刷呢?一时间争议很大,但最终还是把这些语录渐渐换了下来,换上了商品的广告。

中国广告难获国际奖项,文化差异是关键

“从最初的‘参桂养容酒’手绘的几幅画面,到后来真人拍摄的画面,广告内容的表达越来越直白,”陈正辉说,比如最经典的就是“燕舞”收录机,当时看起来很新潮,一个小伙子在上面又唱又跳。但这在今天看起来就有点“土”了,现代广告不仅要达到宣传作用,还要有艺术感,画面要美,还要有深意。比如百年润发的广告、南方芝麻糊的广告,这些广告都是可圈可点的。

有人说中国的广告不如外国,从来都没得过什么奖,陈正辉说,这一方面是中国广告发展起步晚,另外还跟文化差异有关,比如百年润发的广告,这个广告国外媒体也曾评价不错,但

是,由于翻译无法传递出那句



“百年润发”广告已经成为许多观众记忆中的经典

“青丝秀发,缘系百年”广告词的感觉,使得外国人在理解上出现一定的困难。

另外现在拍摄一个电视广告,从创意到构思到实地拍摄再到后期制作,一个小的广告公司都可能无法完成,需要分工合作,比如创意和构思可能是广告公司来完成,而拍摄就可能是影视传媒公司来完成。

随着科技的进步,现代广告以多样的载体给人们提供全方位的信息,“我买任何商品,都习惯先看广告,包括电视、电脑、报纸等等,都看,各方面比较一下,再挑出满意的型号,选好商家,挑好日子,再去购买价廉物美的商品。离了广告,买任何东西,我心里都没底。”市民李先生说。