

# 广告秀



[广告秀\\_下载链接1](#)

著者:周伟

出版者:光明日报出版社

出版时间:2005-9

装帧:精装

isbn:9787801455826

近代以降，洋商带来五花八门商品的同时，也带了新的商业观念；于是，在日益激烈的市场竞争中，商品宣传成了一道亮丽的风景线。20世纪的商品宣传究竟走过了一条怎样的发展之路，其载体、表现形式如何？今昔相比有何异同？……翻开《广告秀:100年中的经典时尚》，你不但能找到上述疑问的答案，而且能从中感受到百年中国工商业的起起落落，探寻到经济发展的轨迹，如世纪初年洋货当道，民族工商业初步发展；民国初年轻工业显著发展，新兴工业开始起步；一战后民族产业危机重重；二、三十年代烟草业景象繁荣，重工业、机械工业依然纤弱；抗战期间，上海形成独特的“孤岛繁荣”现象……在五彩纷呈的商品宣传充诉了视听世界的今天，当我们回首静观百年商品宣传风景线，细察工商经济的艰难曲折之路，相信我们会有所感概，有所欣幸！

作者介绍:

目录: 第一章 清末广告 (1901-1911)  
第一节 外国人办的商业报纸广告  
第二节 清政府、维新派和革命派主办报纸的广告  
第二章 民初广告 (1912-1918)  
第一节 以民用品为主的广告  
第二节 香烟广告  
第三节 文化广告  
第四节 医疗与药品广告  
第三章 五四运动至20世纪30年代的广告 (1919-1936)  
第一节 民用品广告  
第二节 香烟广告  
第三节 文化广告  
第四节 医疗与药品广告  
第五节 金融类广告  
第六节 机械工业广告  
· · · · · (收起)

[广告秀 下载链接1](#)

标签

广告学

政治社会历史

研究僧

杂谈

光明日报出版社

评论

这套书用的都是同一个编码，我读的是《广告秀》就像内容提要说的“近代以来，洋商

带来五花八门商品的同时，也带来了新的商业观念”。就是说中国的近代商业起源于外商，不管是清代民国还是改革开放的今天，都是外商在引领着中国的商业发展，当然，广告也不例外。最开始的广告都是英美日等国的商人公司刊登的，后来随着民族工业的崛起，民族企业的广告也开始登上舞台。改革开放以后，日本商人率先进入中国，奥林巴斯、松下在改革开放伊始就在中国投放了广告，然后可以看到中国广告业在学习中进步，几乎是从无到有。建国到改革开放前这段时间的广告，很少带有商业气息，避过不谈，因为广告毕竟是商业文敏的起步，在那段时间里，中国还有真正的商业和市场经济么？诚然，美国的政治营销里也有广告，但是和建国时的政治广告是不一样的，尽管本质都是宣传。

-----  
《一个世纪的阅读体验》、《广告秀》、《交锋》、《变迁》

-----  
内容不错，但是错误太多

-----  
很有用的资料

-----  
了解广告中国历史，有很多有意思的广告

-----  
政治-社会

-----  
研究资料

-----  
[广告秀\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[广告秀 下载链接1](#)