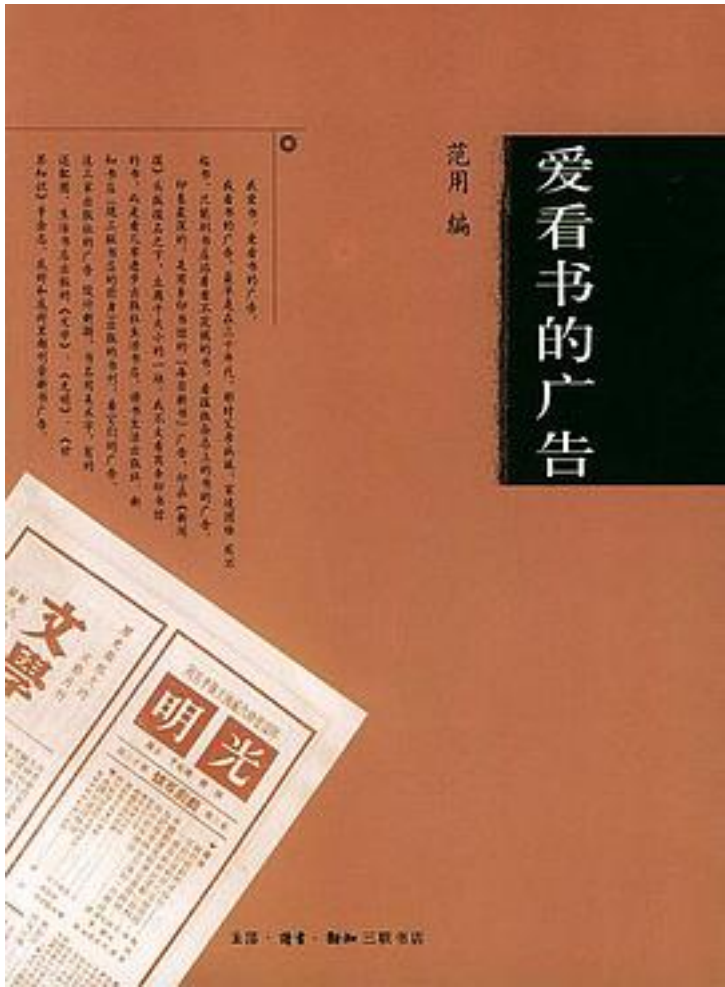


# 爱看书的广告



[爱看书的广告\\_下载链接1](#)

著者:范用 编

出版者:生活·读书·新知三联书店

出版时间:2015-9

装帧:平装

isbn:9787108054234

本书内容分为三部分，即“广告文字”“广告式样”“书籍广告谈”。广告文字主要收入鲁迅、叶圣陶、巴金、胡风等名家作品，以及20世纪三四十年代文化生活出版社、北

新书局、新月书店、良友图书公司等广告文字。这些广告文字，堪比微型文学作品，许多是短小的书评，传达出撰写者的感悟。“广告式样”主要收入三四十年代的作品，设计美观，又很实用，处处表现出设计者的才华与苦心。“广告谈”部分收入十六篇文章，主要介绍中国现代书籍广告的史实掌故，论述书籍广告的要点和意义。以上三部分内容相互照应，形成立体的效果，既饶有文化趣味，又不乏实际指导作用。

作者介绍:

目录:

[爱看书的广告\\_下载链接1](#)

## 标签

文化

广告

出版

书

三联

\*三联@北京\*

编辑

社科

## 评论

收录民国以来部分文人为书所写的广告，说是广告，但更像现在编辑们常写的编辑推荐，实在，朴素，用家常的口气娓娓道来，也有个别违反广告法的。

-----  
“治文学史则资为材料，嗜文艺则玩其词华，有此一编，诚为两得。”这是鲁迅为《唐宋传奇集》写的推广词。大师写广告，大材不小用。

-----  
2016/02

-----  
书的前半内容为民国文人为书写的广告，比较喜欢老舍写的，耿直。

-----  
“广告文字是很需功力的。一则是需要有点商品推销眼光，熟谙市场和读者对象；二则要有别出心裁的文字表达；三则要学术上的内行，抓得住内容”。放在现在居然也一样适用。只是现在好的文字越来越少。

-----  
这些名家的书广告多文艺范，而现在的广告是视觉，多媒体的轰炸，需远离

-----  
广告，即挑出产品的独特之处，并将其放大一些。书的广告也是如此吧。

-----  
卖书的广告真是有意思的广告，文人大家的个性一点没藏着掖着……老舍的耿直，笑疯了，鲁迅的黑色幽默了不得，后面几篇关于思辨书和广告的小文章即使今天看也受益匪浅

-----  
广告 其实我很讨厌广告，可是学了一段时间后才慢慢觉得广告有点趣味。

-----  
[爱看书的广告\\_下载链接1](#)

# 书评

-----  
[爱看书的广告\\_下载链接1](#)