

# 銷推與告廣



ADVERTISING & SELLING

# 新 聞 報

## 新 聞 夜 報

晨夕兩刊  
銷數最多  
刊登廣告  
效力最大

上海新聞報館謹啓

館址 漢口路二百七十四號  
電話 九四一六六轉接各部

廣告與推銷

第一期  
目錄

發刊詞.....陸宇倫.....(一)

廣告論壇

科學管理下的推銷問題.....(二—六)

中國廣告業應有的趨向.....王梓濂.....(七—九)

今後的廣告應該怎樣.....陸梅僧.....(一—一三)

不景氣與廣告.....陸鼎堂.....(一四)

經濟學者的廣告觀.....惟為.....(一五—一六)

廣告公司應有的服務精神.....鄭耀南.....

新出貨品用廣告宣傳前應研究的.....

十二個問題.....姚君偉.....

廣告的功用.....徐正賢.....(一七)

中國廣告概論.....貝美.....(一八—一九)

刊登廣告的要件.....張巴玲.....(二〇)

世界巡禮

英國廣告選.....(二—二五)

美國廣告選.....(二六—三〇)

法國廣告選.....(三一—三二)

德國廣告選.....(三三)

比利時與挪威.....(三四)

意大利廣告選.....(三五)

向牙利廣告選.....(三七)

荷蘭廣告選.....(三八)

芬蘭廣告選.....(三九—四〇)

西班牙廣告選.....(四一)

香港廣告選.....(四二)

日本廣告選.....(四三)

捷克——土耳其——瑞典.....(四四)

廣告與推銷圖解.....王通.....(四五)

米老鼠廣告學院.....(四七)

廣告程序表.....(四九)

廣告技術

為何在報紙上登載廣告.....朱倚天.....(五一—五二)

上海之戶外廣告.....美室登.....(五三—五五)

戶外廣告的經濟.....克勞孝.....(五六)

鐵路廣告.....李沉東.....(五六)

郵遞廣告的特長.....蘭姆斯.....(五七)

報紙廣告的撰作.....王賢.....(五八—六二)

圖書與廣告.....張振華.....(六三)

國外廣告圖書選.....(六四—六七)

願國貨界利用「廣告」.....(六八—七一)

廣告的邊緣.....舒明海.....(七二)

談廣告之文字.....徐學名.....(七三)



# 申報

資格最老

最大

貢獻最多

上海漢口路三〇九號

電話 三九二五——八號

四線轉接各埠辦事室



鋼 推 興 告 廣

名家訪問

秋輝英先生 ..... (八五—八六)  
 張光宇先生 ..... (八七—八八)  
 張振宇先生 ..... (八七—八八)  
 謝之光先生 ..... (八九)

印刷廣告

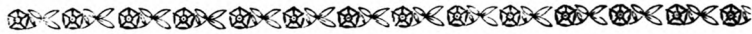
貨品的包裝 ..... (九二)  
 一磅裝的鹹牛肉 ..... (九二)  
 包裝的重要 ..... (九三—九四)  
 不經見的月曆的介紹及其他 伊洛 (九七—九八)  
 如何計劃印刷信紙 ..... (九九—一〇一)

廣告分析

廣告攝影 ..... (一〇三—一〇六)  
 四季攝影 ..... (一〇七—一〇八)  
 商店的眼睛 ..... (一一〇—一一一)  
 上海夜市 ..... (一一二)

小品文字

報紙所作的統計 ..... (一一三)  
 三百年前之英國報紙 ..... (一一四)  
 廣告之年齡 ..... (一一五)  
 用戶的接受和用戶的需求 ..... (一一六)



怎樣去推銷一種貨品

廣告測驗

英國約克賽的韻文

賽納印字機概況

大有出入

關於廣告

廣告小語

推銷員的三大要件

廣告圈子

推銷正路

推銷問題

推銷員的選擇雇用訓練及酬報問題

銀行的廣告和推銷

推銷捲菸幾種新方法的商榷

一個推銷的實例

一個差僅出售證券於行長

十五種連絡主顧的方法

廣告和推銷的功用

店員應有的條件

小本經營

十八世紀之恩徒蘭約

推銷項話

五

八六

九六

一〇二

一〇三

一一四

一一四

一一六

一一六

一一七

俞惠東

秋紅

秋紅

秋紅

秋紅

秋紅

秋紅

秋紅

秋紅

秋紅

秋紅



刊日大的稱著言敢以素，久悠史歷閱請

# 時事新報

觀察其人：  
是否高尚？  
有無知識？  
但看其人，  
閱何報紙。



始終站在時代前鋒  
為民衆喉舌

努力灌輸民族意識  
促邦國復興

倡導各種生產建設  
謀民生進步

盡量介紹新知識新能  
助文化發展

評論

眼光敏銳 持論整剛

編制

提綱挈領 活潑醒目

採訪

內外大事 搜羅萬有

文字

生動有趣 大衆可讀

廣告

銷路廣暢 效力特宏

定價

價目低廉 優待定戶

凡本埠閱定戶，每星期附送本報一份，不另收費。

行政，司法兩院，指定法律有效。

館址 土海愛多亞路一三〇號 電話一五七〇〇

## 發 刊 詞

陸 守 倫

廣告與推銷，乃經商之命脈，行之不得其方，則貨品銷路呆滯，無論生利矣，近來競爭日烈，市面又愈趨蕭條，尤須以最經濟而最有效之方法，以謀貨品之推廣，惟此種專門學識，坊間書籍，數既不多，又未易迎合各時期不同之環境，以致雖需要一刊物如本刊者而終付闕如。

抑有進者，前在時事新報，曾特開廣告與推銷一欄，雖每次匆匆付刊而甚得讀者稱許，羣以出版單行本為請，鄙意亦深以為然，故發行「廣告與推銷」之動機，實非自今日始也。

茲者經數月之籌備，蒙各廣告家之匡助，或則惠賜鴻文，或則刊登廣告，得將數年來之理想成為事實，除感極度之欣慰外，自須感謝各廣告家於無涯。惟創刊伊始，諸多未週，尚希讀者不吝賜教，共同扶助，加以培植，則不特為本刊之幸，亦且為我國廣告界之幸矣。



# 科學管理下的推銷問題

▲本篇譯自本年七月十五日至二十日在倫敦舉行的第六屆國際科學管理會議推銷部份的報告。由英國廣告協會所擬，承該報告作者沙澤得氏(J. C. Sazder)惠寄一份，覽其中所告各節，足資參考，用茲譯登於左

徐百益

這一個報告，為了時間的關係，事實上不能將推銷問題，儘量的加以討論，我們試從推銷一種新出品來研究罷。

在製造家製成一件貨品之後，他仍有兩重工作，就是：

(一)製造家必須將這貨品賣出，換一句話說，就是必需使人購買這貨品。

(二)製造家必須知道：「貨品的真正市場，不是中間人而是用戶」。

推銷是一種極活動的工作，並不能製造了一件東西，而希望牠

自己能銷行，但是目下一般製造家，還是以為要使貨品暢銷，最要緊的工作是去感動那些零售商家，零售商家中間人。以纖細廠而論，他們對於用戶的接觸很少，營業的盛衰，其權完全操諸於中間人之手，其實製造家的貨品和用戶愈接近，對於用戶愈注意，愈能暢銷。

## 推銷的方法

在英國，有許多推銷的方法，可將貨品，介紹於用戶，主要的有下列幾種：

- (一)製造家自設的店鋪
  - (二)郵售
  - (三)按戶銷售
  - (四)零售商店
  - (五)百貨商店
  - (六)聯合商店
  - (七)合作商店
- 一個製造家，大概都可以借重

第一至第三種方法去銷售貨品，但若同時要借重零售商家的話，那末自己辦理，未免發生利益的衝突，還是不辦為妙，根據統計，在英國的零售商業，百分之七十二至七十五係在零售商店的手裏，百分之三。五至四。五經過百貨商店，百分之十三至十五經過聯合商店，百分之八經過合作商店，一個製造家在將貨品問世之前，自然對於這推銷的途徑須加以考慮，擇善而從。

要使貨品銷行，零售價格的公



氏得沙者告報本



進而同時對於經售者有相當利益，是極重要的，但是用戶需求的存在和可能，因此而可以予經售商以相當的擔保，更為重要。

要產生這個用戶的需求，當然第一要使他們透澈的明瞭這新出的貨品，並且也不但對用戶是如此，就是對於零售商店，和在社會上有地位，一舉一動為人所信仰者如醫生，牙醫，教師等等，也是一樣。要使他們知道，可以用報紙，雜誌，招貼，信件，按戶說明，樣品，說明書，陳列，表演，影片，無線電等方法。

## 從何着手

在貨品預備要問世之前，大都要發生一個問題，就是：「廣告和推銷，那一個應該先開始」？這問題的確是很錯綜的，因為如果登了廣告而貨品尚未鋪排在各零售商店，那末就是用戶看了廣告要去買，也不能買到而將感覺失望，如果不登廣告的話，那末很難鼓起零售商店批購的興趣。

這個問題的解決辦法，通常不外乎用廣告的方法使大眾知道，

用推銷的手段，使零售商店批購貨品，雙管齊下，如能預先用信件或在同行的專門雜誌上登載廣告，同時再將擬就的廣告計劃和廣告式樣讓推銷員帶出去給零售商店看，便可使推銷員向零售商店推銷的工作，便易多多，大概情形，自推銷員正式開始工作和正式登載廣告中間的期間是三月，這個時期，當然是能長能短的，如果貨品是很新奇而使人一見立即歡喜，構造也不十分複雜的，那末就可將這時期縮短，要是貨品的構造，非常複雜，同時須教育大眾和經售商店的，那末有時非不三個月所可了。

我們為明瞭起見，試舉幾個例子來說明這推銷和廣告的途徑，就拿鄧祿普橡皮坐椅 (Dunlopillo Cushioning) 來講罷。

鄧祿普橡皮坐椅，是用橡皮的乳汁製成的一種細胞組成品，和原料實在是相差無幾，而牠的適合於做坐椅，是一目了然的。

因為對於這種未來的貨品的需要，有相當的把握，於是就由鄧祿普二個工廠內同時製造，至於推銷的時候，那末分為二部份，

要推銷到運輸方面的，就由向來推銷車胎的推銷部担任，對於普通一般人方面，那末由向來與戲院，建築師等熟悉的推銷部去辦理，而兩部份之間，互相合作。鄧祿普橡皮坐椅，對於家庭中用途殊廣，那末對於木器商等，自然也須有相當的連絡。

## 分工合作

自從確定原則之後，使同時進行，而運輸方面的推銷部向公共汽車等處推銷頗為順利，由於這種新設備，使坐公共汽車者，感覺非常舒適，因此也就影響到木器業，使他們感到採用鄧祿普橡皮坐椅的必要。

其次要緊的是向醫院推銷，醫生們對於這坐椅的優點眾多，非常贊成，因此便介紹各醫院一致採用。

但在這個時候，大眾對於「橡皮」一物，尚有相當的猜疑，不過據木器業所表示的意見，以為如能由醫學界介紹，那末大眾方面，是料無問題的，於是在這個時期，急於要辦的是向木器業推銷而利用廣告，使大眾知道。



## 向木器業推銷

利用鄧祿普橡皮坐椅，可以代替彈簧等原料，在木器業中，需要是很廣的，可是木器業利用這種東西的式樣是不一致的，而鄧祿普橡皮坐椅是大概一樣大小的，第二個困難就是有許多偉大的木器領袖，都自己開設彈簧廠。要解決這二重困難，於是就決定將鄧祿普橡皮坐椅，安放在金屬的彈簧之上，這就解決了推銷的一大難題，也是深合於推銷原理的，就是：「將貨品迎合市上的需要。」

第二步工作便是要叫一般木器商先做幾只樣子出來，為了担保他們將登載全國的廣告，一小部份是答應了，於是又派許多推銷員向各大木器商推銷，去告訴他們大眾對於鄧祿普橡皮坐椅良好的印象，同時告訴他們各項優點，使他們遇人訪問的時候可以對答，並且再暗示他們登載廣告以後的各種步驟。正在這個時候，鄧祿普公司，就在木器業的業報中登載廣告。

他們的廣告計劃中，包括在英

國工商展覽會的陳列，同時每一木器商處，都發給一份說明書，內中詳述鄧祿普橡皮坐椅各種不同的式樣，各種不同的價錢，和在何處出售，並包括各種行將揭載的廣告。

該公司又在廠中邀請各報界代表，使各與識者參觀製造的情形和試驗的各種方式，這次識會的結果，實足驚人，就是當那英國工商展覽會開幕的時候，各報都對於鄧祿普橡皮坐椅，有極好的宣傳，在展會開幕之後，各木器商成來參觀，並詢問各種重要的部份，因為這次陳列的成功，使繼續在每日郵報的意想家庭展覽會中陳列。

正在這個時候，各大木器製造家又聽從了鄧祿普公司的勸告，繼續不斷的將說明書寄出，使各木器商，無不知鄧祿普橡皮坐椅。等到意想家庭展覽會開幕，有許多人到鄧祿普所陳列的地方去。

在這樣幾次工作和奮鬥之後，鄧祿普橡皮坐椅，便在英國市場暢銷，而無人不知了。

## 怎樣銷售有商標的貨品

我們現在來舉一個銷售有商標的貨品的例子。

美國加利福尼亞包裝公司，是大眾天食品的製造家，在一九二五年時，以為正是向英國推銷的時候了，於是舉行一個極有頭緒和步驟的分析，發見了下列三大事實：

(一)英國對於罐頭食品的銷量很小，遠不及美國和坎拿大，所以市場的範圍，並不十分廣大。

(二)英國人買罐頭食品，不問質料是否優良，所以如果要使大眾天食品暢銷，售價方面，非和其他出品相仿不可。

(三)大多數人購買罐頭食品，不認明商標，而多買次等貨品，這種次等貨品的售價當然為高等貨品所不能照辦，所以教育大眾認購高等貨品，是很重要的。根據上列三種事實，姑且開始在英國銷售，在一年之中，各處



售商都有現實了，但是當時的需要是另主公司名目（大概外貨界於銷售）而這家公司的，不是成立了就弄，而需要一刻意培植的。後來就將大家天食品登載廣告，而位以得力的推銷工作，將英國分成幾個地段，每一地段設一經理，位以一推銷員，專向零售商推銷，另用推銷員，專向零售商推銷。又供給各推銷員以相當的材料。

此外又有各商業廣告，都遞廣告，以為補助，而在四年之中，大家天罐頭食品，執了英國罐頭食品界的牛耳。

## 市場分析

由於上列的一個例子，我們可以知道市場的分析，對於貨品的銷售，是非常重要的，即如能得利公司的黑幻術巧格力糖的成功，也是由於透澈的市場分析。

能得利公司 (Rowntree & Co.)

在英國是很有名的，在將黑幻術巧格力糖問世之初，曾經舉行了一個市場的分析，去研究市上的競爭，和買主對於品質，包裝的意見，並且再拿各種不同的

口味，叫人去試嘗比較，再拿包裝的方法和顏色請大眾來加意見。

結果，決定用黑白兩色的包裝，裏面的包紙，那末以簡單而在運輸時不致損壞為原則，其次定奪了價目，於是登載廣告。

## 恢復失去的市場

這裏還有一家公司，利用了相當的方法將失去了的市場奪回，就是強可頓煙葉 (John Cotton Tobacco) 這種煙葉的製造，開始於一七七〇年，在大戰以前，許多飯館，祇經售二三種煙葉，強可頓就是其中之一，曾經獲得很可觀的利益，派過很大的紅利，但在大戰之後就不同了，競爭日烈，吸者又轉移他們購買的傾向，而強可頓的銷路就大為減少。

在一九三二年的時候，該公司總經理決定非登載廣告和加以改進不可了，在先，先將市場加以調查，去看一般人需要那種質料，那種數量，那種包裝，在十一個不同的地段，曾將煙葉供四千個吸者和烟商試驗。

因為擬用的金錢有限，所以先在倫敦着手登載廣告，而結果認為更改包裝為當務之急，現在強可頓煙葉的包裝，可說是最漂亮的了，而且營業也有增無減，這已失去的市場，因為用了科學化的調查方法，竟而奪了回來。

## 包裝有利於推銷

包裝的優美，是極有利於推銷的，可以舉海來克司 (Halek) 和德克 (Tek) 牙刷來做一個例子，在幾年以前，英國市面上的牙刷，大多是有牌子的並且也沒有包裝，因此買主在選擇的時候，非一隻隻的接觸不行，所以是很不衛生的。後來，根據了衛生的原理，於是有包裝的牙刷出世，而繼以裝盒的牙刷，（雖然老式的牙刷，仍有很大的銷路），

海來克司牙刷第一個用牌子而登載大量的廣告，這海來克司的名字，因為該公司其他出品都用所以是很聰明的，在起先利用信件，說明分紅的辦法，使各商店批購，廣告方面，着重海來克司的衛生，和各種顏色不同的柄，足以使人易於鑑別而不致拌錯，



航 空 郵 遞  
迅 速 便 利



航 空 旅 行  
穩 快 適 意

上海至南京	約一小時
上海至青島	約三小時
上海至天津	約五小時
上海至北平	約六小時
上海至漢口	約四小時
上海至廣州	約八小時
上海至重慶	約七小時
上海至成都	約八小時
重慶至雲南	約四小時

欲 知 詳 情 請 駕 臨

中 國 航 空 公 司

上 海 廣 東 路 五 十 一 號

兒童輩之歡喜選擇他們心愛的顏色，在數年之中，早已行銷遐邇了。

其次要談到德克牙刷了，德克牙刷是英國莊生公司 (Johnson & Johnson (Great Britain) Ltd.) 的出品，頭上的刷毛較短，是牠的特色，在一九三〇年，莊生公司舉行一個用戶和商店的試驗，以視德克牙刷銷行的把握。德克牙刷第一個特點是優美的

盒子，外表極為清潔而且嚴密固封，無論何人，不能啓開試看，所以是絕對衛生的。

在末正式問世之前，曾經徵求各牙科醫生的意見，而結果非常圓滿，曾費了三個月的工夫，去使經售的商店批購，推銷員們都給以各種行將登載的廣告的式樣。於一九三一年正式登載廣告，而立時就獲得相當的成功。

### 結 論

因為限於篇幅，不能在這裏作詳細的討論，而且要推銷成功，全在隨貨品的性質而定其方法，但在現在的時候，要使貨品暢銷，非先使人知道貨品的各項優點不可，即在經售商店，亦當使其知道貨品的的確精良，和將為大眾所需求者，然後方能使他批購，如將這報告歸納起來，可說是『利用廣告使用戶需求。』(完)

利用推銷使商店批購。』(完)



# 中國廣告業應有的趨向

華康廣告公司總經理  
王 梓 濂

## 一、緒言

中國是大量的入超貿易國，每年結算時，總有一大批現銀要解出抵償的，我們試翻閱海關的統計，令人瞠目！我國實業一蹶不振的情形，也於此可以表現無遺；這雖然不外乎生產低落，出品幼稚以及金融制度的不良，但缺乏廣告學識，却是重大的原因，所以廣告業應當負着相當責任的。

在一切事業幼稚的中國，廣告業是更談不到，回想本人在紀元前三年到上海的時候，社會上根本沒有華商廣告的一業，一般商界甚至於不知廣告為何物，而外商則傾其全力，以廣告作為推銷的利器，幾如水銀瀉地，無孔不入；無怪市場盡為舶來品所盤踞，國貨沒有立足的餘地了。本人鑒到這點，認為非提倡廣告不足以復興工商，所以就在這一年創辦了維羅廣告社，立志輔助工商業與外人相抗，經過長時期的宣傳和奮鬥，漸漸博得了社會的注意，因之，繼起的同業，也像雨後春筍般地繁盛；到民國十五年成立了中華廣告公會，這時候社會才算樹起了廣告業的旗幟。在這短短的歷史過程中，不能說是沒有進步，可是和歐美各國相比，却還不能望其項背呢！

照上述的情形，我們可以確定中國的廣告業是幼稚的，是不健全的，那末怎樣才可以改進，怎樣才可以建立健全的基础呢？我們深信事業改進，必先切實明瞭本身的地位和狀況，然後再認清目標，決定趨向，作者就依着這個原則作為本文的程序。

## 二、廣告業在社會上的地位

### 1 對於工商業的關係

廣告是推銷貨物的利器，那是誰都不能否認的，工商業全靠廣告來鼓吹，才能取得社會人士的信仰，引起購買的動作，凡是一種貨物能夠暢銷於市上，沒有不用廣告作有力的宣傳的，所以廣告和工商業的關係，如影隨形，不可分解；工商業對於推銷貨物得到了廣告的幫助而有把握，那末他的營業當然易於發展了，所以廣告直接而最顯明的效能，就是促進工商業的發展。

### 2 對於一般生產事業的關係

供給人們日常消費的生產事業，不僅是工商兩項，如農，礦，漁，牧等，都是直接的生產者，他如醫師，藥師，律師，會計師等，雖然他們本身不能直接生產，可是對於社會生產確有相當間接的補助；以上的幾種事業，都免不了廣告，就經濟原則而言：生產的效能，必待社會需要的切合而後著；反過來說：就是因為需要的急迫，才見得生產的可貴；所以一切生產的先決問題，厥為行銷，那末推銷貨物的利器——廣告——是佔着很重要的地位了！因之也可以斷言：廣告事業也就是社會生產事業之一。

### 3 對於一般消費者的關係

處在社會組織繁複的今日，人們日常生活消費的需要，隨着文明程度遞進，一天一天地高起來，除了衣食，住，行四項外，其他像醫藥方面，娛樂方面，知識方面，以及一切人事方面，在在需要生產業的供給；假



使生產者墨守成律，辭陋隱匿而不加以宣傳，無疑的要造成過剩的現象！這樣兩相錯過，各各抵不到癢處，結果如何，不言可喻；要溝通這層障礙，那又非廣告不為功了，所以廣告事業，不僅是工商業推銷貨物的利器，也就是生產和消費二者之間的交通工具；換句話說：非但能夠幫助生產者推銷貨物，就是一般消費者，也能得到不少的便利。

以上所說的，不過是關於廣告方面較顯著的效能而已，要再進一步講，即對於「國家稅收」「社會進化」也何嘗沒有相當的補助；到這裏我們可以明瞭廣告意義的大概，並可確定廣告業和社會上種種事業都有很密切的關係，同時可以深信廣告業在社會上的地位，是非常重要的。

### 三、中國廣告業的現狀及不能興盛的原因

正因為中國的社會，具着時形發展的特性，所以廣告事業也難逃這個例子，爽快說一聲，除了上海一隅有着相當的成績外，其他各埠還是在落後得多呢！那末我們要明瞭中國廣告業的情形，祇須檢視一下上海廣告事業的現狀，此外就可以想見了。

上海華商廣告事業的歷史，自從本人初辦維羅廣告社開端以還，短短的僅不過二十多年，照現在的統計，加入廣告公會的會員有二十幾家，其他某某公司某某社幾乎觸目皆是，實數究屬多少，目前還沒有精確的統計；在形式上很有蓬勃的氣象，可是實際方面，多數是組織簡陋，幾家較大的公司，雖然十分競爭地為社會服務，

但大都只以供應商家眼前需求為盡責，沒有達到徹底服務的目的，並且各自為政，極少聯絡，十足暴露出自身弱點，以致反給予社會上不少的懷疑；就現實論，廣告事業之所以盤旋者不進步的緣故，第一固然是缺乏專門人才，但關於組織不健全和同業太沒有合作精神，也是很重要的主因。

### 四、應有的新趨向

我們既然明白了廣告業在社會上的地位，並且認識了中國廣告業的現狀和不能興盛的原因，那末就可以決定新的趨向了，現在把它分做四節來講：

#### 1 同業合作問題

人事的進步是基於相互競爭，這是進化論者所得結論最重要之一點，但是競爭應遵守應有的秩序，才能收獲互相策進的實效，否則，由競而生妬，則至彼此傾軋，不得其利，反受其害；所謂應有的秩序，就以互助為出發點公共訂定的條例，要維持這公共訂定的條例，那就非用合作制度不可，所以要改進我們的事業，「合作」是先決條件，必須要抱着互助的觀念，循着正軌，相互進策，才有興盛的希望。

#### 2 人才培植問題

假使把經濟比為事業的生命，那末人才就可喻為事業的軀幹，因為單有了金錢而沒有人才，一定幹不成什麼事業的，所以我們要改進事業，培植人才，倒是一個很重要的問題，在歐美各國，培植廣告人才，設有專門學校，而我國雖然有商科學校的設立，可是對於廣告一門，大都是很忽略的，這樣下去，一定有關人才恐慌的



一日，必須要有個適當的辦法才好，不過這個問題的具體辦法，非本文所能包括，改日再作詳細的討論吧。

### 3 服務方面

「為社會而服務」這一句話，在廣告業中，常可以看到，常常可以聽到；可是事實上却沒有做到，所以造成了社會不能深信的惡果！要鞏固我們的地位，擴張我們的信譽，應當從切實為社會服務着手，我們不能以僅僅滿足了客家的需求就算盡責，要運用我們的思想和經驗，拿更進的方法，貢獻給客家，務須達到輔助工商發展之目的，才算是真正的服務！

### 4 組織方面

廣告公司是站在領導的地位，沒有專門的人才，組織的組織，是不能勝任的，可是國人對於廣告公司的認識太淺了，甚至於有一二個人能够招徠幾則報紙廣告，或者能够代做幾塊路牌，居然也扯起了廣告公司的牌子，這樣那裏能够適應現時的潮流呢？雖然幾家較大的公司，都有相當的組織，可是事實上仍遠不能適應社會需要，所以本人的計劃，希望聯絡多數同志，集中人才，初設一個健全的偉大的廣告公司，在這消沉的廣告業中，來一下有力的改進，辦理這公司，應當下一個絕大的決心，對客家以真實服務為宗旨，對社會以澎漲信譽為目的，本身則以事業為前提，同時還要領導其他的廣告業，走入正式的軌道；依着這目標做去，武斷地說一聲，一定可以獲得良好的結果，這計劃本人曾經幾度的磋商

和謀合，可惜不能如願實現，希望關心於廣告業的同志，同心協力地負起責來，把這希望變成事實，那末才有振興廣告事業，挽回既失利權的一日。

### 五、結論

在此第二次世界通貨戰爭中，一向被認為國際貿易場的中國，顯然是首當其衝的犧牲者，經濟衰落，工商凋蔽，早已暴露在我们的眼前了！站在輔助工商地位的廣告業，應當努力改進，才不負營業導師的美名！此種改進工作，固然艱巨萬分，驟然看去，似覺茫無所措，然而在理論上却有一條明確的路線，是一條光大的前途，而事實上又顯然證明這個光大的前途，的確有充分的實現的可能和把握，這是什麼呢？我把它作為本文的結語：「羣策羣力」互助合作！」

## 味寶



天香味寶  
百味可調  
原料淨素  
中華國貨  
滋養豐富  
鮮味最好  
衛生食品  
珍寶需要

天香廠出品

廠址：上海北四川路老宅五號  
總發行所：上海北四川路老宅五號

公達大藥房

各埠大南貨棧糖商均有出售



# 與 智識份子爲友

商務印書館出版及經售之

各大定期刊物

願盡介紹之職

東方雜誌

教育雜誌

英語週刊

兒童世界

兒童教育

經濟學季刊

半月刊，創刊於民國八年，爲時代最前線之雜誌。  
普通號每期實銷六萬餘份，特大號每年刊行四次，  
每期實銷七萬份以上。刊登廣告，費省效宏。

月刊，已有二十四年之歷史，現在月銷五萬份以上，  
其蹤跡遍及於城市鄉鎮之學校及文化團體，爲與教  
育界及智識份子溝通消息之絕好媒介。

年出五十冊，爲初學英語者之導師，亦有採作補充  
課本者，銷數以城市爲多。欲以商品與好學有爲之  
青年羣接觸，惟有利利用本週刊之廣告地位。

半月刊，教育部指定之兒童讀物，適合小學高年級  
及初中學生程度。每期三萬六千份，廣告價目特廉。

年出十冊，中華兒童教育社主編，由本館總經售，爲  
初等教育之樞紐，盛銷於初等學校教師羣。

年出四冊，中國經濟學社主編，全國經濟學家，銀行  
家，工商業高級人員均爲本刊讀者。故本刊廣告效  
力，確能達到最有購買力之讀者。

廣告價目單及雜誌樣本函索即奉

接洽處  
上海各大廣告公司或  
商務印書館總管理處推廣科  
上海河南路211號  
電話 92310

# 今後的廣告應該怎樣

聯合廣告公司經理  
陸 梅 僧

普通一般人，以為廣告不過是寫幾句文字，畫幾張圖畫，登在報章路牌雜誌，便算了事，其實這樣登法，却完全失去廣告的真義了。以前的種種，暫且不必去講他，在這競爭劇烈而大眾的購買力又是很薄弱的時候，以後的廣告，應該怎樣，是值得在這裏加以討論的。

## 觀念的轉變

以前中國的商店，向來沒有很大的規模，也無所謂工廠和大量的生產，在閉關自守的時代，一家店舖，既是製造家，又是批發兼零售商，全靠著百年老店等來號召；祇須做幾塊招牌，根本就用不着大量的廣告，但是社會情形，日漸進步，日趨繁複，工廠林立，出貨增加，交通便利，市場擴大，同樣的貨品，不勝枚舉，於是競爭劇烈，各自鉤心鬥角，為求勝利而獲得市場以推銷其大宗出品起見，於是以前「我為什麼要登廣告」的問題，早已解決了。

但是草率率率的登載廣告，不是效力不能令人滿意，便是所耗金錢太大，因此在此不景氣時代競爭劇烈而利益低薄的當口，一般新進的商家，應注重「我如何登載廣告」的問題，使廣告費增加生產，不有浪費。專心研究廣告的學識和廣告的藝術，此種有見解的商人已經增加，這實在是一種良好的現象。

## 廣告應該注重計劃

要使廣告有功力，第一自己先要有一個週密的計劃，一年費了五六萬或十幾萬的廣告費而只求普遍，毫無系統的計劃與廣告的目標。此好比開目打仗，何能得勝亦無非將有用的金錢付之流水而已。

廣告的計劃方面，當然包括許多工作，簡單說來，可以分為下列幾種：

一、事前的準備 在計劃廣告之前，一定先要從貨品本身着手，所以對於貨品的原料，貨品的製造，貨品的包裝，貨品的特點，貨品的售價，

貨品出售的途徑等，都要有相當的考慮，所以廣告計劃，原理上或者大致相同，實際上各家不同，同是一家香烟廠，甲廠乙廠的地位，情形，貨品，目的各不相同，廣告計劃，也就要隨情形而定了。

### 二、

計劃的草成 在將貨品本身研究明白以後，並須調查與研究市面上他家同樣貨品的情況與購買者的地位，經濟能力，教育程度，住所地段，男女之分，及心理異別，然後再決定貨品的地位怎樣，所有的問題是什麼，目前需要些什麼工作和什麼効力，那末登廣告的目標，也就可以決定了，有了目標，有了宗旨，自然可以免除「無頭緒」「無次序」等的通常弊病，而可以「有志者事竟成」了。

在計劃廣告的時候，最重大的就包括下列幾點。

甲、廣告媒介物的選擇 各種廣告媒介物，有各種不同的用途，例如報紙雜誌的功用各



不相同，雜誌的功用和路牌又復大相迥異，即以同樣報紙廣告而論，其性質和收效亦各異，有的銷在學界，有的銷在商界，有的銷者是守舊的，有的是開通的，有的銷路大而收效少，有的銷路少而收效大，有的適於此貨而不適於彼貨等等。所以選擇廣告媒介物，必須隨着貨品的本身而轉移。中國一部份商店的通病是只求價廉，不知底細，假如一塊路牌每月洋六十元，每日不過洋二元，登載一天報紙廣告，動輒要一百多元，少則二三十元，其實報紙有報紙的好處，路牌有路牌的特點，在新出貨品而利用路牌，那便只能作提示工作而不能充分的教育大眾，根本上就和貨品的地位衝突了。

乙、廣告稿件的撰作問題 在目前情形，關於廣告稿件的撰作，又有六種通病，第一種是拿各種意思都放在上面，以致將一張廣告，弄得好像一家雜貨店一般，使人不耐

須去細讀，就是讀了，頭腦裏也不會有一個良好而深刻的印象。第二種是專畫女子來做廣告，這種廣告，不但失之過俗，而且實際上也祇能引起注意而已。第三種是

不知隨廣告媒介物的性質而做廣告，往往在路牌廣告中寫了許多字，在報紙廣告中反不儘量的利用教育工作，第四種是乏有統系有次序的陳述，所有的廣告，並非預先照計劃撰就，乃係隨時而作，所以意思亦不貫澈，往往排法亦自各異。第五種是乏心理學的研究。吾們有句俗話「見眉說話」此即是見何種人說何種話的意思，如能知主客心理及讀者心理而以一針見血的文字與標題或圖畫出之，是沒有不成功的，現今的廣告作者，對於此點極為忽略。第六種是乏預測的工作，凡重要的廣告運動波及全國者，或係新事業之創辦需用極大廣告費者，所有廣告之排法，標題，文字均須預先試驗，或在小城內

測驗其效能，自然後用之於全國，方可免去無謂的耗費。  
怎樣纔可得到良好的効力

登載廣告的問題，既是不勝枚舉，同時廣告的專門人才，如有名醫師工程師及建築師等非常高貴又是非常缺乏，那末應該怎樣呢，惟一的經濟的解決方法，就是委託新式廣告公司代辦。因為新式廣告公司專門用重金收集此項專門人才。辦理廣告，是牠的本分，是牠的天職，廣告公司的存在，也完全是為顧客服務，並且委託廣告公司辦理廣告可以得到下列幾種優點。

甲、經驗宏富 廣告公司，始終在廣告的計劃和實施上下工夫，而且為各種行業服務之後，就有相當的經驗和相當的心得，同時並加其專門的各種新奇學識，那末代客服務的時候，自然可以以其心得經驗與學識貢獻顧客，使顧客得到一種揭示，或是前車之鑒，不特極有參考價值，而且可以免蹈覆轍。



乙、節省時間 由廣告公司辦理廣告，以後，日常的事務，固然可以由他們去辦理而節省時間，就是廣告業的推銷員接洽時，也可以介紹到廣告公司那裏去，這樣節省下來的時間，就可以致力於其他行政方面的事務了。

丙、節省費用 因為登載廣告，無須用重金自聘專家，沒有康費，可以節省無謂的費用，此其一，委託廣告公司，也並不須多費金錢，因為廣告公司有相當佣金可得，所以服務方面，不另計費，即未登廣告者不費分文而得專家的服務，自然又是間接的省費了。

## 利用廣告公司應取的態度

利用廣告公司，當然可以解決人才缺乏問題而有許多利益，但於選擇方面，第一必須選擇有確實經驗，確有專家，而能以登戶之利益為前提的廣告公司，有許多廣告公司，包某一種廣告，或者是某雜誌的總經理，便先領了

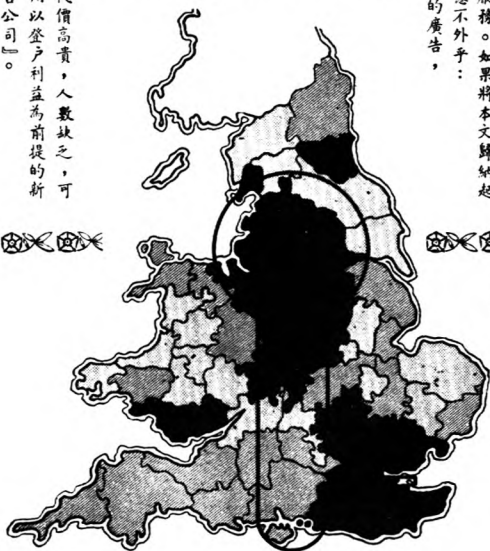
自己的利益，極力慫恿廣告者利用他所經營的廣告。其次選定廣告公司之後，取得相當的服務，就要給付相當的酬報，一分行情一分貨，是一些也不錯的，所以廣告者應該從大處着想，與在効力上打算，而不宜在區區服務費上面計較。否則祇有自己而無別人。於理不公，於事實上亦辦不到。廣告公司也不能雇有專家為其虧本服務。如果將本文歸納起來，大意不外乎：

『今後的廣告，

要注意科學的週密計劃，到使廣告費增加効力。而因為專門人才代價高貴，人數缺乏，可以利用以登戶利益為前提的新式廣告公司』。

## 報館所作的統計

報紙有着廣大而普遍的銷數，如果要實行統計，是比較容易入手的，左圖是英國 Daily Sketch 所調查後的結果，表明英國各地有職業人數的多寡，以顏色深淺分別，使人一目瞭然，中間是一個繁榮之綸，以表明最繁榮的地段，中國的地方比較大，調查恐非易易，但如能盡力做去，倒也是很有意義和價值的。



# 不景氣與廣告

標機公司廣告部主任  
陸 鼎 堂

人人都在鬧着不景氣，這年頭確實是不景氣得很，生產過剩，失業增多，農村破產，經濟恐慌，都是造成這種市面的原因，但是消極的悲着，有什麼用處呢？我們決不能因噎廢食，而須要從無辦法裡面尋出路，祇要用腦筋，不怕難，盡力做，總可以得到相當的效果。

我們先要明白，市面雖然不景氣，人類生活和社會事業，是依然的進行着，許多商人，照舊經營着各種商業，不絕的向前進攻，這一點就是買賣尚未完全停頓的一個明證，況且買賣是相互的，是循環的，有買賣就一定有銷路，要推廣銷路，總得要借助於廣告。

廣告是多邊式的，而且要合乎潮流，現代廣告，日新月異，計劃廣告，不可墨守舊法，須要顧到時令，階級，風俗，人情等種種問題，譬如在歐美行之有效的

廣告，未必在中國也同樣的有效，適用於甲種商品的，也許不能適用於乙種商品，諸如此類的問題，都有研究的價值，尤其是在這種不景氣的年頭，更須要胸有成竹，計議週詳，須有精密的預算，並且隨時要檢點廣告的成績，祇要能引起大眾的興趣，適合



買客的心理，使買客有信仰，替買客謀福利，就是市面再不景氣些，也有人來顧問的，甚或所得的成績，竟比市面繁榮的時節還要好，也是沒有什麼希罕的一回事啊！

這種廣告，當然不容易做，沒有專門學識和缺少經驗的人，縱然有絕頂聰明的腦筋，臨時也要感覺到茫無頭緒，顧此失彼的苦悶，運着這種情形時候，就少不了要和廣告公司來商量。因為廣告公司是羅致了專門人才，代客計劃各種廣告的組合，他們雖然是營業性質，却也負着服務的使命，他們可以根據着已往的經驗，隨時向你貢獻種種意見，解釋一切利害，可以有裨你許多的麻煩。

不要失望，不要悲觀，我們要拿樂觀的態度來和不景氣奮鬥，奮鬥就是成功之母，祇要腳踏實地，成竹在胸，儘可以放大了胆，鼓着勇氣向前做去，想是決不會使你失望的吧！





# 經濟學者的廣告觀

惟為

近幾年來，我國的——尤其是上海的——廣告事業，風起雲湧的發達，所以這本「廣告與推銷」也應運而生了。雖然，廣告事業是發達到很高的地步，但許多人心目中，還當廣告是商人一種吹牛而來吸收社會金錢的工具。這種意見在於廣告事業開始發達時，在所難免的。其實略用經濟學的眼光，來評判廣告的效能，牠的豐功偉績，的確值得我們歌頌的。若說牠是商人吹牛圖利的工具，真是寬者枉也了！

## 「經濟學的功用論」

經濟學者對於製造，運輸，早已認為於他們有增加財力的功用。譬如，生鐵沒有經過鑄鐵廠的鍛煉，不能成為有用的生鐵，經濟學者叫做「形式的功用」。但生鐵在牠生產地，也是沒有什麼大用，非經運輸商人運到需用生鐵的地方，就等於沒有便利，所以

經濟學者稱牠「地方的功用」。等到生鐵製成了種種器械，便要社會人們知道這些東西的存在，又要指示他們怎樣應用這些器械；那末，經濟學者就立了「宣傳的功用」的學說。惟有廣告能够「盡宣傳的能事」，所以接授「宣傳的功用」的頭銜，也就當之無愧了。

凡是這些功用，都係對於購買者的利益而着想，並不照普通一般人心理，以為專係商人圖利而設；現在將廣告關於購買者所能得到的五種功用，逐條分論在下面，使得刊登廣告者，讀閱廣告者，和擬製廣告者知道牠的重要性，而打破向來「吹牛圖利的工具」的論調。

## （一）養成犀利的選擇力

廣告能夠指示人們，對於貨物的價目和質地，有正確的認識。有了這種認識，纔能有鑑別和選

擇的能力。購買者不知道各種類似的貨物所有的優點，或不能知道何從購買，或是不知各物的價目，他就無以利用他的時間，方法，和選擇力，來購買他所應買到的品物。因為不知價目，就不能得到便宜的貨色。不辨質地，就不能買得優美為物件。所以沒有廣告的代為宣傳，購買者，怎能享受「價廉物美」的利益呢？

## （二）提高貨物的質地

廣告不獨養成購買者的選擇力，同時給予他選擇更優良貨物的機會。因為商業競爭的劇烈，貨物沒有特異的優點，便無以存在。所以著名出品的廣告，必定宣傳牠的優點，而且時時將改良的成績宣傳出來，使購買者知道提高選擇的眼光，而出品者不得不力求改良他們貨物的質地，大有非達到「盡善盡美」的地步不止之概。所以近來刊登吹牛廣告的出品，也知長此以往，無以取信，反致失敗，所以不能不腳踏實地



的提高他們出品的質地了。

### (三) 教育社會人士

廣告對於社會的功用，也可說差不多是民衆每日的課本。雖然聽來似乎是誇大的話；但是我們細心考察一下，又不能不歸功於廣告的賜予了。肥皂和浴缸的廣告能夠促進大衆對於清潔的注意。牙刷牙膏的廣告，保護了不少早落的牙齒。食品商為要研究食物的衛生，大衆才知道種種飲食的正當智識。甚至鐵路、輪船、汽車等運輸的廣告，提倡鼓勵民衆旅行的興趣；間接直接使他們得到不少的享受和利益。保險公司，儲蓄銀行，訓練不少大衆從事節儉。汽車廣告對於路政的改善，效力的偉大，比較政府的提倡還要大。所以新出品的廣告，必須訓練民衆使用這出品；而一般出品，雖然已得民衆的認識和使用，也得要借廣告來訓練他們，使具有較深的認識和信仰。這不但是很複雜的常識課本麼？

### (四) 造成新的需求

近代的廣告術，就是造成需求的利器。一種物件並非單獨存在的，須要和別的物件互相為用。譬如說，汽車不獨造成種種的需求，而且影響到很遠的營業種類。又如電影的競爭，奪了某種費用大的娛樂品。所以廣告家在這種變遷的環境中，必要使得買者感覺新的需求，而樂於代替舊式的出品，或是使得向日的購者，對於其出品有「溫故而知新」的興趣。那末，廣告於社會上的購者，有提挈指導的功用了。

### (五) 減輕買客的負擔

講到社會經濟，若不將廣告怎樣影響製造手續和製造代價，就是沒有討論到廣告的功用一樣。因為廣告的效力，是推銷出品而致大量產生。一到大量生產的時候，一切開支或成本，也就跟着減少。現在有便宜的鐘表，價值二十多元的汽車，和其他價廉物美東西，無一不是受廣告之賜。因為祇有優良的廣告，才能很

容易的推銷大衆產物，製造家方能放心大量製成價廉的出品。雖然廣告費總是「羊毛出在羊身上」，也是由購買者所付代價那裏出產的；但是這不過微乎其微的數目，其實售價減輕，直接有利於購買者還要大咧。

若是祇說廣告的功用是利於用戶，這是片面的見解。其實於製造家（即廣告者）同時獲到「事半功倍」的大效。因為，在沒有廣告的時代，每一樣出品，非經過許多的時期，非受了許久的使用，總不能直接達到用戶，而使他們了解出品的真正價值。現在情形就不同了，祇要製造者擇定了出品的標準，規定了出品的商標，登了不多時的廣告，使得人人都知道牠的優點，在購買時祇要說出商標名稱，因此製造家這座省時的，省事的，省錢的，便能將他們的出品貢獻於社會。由此看來廣告的豐功偉績，可不是值得我們讚美和歌頌麼？



# 廣告公司應有的服務精神

聯合廣告公司總經理  
鄭耀南

廣告公司，在一般人看來，是一個經手廣告的機關而已，似乎是以個人為中心的組織，所以廣告界中，也往往有祇認個人的通病，某人經手某店的廣告，如果法達路主顧，其實有幾種人事廣告，如遺失，聲明，啓事等，固不需要何種服務而可由個人經手，如為貨品廣告而須在全國各地，或在一地而且範圍極大的時候，就不是個人的能力可以勝任，而須利用組織完善的廣告公司，盡力服務了。廣告公司方面，也當盡力為主顧服務，來貫徹經營廣告公司的精神，當以事業為前提，而不全以營利為目標！

廣告公司對於主顧應有的服務，簡括的說來，可以分為二大類，就是

## (一)周詳計劃的貢獻

試再詳述於後，

周詳計劃的貢獻：廣告公司之所以有存在的價值，是為廣告是一種專門學識，要知道怎樣做廣告

，非先了解經濟學，社會學，心理學，倫理學不可，所以廣告人才，不易羅致，在一家商店而要延攬一個明敏練達的廣告主任，也許未可多得。廣告公司，既以辦理廣告為主要業務，自然應備各種專門人才，這些專門人才，就非一家商店所能羅致，所以利用廣告公司的服務，也就是利用一班專家，共同合作以收良效的政策。

廣告公司對於計劃方面，包括市場的分析，步驟的擬定，刊物的選擇，稿件的撰作，圖畫的繪製等，要預先製成一個完美周詳的計劃，登廣告的主顧，也當予以充分的襄助，視廣告公司為自己的廣告部，然後開誠佈公，通力合作，出品者盡量研究貨品的製造，廣告公司盡量研究貨品的推銷，兩者鑄於一爐，方可形成一個良好的效果。間有若干出品商以為廣告公司萬能而故意不予誠意的合作，這是根本的錯誤。瑣屑事件的代辦：廣告做成以後，還有很多的瑣屑事件，諸如繪

本埠外灘十二號  
美商美迪洋行  
總行設美國佛及尼亞。在美國各地經營之烤烟廠甚多。專營美國佛及尼亞金黃烟葉。質料精良。各廠家惠顧辦貨。竭誠歡迎。



圖，製版，擬稿，發登，校對，存樣，整款，開帳等，都已括在廣告公司的服務範圍內，不過計劃的貢獻較為困難費事，事務的代辦，比較簡易而已。因此利用廣告公司服務以後，廣告者不但可以得到專家的忠實貢獻，還可以減省許多手續，麻煩和時間，也間接可以減省許多無謂的糜費；廣告公司，自然當為主顧設想，使他費了較少的代價，獲得較大的收穫。

廣告公司，對於廣告的改進，商品的推銷，有極大的幫助，也

負着極大的責任，所以現代的廣告公司，都應該採取人才主義，充實其內部，盡力為社會尋求服務，出品商方面，在選擇廣告公司的時候，也當以廣告公司所能給予的服務效能為前提，這是必然的！

最後我們感覺到歐美日本各國的廣告公司數十年來進步之速，一日千里，所以廣告事業，已成為一種商戰時代的專門事業，和一般製造出品廠構成一種聯帶的關係就是廣告公司的本身，也漸漸地由個人經營進變而為大規模

公司的組織，以服務人羣，推進社會為目的，其規模的宏大，機構的健全，辦事敏捷，設計的週詳，實和他們商業的進展，相副而行。我們中國一切的一切，都是落後，不用說：廣告事業也泰居其落後者之一；我們要適應世界商戰的潮流，我們要努力地迎頭趕上去，一方面須把散漫的現象，逐漸的進展而成為集體的組織，一方面須和出品製造廠商採取密切的聯絡，竭盡忠誠，以期貫徹服務人羣，造福社會的目的，這樣才可形成社會商業機構之一，而不至於永久的落後吧。

新皇后

烟味清香



可開牌

烟絲名貴

中國利興烟公司出品



# 新出貨品用廣告宣傳前 應研究的十二個問題

聯合廣告公司編理  
姚君偉

在新出品行銷市上之前，對於廣告方面，自須經過一番考慮，但廣告問題，複雜紛紜，很難入手，現為便於討論，並固限於篇幅，歸為十二個問題，分述於後，

## (一) 所出貨品是否適合社會需要

要解答這個問題，有二種情形，一種是已有的需要，另一種是須設法生產而尚未存在的需要，已有的需要，如果已有同類貨品，那末就有一種競爭，這應該詳細研究自己貨品的優點在那裏，和怎樣可以和市售的同類出品相競爭。

## (二) 市場在那裏

第二應該研究的是貨品的市場，還是在都市，還是在鄉村，在上流社會，還是在中級社會，必須詳加研究，方能確定貨品的對象。

## (三) 價目是否適宜

貨品的定價，對自身須有相當的利益，方始可以設法出售而獲利，對外須合乎大眾的經濟力量，譬如一件擬銷於中級社會人士的貨品而定了很高貴的價目，無疑的銷路就必然要受到阻礙。

## (四) 擬用多少廣告費

在計劃廣告之前，對於廣告費的預算，不可不先確定。確定廣告費的辦法有二種，就是

(甲) 整數的支出，如規定洋五十元，就照五十元去支配。

(乙) 按照貨品的銷額來支配，例如照每箱定價規定百分之五作為廣告費等。

## (五) 是否同時僱用推銷員

如於廣告之外，同時僱用推銷員，那末當使廣告和推銷兩方面連繫起來。

## (六) 貨品是否鋪排普遍

往往有許多貨品，雖然登了廣告，但是人們見了廣告而起購買的動作時，因為貨品不能到處購得，就耗費了廣告的功能。

(七) 貨品需要在全國或一處行銷

這照第六問題，有相連的關係，如果祇在一處行銷，那末就在一處普遍的鋪排，同時廣告也祇限定一處，然後看各時的情形而謀進一步的發展。

(八) 是否擬先作一度試銷要免除失敗，在大量廣告和推銷之前，可以舉行一度的試銷，在試銷的時候，可以小範圍的試驗各種廣告的方式，藉以決定將來的廣告和推銷方針。

(九) 對於經售商店如何合作對於經售商店的合作，也是應該預先考慮的，如何鼓勵經售商店去竭力推銷，更為重要。

(十) 利用何種廣告媒介物各種廣告媒介物，都有相當的效力，可以決定試用那一種，這在試銷的時候，更為重要而且易於實行，譬如說某種貨品，宜於登載報紙廣告，某種貨品，宜於



採用按戶銷售的方法，可以因時制宜，隨貨而定。

(十一) 什麼是廣告的主要目的

廣義的說來，廣告的目的是要銷貨，但狹義的說來，一種廣告，應該有一種廣告的主要目的，譬如幾種廣告，意在告訴大眾以貨品的優點，有幾種廣告，意在請讀者試用，先將主意打定，就可免無的放矢了。

(十二) 廣告之外有何其他輔助

服務或贈品等，都是廣告之外的輔助，使促成購買者的動作，更為迅速，這當然要隨貨品的性質，當時的市況和經濟的能力而定。

結 論

要廣告成功，最重要的是廣告的計劃，廣告而有計劃，那末實施起來，就可以有相當的步驟，所以對於上列幾個問題的探討，也可說是廣告成功的基本工作。



# Eine unscheinbare Sache

Im Anfang wenig beachtet aber der Zeitlicher geht ihr Qualitäts aus, die man auch im Laufe der Jahre die volle Würdigung aller finden, auch die Erfahrung beweist, dass es in jedem Jahre nicht mehr ergab, dass es

Die ganze Welt vereint die, die kleinen Tabletten und der Welt, von der sie spricht, und man kann während der Dauer ihrer guten Leistungen unerschütterlich in und auch in Zukunft sein und. Gegen Schmerzen und Erkältung: Aspirin ist ein Mittel.

## ASPIRIN



「雖是一件很小的東西，但很重要。雖是一件極輕微的病，但有時是極嚴重的。就是上面所說的，這廣告的意義。」

# 華商 寧紹人壽保險公司

上海北京路國華大樓 電話 五九七四四

保障個人生產

青年擇業良機

人壽保險為經濟學之一種而人壽保險經理員尤為青年之終身高尚職業且其進益豐優尤為他種職務所弗及

本公司極願培植從業者未來之出路使其達到成功有志於此種高尚職業者請駕臨本公司接洽

本公司發行各種保險

- (一) 終身保險
- (二) 限期繳費終身保險
- (三) 儲蓄保險
- (四) 薪資儲蓄養老金保險
- (五) 子女教育保險
- (六) 子女婚嫁保險
- (七) 團體保險
- (八) 意外保險

促進社會安甯

# 廣告的功用

聯華廣告公司  
徐正賢

- (一) 利用廣告，可以擴展推銷的範圍：增加經售的地方，譬如向來經售的地方有一千處，登了廣告以後，因為各處的人都感到需要，而經售商為滿足主顧的希望起見，不得不備充足的貨品，貨品的銷路，便也廣闊起來了。
- (二) 利用廣告，可以得到新的用戶：譬如如有許多人向來用別種出品，因為看見了廣告，就會改用所廣告的貨品了，還有一種人是向來不用的，因為看見廣告，會開始用所廣告的東西。
- (三) 利用廣告，可以教人怎樣使用貨品：因此一種貨品，經過廣告之後，就可以產生新的用途來，試想一樣東西，用途既廣，需要也大，那末銷額也更大了。
- (四) 利用廣告，可以使營業穩定：因為假使一種東西沒人知道，那麼有時可以暢銷，有時生意就不好，一上一下，沒有一定，一用廣告，個個人會曉得這種東西，大家去買，用完一件，再買一件，出貨也可以有一定的把握，生意自然可以穩定了。
- (五) 利用廣告，可以詳細說明貨品的質地，用處，使人信任：因為不用廣告，別人就是信任了一樣東西，也不知他的質地如何，斷難信任。
- (六) 利用廣告，可以使貨品銷行的時候較長：因為用了廣告之後，大家信任，在生意穩定之後，自然銷行的時候也較長了。
- (七) 利用廣告，可以改變人類買貨的習慣：向來人家都用牙粉的，自從牙膏廣告以後，大家改用牙膏就是一例。
- (八) 假使一個人有一次買了一件東西，這東西是登廣告的，用了以後，覺得滿意，那末對於這家廣告的商店，已有信任，以後買東西也向他們買了。
- (九) 以上說的，大多是關於製造廠的，譬如零售商店，也用廣告，那末可以使他們的東西，賣出去比較便易。
- (十) 利用廣告，可以提高人類生活的享受：譬如以前汽車是非常貴重的，只有富人可以坐，但是到了現在，已不以為奇，差不多成為必需品了，所以現在富人享受的東西，因為廣告關係，將來就是並不富裕的人，也可以享受。還有五種次要的功用是：
- (一) 可以提起推銷員的精神，大多數商店，雖則用了廣告，同時也用推銷員的，推銷員一見他的店裏登着廣告，精神也自然而然的可以提起來，好像他背後有人在幫助一樣。
- (二) 廣告可以告訴經售商和推銷員在推銷時，應該說什麼話，使他們對於所廣告的貨品，更加明瞭。



◀提示廣告的設計初稿

這人作

- (三) 可以節省櫃台裏販賣員的唇舌：因為買家見了廣告，去買東西，他們對於所要買的東西，早已明瞭，若不登廣告，就須詳加說明，並不要大費唇舌而且要費很多時間嗎。
- (四) 利用廣告以後，可以使職員更加勤奮，發展也就較為便當了。
- (五) 利用廣告之後，可以使做工的人覺得快活，格外認真，因為所廣告的東西，製造時他也是一份子呀。



# 中國廣告概論

▲廣告要注重計劃

▲各種刊物都有相當効力

▲最後談談戶外廣告

日美廣告公司經理

Bruno Perme

美

日前徐百益君談及出版「廣告與推銷」一書，並且要我做一篇文章，經過一度考慮之下，覺得這樣的一本雜誌，的確可說是空前未有，不但對於廣告業同人，有相當的貢獻，並且也可以作為登廣告者的極好參考書籍，風行一時，當然不必說得，因此也覺得值得來說幾句話，以應徐君之請。

寫這篇東西的原意，並不在對廣告業同人說，因為他們經驗豐富，而我在中國的時間，還不過二十一年，似乎還沒有資格來高談闊論，所以在這裏，不過希望將幾個（只能舉幾個，因為舉得過多時，這篇文字未免要過長了）廣告的事實，供讀者一鑒，假使以後有機會時，當為本刊，再寫一點東西。

登載廣告而要獲得相當的効力，必須經過精密的考慮，和周詳的計劃，而最好和有經驗的廣告

公司討論。在上海頗有幾家廣告公司，可以代為設計，而以服務為前提，不是以自己的地位出賣稱為服務的。

我當然不是在攻擊專做一二種廣告品和路牌等的廣告公司，要如每種廣告方法，都是良好的方法，有時也是最無効力的方法，全在乎使用得當，一般商家往往不注意於廣告的設計，結果耗費了許多的金錢，得不到効力，只說廣告是沒有用的，而稱廣告公司或廣告公司的代表都是欺人的勾當。但反轉來說，有許多廣告上的錯誤，一般推銷員是應該負責的，這種推銷員，只顧自己的利益，而不顧主顧的利益，所以我要求忠告一般商家，採取最聰明的辦法，就是：「不要只聽推銷員的話」。能在開始登載廣告之前，利用廣告公司的服務，是良好的辦法，因為辦理廣告，本是廣告公司天職，良好的廣告公司

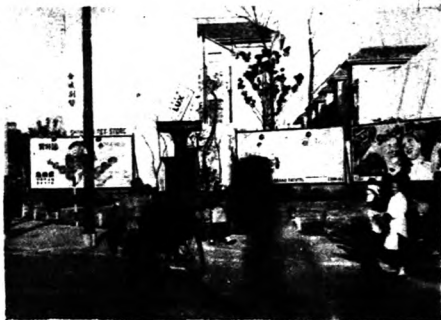
有經驗，有學識，並且知道怎樣使你的廣告引人注意。

我第二個忠告是：「計算費用」。廣告費用，必須事前計劃好，譬如預定在一年或六個月中預備用多少廣告費，就照預定辦法辦理，斷不宜登了一二個月的廣告而又突然停止，因為登廣告要收到効力，必須常登，除非是與季候有關的貨品，終是常年登載的好。換一句話說，就是：「貨品行銷一日，便應繼續廣告」。

利用新奇的作風和新奇的方法，也是收獲効力的良法，無論那一家的廣告，都應該有一個特性。至於廣告媒介物的選擇，完全根據營業的範圍和廣告的預算而定，有許多行家，廣告費可以佔營業總數百分之二，有許多行家，可以佔百分之二十或二十五，這當然隨貨品的性質而轉移了，譬如說登化粧品廣告所需的費用，自然比登飛機的廣告要多了。在中國尚沒有相當的統計，來表示各種廣告的總額，但要以報紙和戶外廣告為最多了。假使要問報紙有效或戶外廣告有效，我







又不敢加以斷言了，因為各有各的長處，各有各的效力，全視使用者的手腕如何了。有人叫我設計廣告時，這兩種方法，我都儘量介紹，因為報紙的費用雖然較大，但可以每日更換稿件，戶外廣告的費用，雖然較省，但不能時常更換稿件，而稿件又不能過長。不過祇要應用得當，廣告方法是必格於定理的。前次有一家巧克力糖公司，要登載廣告而就商於我，這種糖果的廣告預算

很小，但是推銷方面是很得力的。各零售商店，都有出售，我就建議用五張路牌，都在顯著的地段，同時再供給零售商店以陳列牌，此外共用了二十元，登載某戲院的節目單，這二十元與其說是廣告，毋寧說是一種慈善工作，因為登載的時候，是不計其効力的。結果所得的効力，真是出乎預料之外，格外的令人滿意，這就足以證明「廣告人人會登，各有巧妙不同」了。

講起目前戶外廣告的情形，一般人都覺得有許多路牌，兩塊相疊，雖然定價較廉，但是廣告効力，也隨之減少了，這是一點也不錯的，不過路牌廣告的經濟是毫無疑義的，譬如說一張十一尺高二十二尺闊的路牌，每月不過六十元，而畫稿，雜費，捐稅，油漆，電燈等都包連在內，每日能陶使幾百萬人看見，其經濟程度，是可想而知的了。

路牌廣告的又一優點，就是大眾都看得懂，不論是中國人，

或是英國人美國人日本人，都可以有一個極深的印象，這就非其他廣告刊物所能及了。而這也是一般人樂于利用戶外廣告的原因之一。

目下戶外廣告，有一種最新的趨勢，就是利用立體的形式，我曾替力士香皂在靜安寺路赫德路口建立一個二十二尺高的立體廣告，這廣告，可算為立體廣告的端矢了，此後又為某啤酒公司在愛多亞路大世界相近建立第二個立體廣告。這當然算不得一種貢獻，但也可說是戶外廣告進步之一。

最後我當感謝本刊編者給予我一個發表意見的機會，而希望以後得暇可以繼續和讀者切磋。



# 刊登廣告的要件

張巴玲

現在工商界所最感困難的，莫過於生產出來的貨物，難於銷售了，影響所及，形成了生產過剩的現象，正值得我們在本刊裏討論一下，以冀有所貢獻於工商廠號。

在我看來，要推銷貨物，利用新奇的廣告，也是方法之一，如果工商廠號能注意於廣告宣傳的技術，使一般人都知道某廠某號經售何種貨品，效用如何，價值如何，和勝人之點何在？照例當能吸引不少的顧客，使貨物的銷路，得到一個活躍的機會，優美的廣告為前鋒，良好的物質為後盾，雙管齊下，同時並進。

現在，廣告與推銷，既有很密切的關係，那末，撰述廣告自須慎重其事，決不可粗製濫造，在這裏，我且把廣告的要件，摘要的寫在下面，以供參考！

(甲)動人：所謂「動人的廣告」，就是能使人注意的廣告，刊登廣告，而引不起讀者的注意，未免浪費金錢，唯有動人的廣告

，才能引起讀者們的注意，所以，撰述廣告，第一要使合乎這個條件。

(乙)經濟：刊登廣告，必須經濟化。所謂經濟化者，並不是指地位的縮小，乃指要在使人注意的地位上，刊登費省效宏的廣告而言，例如在各大報報名下面一個四方的地位上，刊登廣告，其效力一定很大，因為人人可以看見，而且接到報紙的時候，又是第一個發見，這樣的廣告，是合乎經濟條件的一例。

(丙)趣味：其次要極力使廣告有特別濃厚的趣味，才能使讀者樂於閱看，因此，廣告上不論圖畫文字，處處必須耍新奇而能引人入勝。

(丁)有計劃：刊登廣告，要有計劃，什麼時候，刊登什麼廣告，什麼地方，刊登什麼廣告，每年登多少廣告，每年的廣告費，要有一定的預算，這許多，在事前必須要通盤籌算，定了廣告的計劃，然後按照計劃，逐步做

去，那末纔能井井有條。

(戊)有恒心：廣告常期刊登，可以產生一種積聚的印象，極為深刻，假使是斷斷續續的話，那就不行了，所以廣告既有計劃，而又能長期登刊，對於貨品的推銷上，一定有偉大的補助。

以列各點，都是刊登廣告大體上，原則上的要件，愚見所及，還祈讀者指正。

帶吊 帶祿

罩灯 帶背

道公價定 優精料質  
品出廠帶緊寬綸美

所行發  
邦來崇路國國民海上





## 選告廣國英

「春到二十  
二號來了」  
油漆對於人  
生。竟如此  
重要。

# Poor old 94!



... but wait a little!

You'll see 94 in all its glories of fresh paint. Wasn't that weather-beaten door pious on its welcoming new front, and Mrs. 94, going round with a dustier, can see her face in gleaming woodwork. Won't she regret the hours she spent cleaning and cleaning that old paint? Won't she be glad they didn't put it off again?

The longer you put off painting the more you pay later in repairs.



Painting protects your house against the weather. Painting preserves your wood outside and in. Give your home its new coat this spring. Going home to a house that's full of brightness inside—and looks well-cared-for outside—is as good as a tonic for you every day.

The cost of redecorating is less than it used to be. In any case it costs you nothing to consult a decorator. If you like, he can help you with colour suggestions. It's part of his job!

**Make a new home—with Paint!**

ILLUSTRATED BY THE PAINT MARKETING COUNCIL



# Spring comes to 22!

*They're had it done and it was worth it!* Inside and out it's all as fresh as paint. As good as a tonic, she says, to see the doors and staircase shining. Funny she never guessed, she says, that the old paint made such splendid work of cleaning and shining every day.

High time, he says, for the outside anyhow. Old paint didn't look so bad—till you came to look at it. But the rain would be a

at the front is no time if they hadn't had it done. They weren't thinking of having their doors this year, at 20. But now they're going on. It looks so nice, next door!

§The cost of redecorating is less than it used to be. In any case, it costs you nothing to consult a decorator. If you like, he can help you with colour suggestions. It's part of his job!



**Make a new home—with Paint!**

ILLUSTRATED BY THE PAINT MARKETING COUNCIL

「可憐的九十四號」。  
因為房屋的  
未曾油漆。  
便顯得毫無  
生趣。這種  
比較的方法  
。再明白有  
效。也沒有了



## 英國廣告選

在這二張廣告裏。不但飲啤酒的快樂景象。歷歷在目。就是圖畫與文字的排列和比例。也非常的可愛。



### In all political discussions

For the young man yet to learn what politics are, the tavern or inn provides a liberal education. An education in the niceties of talk -- and the gentle art of disagreement. And should disunion threaten, the way back to concord is ever open -- in a round of beer. How genial and gladdening is the power of good beer, the true wine of our country!

# beer is best

MALT · HOPS · SUGAR · YEAST

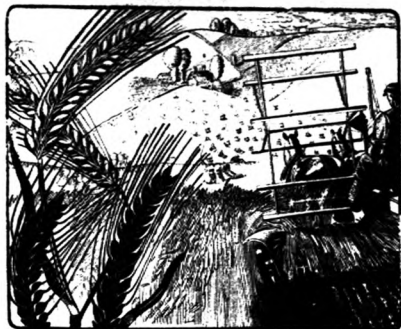


### 'Hall fellow well met'

The point about the typical inn is not that Queen Elizabeth once dined there, but that Mr. Pewter now drinks his beer there among his friends exactly as his forefathers did in the great queen's spacious day. The village inn, the tavern in the town, is the traditional centre of our social life. And the traditional pint of beer continues to be the beverage that is best to our liking and best for our health.

# beer is best

MALT · HOPS · SUGAR · YEAST



## 選告廣國英

「這就是啤  
酒所以衛生  
的理由了。  
在這裏啤酒  
的原料。一  
目了然。」

## ... and that's why beer is so wholesome!

See a field of barley—think of barley-malt—and so you come to the best of the many good reasons for the wholesomeness of beer. It's the barley-malt in beer that makes it *the* national drink.

**Malt the muscle-builder.** Every athlete knows the unrivalled energizing power of malt-extract. The malt in beer gives you more than extra energy—it's the right food for muscle-building also. And in beer this malt is broken down ready for easy digestion, which the appetizing bitter tang of hops makes easier yet. So you see there is good scientific backing—we have spared you the scientific terms—for our age-old national belief in beer.

MALT · HOPS · SUGAR · YEAST



「什麼東西  
使啤酒這樣  
衛生呢」看  
了圖畫。便  
已明白。

## What makes beer so wholesome?

PRACTICALLY any fruit or cereal will make a tolerable fermented drink. Why, then, should our forefathers have picked on barley for making beer? Only the finest quality barley can be used for brewing. There must be a very good reason for choosing barley. Here it is—

**The virtue of barley-malt.** After barley has been malted it contains a large supply of easily-digested muscle-building elements. That's why British beer is more than the proper British drink: it's an easily digested muscle-building food. And that's why you will find that the fittest men in the country drink beer. There are other excellent reasons for drinking beer. Perhaps the best of all is the one that will suggest itself first: because you like it.

MALT · HOPS · SUGAR · YEAST





## 選告廣國英

「黄昏時節。  
天氣漸涼飲  
啤酒最好。」  
這就是這張  
廣告標題的  
意義了。

In the cool of the evening

# beer is best

How good it is when your creel is full — better still should mischance have kept it empty — to turn aside at your inn for beer in hearty company! Beer is the proper drink for outdoor men because of the heartening, invigorating elements from which it's brewed. Barley-malt for digestion — hops for appetite — sugar for energy — yeast for vitality.

BEER INCLUDES BOTH ALE AND STOUT



At the top of the hill

# beer is best

MALT  
HOPS  
SUGAR  
YEAST



「上山之後。  
啤酒最好。」  
這廣告的圖  
畫。很顯明  
的有一種適  
當的景象。



Exercise takes it out of a man—cycling, hiking, or simply working. Beer puts it back. Gives you new heart for what is still to do. New energy to do it! For beer is more than the proper British drink. An energizing food. A muscle-builder! A thirsty man needs beer. A tired man deserves it.



The  
PICK OF THE POTS  
GOES INTO  
**Shippam's**  
LOBSTER PASTE

If you like Lobsters you will like our Lobster Paste. It is unique. The past of the Lobster Paste is in it. It is the water with our "Chicken and Ham" and "Salmon and Shrimp". We are plenty better Chicken, better Ham and Salmon, than fresh Salmon, North Sea Shrimps—you should not eat cold and expensive lobster, washed with good change for the day's cooking! Once you use it, you'll want to Shippam's always. If you make soups or any more. There are no formulas. Just make it.



---FREE FULL SIZE JAR---  
Place this in and get the jar in an extra 10¢ order with 10¢ extra to C. Shippam Ltd., Chicago, Ill. We will send you one full size jar of Water in Fish Paste.



The MILK is as important  
as the chocolate

When you eat a piece of milk chocolate (and it is very good for you to eat chocolate), do you pause to wonder where the milk came from? The milk in Fry's Milk Chocolate comes straight and fresh from British dairy farms. It is the pure, rich yield of cows pastured in our own West Country meadows. And where in all the world will you find better milk?

Only the best is good enough for

**FRY'S** .. and you!

★ Take home a 1/2 lb. block of FRY'S MILK CHOCOLATE . . . 6¢.



The  
BEST OF THE CATCH  
GOES INTO

**Shippam's**  
SALMON & SHRIMP PASTE

Five fresh Salmon "North Sea Shrimps" Visions open their eyes when they see our cold and expensive lobster washed with fresh produce for the day's cooking. Shippam's paste is the real thing. Our "Chicken and Ham" is Chicken and Ham—our "Turkey and Tramp" is Turkey and Tramp.

If you would like you to come and see for yourself. There are no formulas. Just make it.



---FREE FULL SIZE JAR---

Place this in and get the jar in an extra 10¢ order with 10¢ extra to C. Shippam Ltd., Chicago, Ill. We will send you one full size jar of Water in Fish Paste.

NAME \_\_\_\_\_  
ADDRESS \_\_\_\_\_  
CITY \_\_\_\_\_ STATE \_\_\_\_\_  
Send this with your order. ☐ MAIL ☐ CHECK



選告廣國英

在這幾張廣告裏，很明白的顯示看貨品的原料。當然這也是一廣告的一法。但這幾張圖的格外注目。可謂是特殊的成功。



You  
need  
it more  
in summer



You really should be on the watch for the new Bourn-Vita. You should watch over your health condition, in summer. When summer, you feel "thick" it is an almost certain sign that summer days will not be happy, in eating, sleep, and in your health. An absolutely certain sign that you need Bourn-Vita.

The energy-value of summer food is also very important to the body. The light, sharp of summer sleep is almost to make good the long day's weariness of strength and energy. A lot of people who believe for many years the difference of the body's energy of summer. It is the body's energy, energy and strength, and it provides the most important part of the body, which is the source of health, your energy.

**CADBURY'S**  
**BOURN-VITA**  
FOR SLIP AND ENERGY





STARTING MONDAY

# Baby Week



**SPECIAL**  
Hand Made  
Philippine  
Baby Dresses  
**89c**

Superbly lovely in style  
which by hand. Shown for  
both boy and girl babies.

**SPECIAL**  
Hand Made  
Philippine  
Gorinades  
**59c**

Hand embroidered at both  
top and bottom. Fine, soft  
cotton fabric.

**SPECIAL**  
Hand Made  
Philippine  
Pillow Cases  
**59c**

Cases with hand embroidered  
edges at top and bottom. Fine, soft  
cotton fabric.

**SPECIAL**  
Crib Sheets  
**39c**

For complete large sets  
see separate page and  
display.

**Down Pillows**  
**89c**

Tender, warm pillows, one  
side better than the other side.  
Size 12x18.



**Ruben's  
Baby Underwear**  
At a Feature Price

**23c**

Summer weight, washed cotton under-  
wear. Double-breasted and button style girls  
with long or short sleeves. Also featuring  
knitted and knitted pants. Included are  
the latest new fashioning hands needed to  
make your babies happy.



**"American Baby"  
Birdseye Diapers**

Size 27x27 **98c** Doz.

Size 30x30 **1.28** Doz.

A standard quality, hand laid and neatly  
finished. Designed to last for years, you  
don't have to pay a premium. Your choice of  
five sizes at an extra special price.

Up about the elevator to the Fourth Floor  
from the stairs to the Baby Shop... a central  
of value of our world. An event so impor-  
tant that we've follow a full page in the news-  
paper to tell you about it. If you have a baby,  
have a friend who has a baby, or anticipate a  
baby, come... read this page and come to  
Monday.

**SPECIAL**  
Domestic  
Hand Finished  
Dresses  
**48c**

Short-sleeved dresses, hand  
finished with lovely cotton  
fabric. Ideal for 1 year.

**SPECIAL**  
27x36  
Stockinet  
Rubber Sheets  
**69c**

Softest and strongest  
sheet in the world. They  
keep baby cool and  
dry.

**SPECIAL**  
Esmond  
Quality  
Blankets  
**48c**

Soft, heavy, plush, quilted  
blankets. Baby  
blankets. Baby  
blankets. Baby  
blankets.



**Manufacturer's Samples!**  
Toddler Dresses  
and  
Baby Boy Suits

**99c**

At About Half Their  
Regular Worth

Light, beautiful, hand-finished boys and  
toddlers' dresses, white and pastel colors.  
Beautiful styles in both dresses and suits.



**NURSERY  
FURNITURE**

At Special Feature Prices

- Play and complete with steel base,  
heavy or green enamel ..... \$10
- Bathing tub with removable covers  
dressing table, hand-finished rubber  
rub with brass corner ..... \$12
- High chair of light wood, attractive  
design, attractive style ..... \$10
- Baby bed, painted, specially fitted, heavy,  
heavy, heavy or green ..... \$10
- Heavy chair—solidly constructed but  
light, attractive style ..... \$10

Many other furniture specials.

**SPECIAL**  
Oliver Twist  
Baby Boy  
Suits  
**59c**

Hand made, attractive in  
style, shown for boys and  
girls.

**SPECIAL**  
17x30  
Quilted  
Lap Pads  
**29c**

Complete, warm, quilted, soft  
and strong. Ideal for use  
on the bed.

**SPECIAL**  
CLAPP  
BABY FOOD  
**9c**

Unsurpassed for  
quality of material, perfect  
taste, healthy, appetizing,  
best for baby's health.

**SPECIAL**  
Peter and  
Polly Crib  
Blankets  
**89c**

Soft, warm, quilted, hand  
finished, shown for boys and  
girls.

BABY'S SHOP—FOURTH FLOOR

## POPULAR DRY GOODS CO.

Full Page

Mail Orders Given Prompt and Courteous Attention

的 不 與 面 法 告 的 童 行 店 貨 來 是 這 應 以 名 題 遇 兒 往 國 在  
同 眾 是 方 排 廣 遇 兒 舉 商 百 一 就 時 求 字 的 之 童 有 往 外



# 9 The BROADWAY

Special Purchase  
From Greta Mae of  
Hollywood Giddy

## OPEN - TOE SANDALS

How are you getting on? How  
are you getting on? How are you  
getting on? Hollywood simply  
and about them, shoes, shoes,  
shoes... you will be, too!  
White, red or beige leather...  
right, brown, navy or green  
leather. Size, Monday!

Leather sandals  
in various colors

3.95

MONDAY ONLY



Leather sandals in  
various colors, \$3.95

These sandals are  
available, too, in  
leather, \$3.95



High-heeled shoes  
available in leather, \$3.95

2 col. x 16

# 6 WOODWARD & LOTHROP

500 Fifth Avenue, New York City



## WHITE and TYLESS

Proprietors of the White and Tyless  
shoe, the most famous shoe in the  
world, have now introduced the  
Tyless shoe.

White leather shoe \$8.75  
Black leather shoe \$8.75  
White and black leather shoe \$10.50  
White and black leather shoe \$9



3 col. x 11

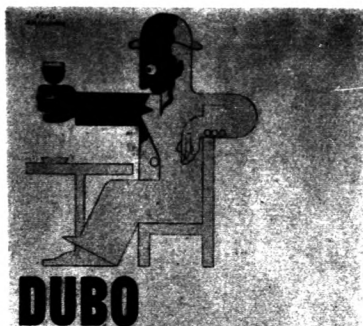


United States

## 選告廣國美

特告美地出法告鞋這  
產。界國也人可的予兩  
的廣是頭謂排廣張

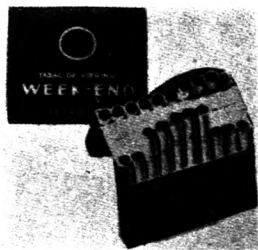




## 選告廣國法

告廣的酒和煙

法京巴黎。  
是世界大都  
市之一。在  
那裏的廣告  
也充分的  
都市化了。





Votre  
rouge  
MADAME  
sera...

...Cyclone

Le rouge  
des  
vedettes.



DE JOLIES LÈVRES  
EN ADOPTANT

**CYCLONE**

UN ROUGE D'UNE  
TÉNACITÉ SANS ÉGALÉ

CYCLONE NE VIRE PAS AU  
VIOLET ET NE CAUSE  
AUCUNE IRRITATION. FAITES  
UN ESSAI CONVINQUANT  
EN DEMANDANT LA GAMME  
D'ÉCHANTILLONS QUI SERA  
ADRESSÉE GRACIEUSEMENT.

**ROUGE CYCLONE**  
13, Boulevard du Parc,  
NEUILLY-SUR-SEINE

Agence Générale p<sup>r</sup> la Belgique : 11, rue Royale, à SPA

告廣品粧化的國法



來出露顯的白明很品物於對 ● 告廣援線



*C'est l'Idéal*

À la recherche des plus belles chaussures, vous en avez trouvées une seule, celle qui vous plaît. C'est l'Idéal.

Un seul modèle, un seul style, une seule couleur, une seule matière, une seule forme, une seule taille, une seule marque, une seule qualité, une seule adresse. C'est l'Idéal.

Un seul modèle, un seul style, une seule couleur, une seule matière, une seule forme, une seule taille, une seule marque, une seule qualité, une seule adresse. C'est l'Idéal.

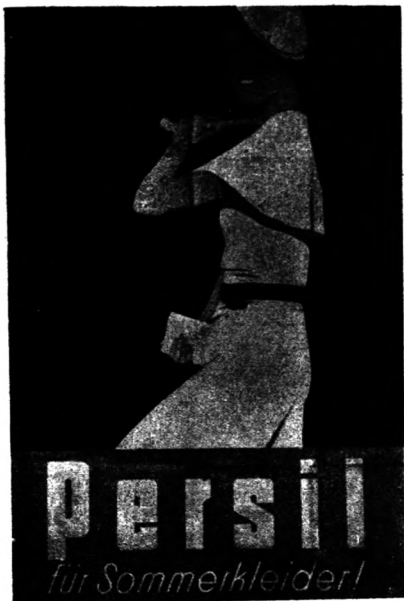
告廣鞋女的國法



告廣烟捲的國法



德 國 廣 告 選



## Der anspruchsvolle Fahrer



Bei mir heißt es von Columbus „nach Maß“ aufzulegen. Denn von Columbus wurde auf  
 jeder nur durch gewisse Eigenschaften vorgelegt. Die stoffliche Auslegung, die der arme, bescheidene  
 gerade in der Sprache dieser unvollständigen Leibesbesitzer nicht: Hysterie, Eiden, von anderen

[illegible]

## Die vollkommene Pflanze

These three variables define a representation of the state of the system. The system is modeled as a continuous-time system, with the state variables being the position, velocity, and acceleration of the cart. The system is controlled by a control signal, which is the force applied to the cart. The system is modeled as a continuous-time system, with the state variables being the position, velocity, and acceleration of the cart. The system is controlled by a control signal, which is the force applied to the cart. The system is modeled as a continuous-time system, with the state variables being the position, velocity, and acceleration of the cart. The system is controlled by a control signal, which is the force applied to the cart.



## NUR RUHIG BLUT!



Auf den Automobilzucker prass  
seit einer Fülle von Schlagschlägen  
nieder. Da geht es, dem Blick für  
das Wesentliche zu beharren (Es  
kannste lediglich daran an, was  
ein Wagen lenkt, steuert und  
bremst, ob seine Kapazitätserweiterung  
erfolgreich ist und sich bei den  
entscheidenden Möglichkeiten der Preise bewährt hat  
Wenn Schlagschläge auf Sie einwirken: Sie ruhig über! Der produktive

Bewen gützle Sie in besserer Sicherheit auf Automobilen verkehren, desto größer wird bei uns unser ansehndes Opzel. Produzieren Sie Freude über die hervorragende Leistungsfähigkeit, die ununterbrochene Sicherheit und Zuverlässigkeit und den beispielhaften Fahrkomfort von Opel, werden die Crapungen einnehmen, überall Sie besser für die guten Opzel bekommen können. Sie werden sich aber freuen, weil Sie eigentlich nicht ausgehen sollen, wenn ein Opzel Ihnen doch alles gebracht hat. Nutzen Sie die Vorteile der Opel. Nutzen Sie die Vorteile der Opel. Nutzen Sie die Vorteile der Opel.

[illegible]

德國的印刷  
術是進步得  
很快的。廣  
告製作的技  
巧。也與英  
美並駕齊驅。



I sommer drikker vi øl  
- Oslo-øl

SPRØJLUND'S BRYGGERI RINGNES BRYGGERI SCHOLUS BRYGGERI

威 那

吉 廣 酒 啤



**MATMINO**  
MATELAS GARANTI



SONS LUTTI  
SONS ØLS

時 利 比

吉 廣 啤 啤

與 時 利 比

威 那



**ØLET**  
med den  
**RØDE STREK**

egner sig utmerket til  
julebordet

**RINGNES ØL**

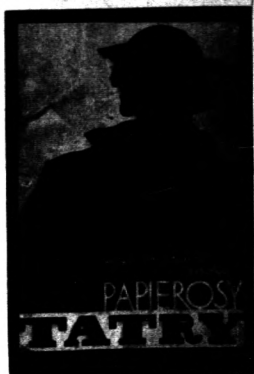
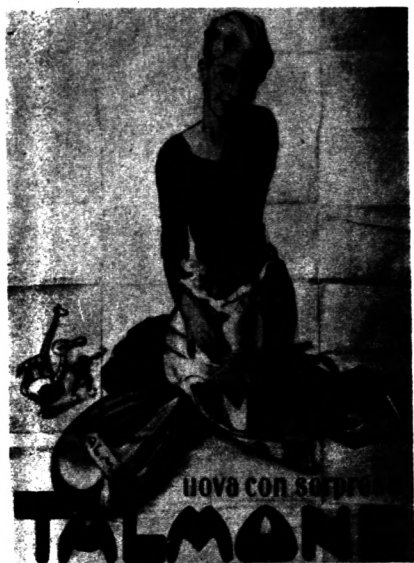
糖  
菓  
廣  
告

比  
利  
時

威 那

吉 廣 酒 啤





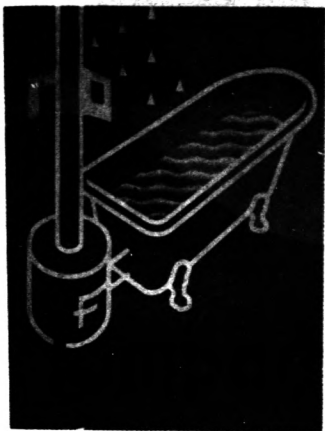
## 選 告 廣 利 大 意

意大利廣告  
的作風，和  
波蘭相差無  
多，這大概  
是地處鄰近  
的原故了。



## 波蘭廣告選

在這幾張廣告裏。可以知道波蘭的招貼廣告。在製作的技巧上。是深合於圖多字少的慣例的。



## 選 告 廣 利 牙 勾

特 告 利 向 壯 和 簡 看 可 裏 廣 四 在  
色 的 廣 牙 是 租 單 出 以 告 張 這





## 荷蘭廣告選

右面的酒的一望  
廣告。是荷蘭  
的出品。下  
面二則廣告  
和歐洲各  
國相差不多

# BOLS

BRANDY



## KUNT U KOKEN -KOOK DAN MEE!

### De groote Kookwedstrijd,

georganiseerd door de Nederlandsche Kookwedstrijd, welke, op de AMATO in Amsterdam, op zaterdag 10-22 September, zal worden gehouden. Het is een wedstrijd in de kookkunst, waarbij de deelnemers op de AMATO in Amsterdam, op zaterdag 10-22 September, zullen worden getoond.

De wedstrijd is open voor alle kookliefhebbers, welke op de AMATO in Amsterdam, op zaterdag 10-22 September, zullen worden getoond.

op de Land- en Tuinbouwtenoonstelling "AMATO" in de Nieuwe Marktweg in Amsterdam, 10-22 September

"HOLLAND'S  
WELVAREN"



## GEZONDE Kost!

Maakt het leven niet een beetje in de  
geest? U wilt een wat lekkerder maaltijd  
die U verzorgen wilt, maar die niet te  
veel moeite kost. De enige is het koken  
met een beetje kennis.  
Eenmaal, dat is het, dat het koken is  
een kunst. Het koken is een kunst. Het  
koken is een kunst. Het koken is een kunst.  
Het koken is een kunst. Het koken is een kunst.  
Het koken is een kunst. Het koken is een kunst.  
Het koken is een kunst. Het koken is een kunst.

HOOGSTENDEGRADIG  
Dapper 1-2 en 3-12

"HOLLAND'S WELVAREN"

op de Land- en Tuinbouwtenoonstelling "AMATO" in de Nieuwe Marktweg in Amsterdam, 10-22 September



# 芬蘭廣告選

聖誕老人當然要  
送給這二個  
福芬蘭的聖誕  
禮物。它的排  
法的確令人  
愛。



**Jultävlingen**  
FRÅN OXYGENOL'S  
JULKLAPPSÄCK

Den som vill ha en jultävling i sin butik eller i sin familj, kan låna denna jultävling från OXYGENOL'S JULKLAPPSÄCK. Den är utformad som en jultävling och innehåller en mängd olika priser och gåvor. Den är också utformad som en jultävling och innehåller en mängd olika priser och gåvor.

Den som vill ha en jultävling i sin butik eller i sin familj, kan låna denna jultävling från OXYGENOL'S JULKLAPPSÄCK. Den är utformad som en jultävling och innehåller en mängd olika priser och gåvor. Den är också utformad som en jultävling och innehåller en mängd olika priser och gåvor.

OXYGENOL  
gåvan - jultävlingen i festlig dräkt



**Stiliga-**  
nyttiga  
jultävlingen

Jultävlingen är en jultävling som innehåller en mängd olika priser och gåvor. Den är utformad som en jultävling och innehåller en mängd olika priser och gåvor.

Den som vill ha en jultävling i sin butik eller i sin familj, kan låna denna jultävling från OXYGENOL'S JULKLAPPSÄCK. Den är utformad som en jultävling och innehåller en mängd olika priser och gåvor. Den är också utformad som en jultävling och innehåller en mängd olika priser och gåvor.

OXYGENOL



**身雨金**

見立效功

功使服非効是吉乘當藥廣冬  
之効人主常說將好最的然補  
機立有動透得功廣補多補的



Spain

# 選告廣牙班西



# I,000 MILE RACE



WON AT RECORD SPEED

For VARZI (ALFA ROMEO)

For TABUZZI (MASERATI)

1. ALFA ROMEO 2. MASERATI 3. MULLER

**LUBRICATION AND PETROL BY SHELL**

USE BOTH IN YOUR CAR

明較各與度一又的西  
顯。非頁其了種另廣班  
常比。他試風有告牙

多在跟在風犯偉貴這  
得。不。前。景。一。大。告。一  
可。實。者。種。的。復。幅

精美  
準確

甲女：妙哉！如牛飲酒了，還不可惜  
乙女：不防試試勞力士腕錶才曉得  
甲女：有甚麼？我即請買一個我  
以前之手錶因下雨時忘了  
取出已在屋下不見了  
乙女：誰說終日戴我的勞力士不  
永而輕巧準確如恆春寶不  
寒減品也  
勞力士腕錶上鍊後靜靜工作  
之聲與各種音樂聲遠近巧  
妙如一聲聲生女靜音所傳  
之也

ROLEX

深曉鐘神到十度深費  
僅此有內以物有以之各

悅依  
耳揚

愛西爾亞  
管室真通電雷

今最流行此音響機今日之  
播音較前地耳音細清無雜  
疾倍何事知人乎  
君之收音機改用亞細亞  
雷電真通電管則雖極遠之  
播音亦極清晰無誤也

亞細亞電聲公司

總代理 上海南京路 亞細亞電聲公司

婦女為國民之母故對於子女教育實為重要  
機會尤莫過於子女  
健康發育誠士增進之  
使將來成為強盛之國  
民蓋民為邦本民強始  
可富國也  
本片適為兒童年一歲者  
謀以母為養之阿華  
田實獻於全國兒童光  
望為母親者準備之以  
保健康之高尚使將來  
全國國民皆健康國家  
強是所冀也  
阿華田電達廠謹啓

物贈送均有券附  
春禧

恭賀

阿華田

總代理 永和洋行 總經理



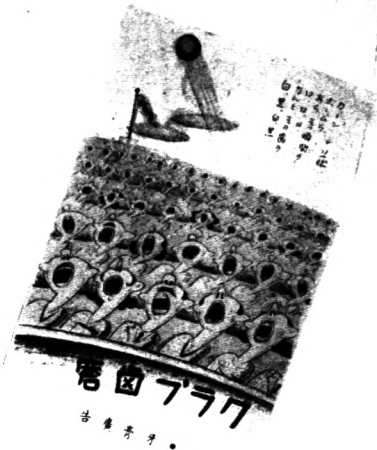


大偉的力引吸。

日  
本  
廣  
告  
選



點特的廣告「久利」張這是殊特的法排。



告廣膏牙。



力如的來貴海。



味氣本日香露波的分光。



其耳土 告廣品粧化



克捷

告廣機飛

典瑞——其耳土——克捷

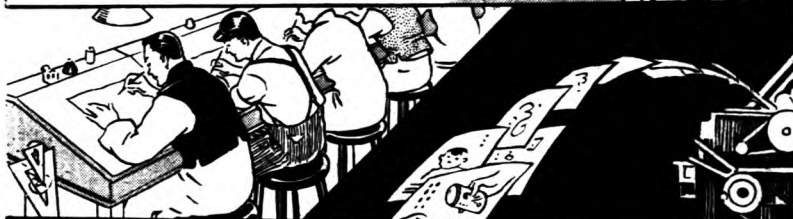


斑一的告廣典瑞



# 廣告與推銷

- ◎貨品充分的舖排在經售商店裏。
  - ◎請專家繪作廣告。登載在適當的刊物上。
  - ◎讀者見了廣告到經售店去購買。
- 這是銷售的三部曲。也是廣告和推銷工作的一個雛形。



# 黑姑娘

小呂宋  
甜紙烟

烟枝  
長大  
經濟  
耐吸



# 英雄牌

烟香

品質  
高超  
甘和  
怡神



# 白富牌

麗雪機  
烟茄製

政府  
專利  
名貴  
非凡

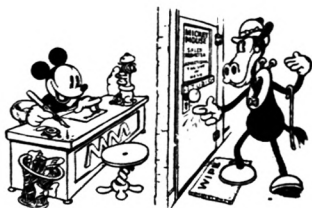


中國華英煙  
公司出品

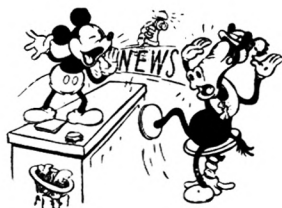
# 米老鼠廣告學院



(二) 請請生坐！告你使要功須記：事三牢你成莫你假訴



(一) 好罷！主顧來！



(四) 第二的廣告一定好。開的極要一摩你第



(三) 第一的你莫告必項其有力。



(六) 好！先生！第二課否！你！  
罷面請可



(五) 第三的你必特人的寫這課。  
一是。莫使別須告的三

# 大 陸 報

The China Press

為海上唯一促進新聞事業之西報，每晨貢獻讀者新穎消息如本埠，國內及國際，包羅萬象應有，盡有且材料豐富，詞句精彩別緻，殊為耐人尋味。

大陸報週刊，內容充實，專載一週內大事，並另有美術照片，短篇創作等之點綴，裝訂美觀，可供收藏，留作時事參考之用，每星期日出版隨報附送。

---

本報銷數宏大。廣告生効。

---

## 大 陸 報 館

電話一七五〇一

上海愛多亞路一〇六號

# 家造製

## 商售經總

利用推銷員  
利用說明書  
利用信札  
利用陳列  
利用目錄

扎信及單傳利用

物版出之身自利用

報公業同利用

利用推銷員：  
以廣告圖樣等  
給予推銷員。  
以便對外推銷  
。對於推銷員  
。又須有相當  
訓練。

## 商理經

教育用戶之工作  
報紙廣告  
雜誌廣告  
路牌廣告  
電車廣告  
街車廣告  
戲院廣告  
散發樣品  
包裝廣告

## 商售零

零售  
(一) 售  
(二) 售  
(三) 售  
(四) 售  
(五) 售  
(六) 售  
(七) 售  
(八) 售  
(九) 售  
(十) 售  
(十一) 售  
(十二) 售  
(十三) 售  
(十四) 售  
(十五) 售  
(十六) 售  
(十七) 售  
(十八) 售  
(十九) 售  
(二十) 售  
(二十一) 售  
(二十二) 售  
(二十三) 售  
(二十四) 售  
(二十五) 售  
(二十六) 售  
(二十七) 售  
(二十八) 售  
(二十九) 售  
(三十) 售  
(三十一) 售  
(三十二) 售  
(三十三) 售  
(三十四) 售  
(三十五) 售  
(三十六) 售  
(三十七) 售  
(三十八) 售  
(三十九) 售  
(四十) 售  
(四十一) 售  
(四十二) 售  
(四十三) 售  
(四十四) 售  
(四十五) 售  
(四十六) 售  
(四十七) 售  
(四十八) 售  
(四十九) 售  
(五十) 售  
(五十一) 售  
(五十二) 售  
(五十三) 售  
(五十四) 售  
(五十五) 售  
(五十六) 售  
(五十七) 售  
(五十八) 售  
(五十九) 售  
(六十) 售  
(六十一) 售  
(六十二) 售  
(六十三) 售  
(六十四) 售  
(六十五) 售  
(六十六) 售  
(六十七) 售  
(六十八) 售  
(六十九) 售  
(七十) 售  
(七十一) 售  
(七十二) 售  
(七十三) 售  
(七十四) 售  
(七十五) 售  
(七十六) 售  
(七十七) 售  
(七十八) 售  
(七十九) 售  
(八十) 售  
(八十一) 售  
(八十二) 售  
(八十三) 售  
(八十四) 售  
(八十五) 售  
(八十六) 售  
(八十七) 售  
(八十八) 售  
(八十九) 售  
(九十) 售  
(九十一) 售  
(九十二) 售  
(九十三) 售  
(九十四) 售  
(九十五) 售  
(九十六) 售  
(九十七) 售  
(九十八) 售  
(九十九) 售  
(一百) 售

## 則原告廣商售零

告載埠付造由  
廣登本費家製

半付家製費廣  
一各造與告

列部及櫥商利  
陳內窗店用

員職具育教

法方別特

## 戶用

廣告程序表  
上列各廣告之優點  
一、可徑之推銷  
二、可徑之推銷  
三、可徑之推銷  
四、可徑之推銷  
五、可徑之推銷  
六、可徑之推銷  
七、可徑之推銷  
八、可徑之推銷  
九、可徑之推銷  
十、可徑之推銷  
十一、可徑之推銷  
十二、可徑之推銷  
十三、可徑之推銷  
十四、可徑之推銷  
十五、可徑之推銷  
十六、可徑之推銷  
十七、可徑之推銷  
十八、可徑之推銷  
十九、可徑之推銷  
二十、可徑之推銷  
二十一、可徑之推銷  
二十二、可徑之推銷  
二十三、可徑之推銷  
二十四、可徑之推銷  
二十五、可徑之推銷  
二十六、可徑之推銷  
二十七、可徑之推銷  
二十八、可徑之推銷  
二十九、可徑之推銷  
三十、可徑之推銷  
三十一、可徑之推銷  
三十二、可徑之推銷  
三十三、可徑之推銷  
三十四、可徑之推銷  
三十五、可徑之推銷  
三十六、可徑之推銷  
三十七、可徑之推銷  
三十八、可徑之推銷  
三十九、可徑之推銷  
四十、可徑之推銷  
四十一、可徑之推銷  
四十二、可徑之推銷  
四十三、可徑之推銷  
四十四、可徑之推銷  
四十五、可徑之推銷  
四十六、可徑之推銷  
四十七、可徑之推銷  
四十八、可徑之推銷  
四十九、可徑之推銷  
五十、可徑之推銷  
五十一、可徑之推銷  
五十二、可徑之推銷  
五十三、可徑之推銷  
五十四、可徑之推銷  
五十五、可徑之推銷  
五十六、可徑之推銷  
五十七、可徑之推銷  
五十八、可徑之推銷  
五十九、可徑之推銷  
六十、可徑之推銷  
六十一、可徑之推銷  
六十二、可徑之推銷  
六十三、可徑之推銷  
六十四、可徑之推銷  
六十五、可徑之推銷  
六十六、可徑之推銷  
六十七、可徑之推銷  
六十八、可徑之推銷  
六十九、可徑之推銷  
七十、可徑之推銷  
七十一、可徑之推銷  
七十二、可徑之推銷  
七十三、可徑之推銷  
七十四、可徑之推銷  
七十五、可徑之推銷  
七十六、可徑之推銷  
七十七、可徑之推銷  
七十八、可徑之推銷  
七十九、可徑之推銷  
八十、可徑之推銷  
八十一、可徑之推銷  
八十二、可徑之推銷  
八十三、可徑之推銷  
八十四、可徑之推銷  
八十五、可徑之推銷  
八十六、可徑之推銷  
八十七、可徑之推銷  
八十八、可徑之推銷  
八十九、可徑之推銷  
九十、可徑之推銷  
九十一、可徑之推銷  
九十二、可徑之推銷  
九十三、可徑之推銷  
九十四、可徑之推銷  
九十五、可徑之推銷  
九十六、可徑之推銷  
九十七、可徑之推銷  
九十八、可徑之推銷  
九十九、可徑之推銷  
一百、可徑之推銷

## 日報期刊廣告

本公司承辦本外埠中外日報各種期刊廣告代  
撰文編設計製版服務迅速週到

## 油漆路牌廣告

本公司在本埠各區上等繁盛地段建有美觀廣  
告牌特聘名師畫樣另雇技術高超之漆匠工作  
租期按月短期均可

## 印刷廣告文件

本公司印刷部承接各種大小廣告印刷文件宣  
傳書冊書報傳單以及一切實用廣告品出品精  
良迅速取價低廉

## 一切代辦業務

本公司為謀顧客便利起見經營一切代辦業務  
代客調查市場推銷貨物以及其他贖辦事宜

## 愛克美廣告公司啓

博物院路一三一號 電話一七五一八號

我國創辦最早設備最金之影寫版專家

## 中國照相版印刷公司

承印各種圖畫雜誌。各雜誌中插圖。以及  
廣告招貼等件。出貨迅速。印刷精良。無  
論印數多寡。均所歡迎。且取價特別減低。  
以期大小刊物。均能採用。如蒙惠顧。請  
用電話通知。即可派人前來接洽。

### 營業部

上海北四川路海甯路口  
電話四〇九六九 郵箱一五三四

## Shanghai Nichi Nichi Shimbun

455 Chapoo Road

Tel.: 41867-41292

朝 夕 報  
附 華 文 版

日 文 報

定 報 價 目

本埠	一個月	一元五角
	六個月	八元五角
	一年	十六元
外埠	每月另加郵費三角	



創刊二十餘年歷史最久  
銷數最多廣告效力最大之

朝 夕 報  
附 華 文 版

社址：

乍浦路 四五五號

電話：

營業部 四一八六七

編輯部 四一二九二



# 為何在報紙上登載廣告

大陸報館經理  
朱倚天

「為何在報紙上登載廣告？」此問題常為人所提起，依吾所見，置答似不為難，蓋報紙廣告為宣傳之利器，具有調劑社會供求之功用，更能吸引有實力者之購買，並作為購辦貨物之參考，此點尤為不容忽視，蓋當報紙傳達到家庭時，全家爭閱，冀於廣告中發現有無可置之物，因家庭為購買一切物件之討論處，在此大概情形之下，例如居住何種式樣房屋，陳設何種傢俱，皆取決於一家之主婦，即以購置汽車之問題而論，在主婦每選擇其式樣之玲瓏，顏色之美麗，起坐之舒適，從子輩甚諸機械之學，欲擇機械之精良，以便駕駛合宜，而主婦之心，決不注意及此，再以保險為例，在招攬保險者，欲求成功，不得不先走被保者之門，而詳說其妻或其母，以為之助，俾易達其目標，其妻或母既贊成，則夫或子鮮有不喜納焉，家庭主婦，既有購買之力量與權力，則利用報紙廣告而達家庭，自當推銷捷徑，不言可喻。

近日上海趨勢，有利用路牌廣告者，建築精美者，固亦能令人注意，然路人匆匆忙忙，經過路牌之處，為時甚暫，故宜於提示工作，未能作教育廣告，抑且限於一隅，故不及報紙之普遍也。在普通人思想中，或另有一種廣告，即無線電之利用。然大凡置有無線電者，皆能承認當某電台廣播商品廣告時，即轉換別一電台，因該電台繁絮不絕之報告，令人厭倦也，可見利用電台，於宣傳商品，亦不能得聽眾之滿意，與報紙相比較，一為自動出資購閱者，一為強迫而聽者，兩者比較，不難求得大眾之反響為何如矣。吾嘗見美國諸商店，營業之成功，多賴報紙廣告之助，是以美國各大百貨商店，皆盡量登載報紙廣告，遇有特別賤賣，多登全頁者，檢其統計，所獲營業之總數，是較廣告所費超出倍捷，是報紙廣告有利於商品之推銷，更彰彰明甚矣。即以

## HEADLINES OF 300 YEARS AGO



三百年前之英國報紙  
左圖一為英王詹姆斯一世時代即一六二五年出版之(The Continuation of Our Weekly)。該報或為英國報紙之鼻祖，斯後週刊等陸續問世，至安妮皇后時代，即一七〇二年，英國之第一張早報 The Daily Courant 問世，此後又有 The Daily Post 起而與之競逐，但尼而德福所著之書演說流記，即登載其中，繼續刊佈歷時凡一百六十五日，厥後於一七五四年又有 Daily Advertiser 創刊，該報曾被稱為現代報紙之第一份，蓋其始即具有現代報紙之形式者也。



第一世紀之羅馬酒店廣告

我國而論，商家推銷貨品，莫不以報紙廣告為廣告計劃之中心柱石，預算有餘，則再旁及其他提示廣告，以補報紙之不足，若專登提示廣告而舍報紙廣告，則未免舍本而求其末矣。

查以廣告推銷商品，殆肇始於一六二六年一荷蘭報之招請廣告，嗣後滋長進步，因報業之發達，日漸改進，迄於今日，極為蓬勃，惟目今不景氣現象，到處皆是，製作廣告，非出奇制勝，未易收效，報館當局，亦當為其登戶設想，推廣銷數，儘力服務，務使其費不虛耗，而收實效，然則報紙廣告之不可或缺，益當為人所深信，利益所及，亦足有裨工商之復興矣。

## 廣告之年齡

廣告誕生於何時，殊難稽考，我國古時有旗幟懸於酒肆，以資識別，而廣招徠，今之招牌，亦為古時廣告之陳迹也，據十五世紀克利福氏 (M. O. Clifford) 謂，廣告一字 (Advertising)，出於顧丁之 (Advertiser) 意義為「使人知曉」，其正式被用為推銷貨品之襄助，在一七一二年，是年有「旁觀雜誌」(Spectator) 發行。而繼以「大眾廣告」(Public Advertiser) 以供廣告登戶之參考。一八八八年，美國著名之廣告專門雜誌「印刷界」(Printers Ink) 創刊，該刊提倡廣告須準確忠實，廣告代理商。遂亦應時而起，專代客商計劃，選擇適當之刊物，製作廣告稿件，而以其服務，貢獻社會，至於今日，廣告事業，異常發達，該刊實與有功焉。

## 用戶的接受

(Consumer Acceptance) 和

## 用戶的需求

(Consumer Demand)

利用廣告，可以使用戶接受貨品，再進而使他需求所廣告的貨品。譬如有一種香皂，開始登載廣告，同時已將貨品鋪排於各經售商處，有一個主顧曾經看見過所登的廣告，而到經售商店去買香皂，經售商店，就給他這登載廣告的香皂，這主顧一見了香皂，就記着他曾經看見過廣告的，因此好像是熟識的一般而接受了，這就是用戶的接受 (Consumer Acceptance)。

在經過相當時間的廣告之後，一般人以為這種香皂是的確很好而合乎他的需要的，於是到經售的商店裏去指定要買某某牌香皂，這就是用戶的需求 (Consumer Demand) 了。雖然登了廣告，也許兩種情形同時發生，但照通常情形，大都是先發生用戶的接受，然後發生用戶的需求。



# 上海戶外之廣告

美登有限公司總經理 美登  
F. C. Millington

## (一) 路牌廣告

余爾身廣告界以來，忽已十有五載，當十五年前之戶外廣告，係由克勞君及法興廣告公司開其端，迄於今日，蓋已歷經變遷矣。一九二〇年時，本市除吉士牌香烟，英美烟公司，及其他著名藥品利用路牌廣告外，可稱絕無僅有；至電車招貼廣告，則祇有跑馬廳，賽狗會，鮮花會，開或一用之；其時年紅燈尚未發明，公共汽車尚未行駛，櫺窗裝飾，蘭陔不堪，展覽會尤屬罕聞。而輪船大車，亦未有登載廣告者，即傳單通告之分發，亦鮮見聞，報紙雜誌廣告，猶在萌芽時代，未有如今日之發達也。

今日則大不相同矣。如週行本市通衢，則路牌廣告，觸目皆是，甚至有若干區域，（例如靜安寺路），路牌之盛，反較住戶為多，足見戶外廣告之趨勢，竟今列登廣告者對之，大有過多之嫌。若能將佈置惡劣，燈光不明之路牌，大加淘汰，固於公眾為有益也。近來談項廣告，價目已極相宜，凡有相當廣告費之商品，而宜於大眾日用者，莫不採用路牌，以資號召；良以通衢大道之路牌，一年之中，一日之內，過其旁而見之者，不知幾千百萬人也。



製作路牌廣告，須簡潔明瞭，（猶招貼然）方能使見者注意，而易於記憶。反之若圖樣不佳，而不能引人注意，則効力即大為減退，試觀上海各處所貼之吉士牌香烟廣告，印刷既精美絕倫。詞句又簡潔而流利，附以其常用之標語

"They Satisfy", 極合人類審美之天趣，每月更換一次，更能時求其新穎而引人入勝焉。由是觀之，戶外廣告，必須以精美之圖畫，明瞭之字句，合宜之佈局為必要條件。若草草完成，或污穢陳腐，登載廣告於其上，不得其利，反受其害。

適近敝公司為可的奶牛作一特殊之路牌於靜安寺路，係用白鐵皮，木架，水門汀，磨碎之玻璃



等製成。此磨碎之玻璃，蓋用以使其閃爍發光者也。同時凡有可的牛奶出售處之櫥窗，亦裝以同樣之圖案，冀收相得益彰之妙。

## (二) 汽車廣告

今日上海成敗車者之另一廣告法，為雙層汽車之兩旁地位。自此車最初駛行之時，此項廣告地位，爭相登載，雖至今日，為時一年有半，此每日行駛全埠之二十五輛雙層汽車廣告，未嘗或減。蓋以前皆以未能得有二十五尺長三尺高之游行之路牌為憾，今



雙層公共汽車之廣告

則果爾實現，而其圖樣係精製而成，每能使過路者注意及之也。至於普通公共汽車之廣告地位，價目較廉，製造廠家每日約化五角之廣告費，能使其貨品之名稱優點，在上海公共租界內，每日行駛十八小時，經過一百七十三里，其價值之廉，效用之大，可謂無出其右矣。至於公共汽車每日乘客，約計有十萬之眾，故每車之內，登廣告一張，每月所費不過六十元，殊為值得。若廣告文圖簡妙，人人注意，每日以二元代價，而使十萬人於六個月內遍知廣告所載之物品，亦事實所可能。又雙層汽車坐椅背後之廣告，亦為宣傳物品之利器。是類廣告，為據磁所製成，極為耐久，非有重擊，未能傷損之，然此乃必無之事也。

自工部局禁止街上游行廣告後，公共汽車背後之招貼，大受歡迎，蓋以各香烟公司每日更換其五彩石印之廣告，為本市生色不少也。

## (三) 電車廣告

至于電車廣告，亦未嘗優於公共汽車也。且有以電車常處于路中心，故廣告極易為行人注視，此類廣告，價目亦極相宜，若同時登載十塊車旁長牌，每塊每月

車內坐椅後之廣告



不過費洋十八元耳。

## (四) 年紅燈

在南京路及其他地方大樓之屋頂，皆有年紅燈招牌，以為貨品之宣傳，亦有於各百貨商店之櫥窗，飾以年紅燈招牌，祇將物名表出者，如「亞米茄表」，即為一例。

## (五) 船隻廣告

若欲向新到上海之人士宣傳貨品，則可採用船上廣告，蓋每週



怡和輪船內之廣告



輪船特等艙位，載客往來於上海間，數以千計，怡和輪船公司特於華人特等艙位客廳內，陳列廣告，右圖可見一斑。無論在該公司之海輪江輪登載廣告一張，每月取值五元。

### (六) 櫥窗廣告

此外櫥窗廣告，亦佔有重要地位，未可忽略，蓋其能吸引顧客入店



南京路之一角

採購貨品也。惟陳列之時，宜妥諸設備完全之廣告公司，非人人所可從事於櫥窗之陳列者也。以使過路者注意為貴。裝飾櫥窗，本為美觀之一，若南京路各大百貨公司皆自設有櫥窗部，專司其事，蓋深知櫥窗陳設得宜，對於推銷輔助之大也。有時製造廠特備各種陳飾之具，以分發零售商店者，如中國肥皂公司，中和燈泡公司等。

### (七) 結論

戶外廣告，種類極多，効力亦大，尤以繁盛如上海者為然，本刊編者，徵文於余，爰作是篇，以應其請。

### 怎樣去推銷一種貨品

推銷一種貨品，必須要實行推銷的工作，但是新出貨品和已經銷行的不同，現在分述於下，

#### ▲新出品的推銷法

- (一) 研究可能的市場，
- (二) 研究目前的競爭狀況，
- (三) 調查用戶和經售商的意見
- (四) 研究製造和推銷的費用，以便定奪廣告的費用，
- (五) 研究貨品本身，
- (六) 定奪最完善的推銷法，
- (七) 定奪廣告的後盾，
- (八) 假使貨品是由經售處賣出的，決定是否應該設立獨家經理，
- (九) 決定廣告刊物，
- (十) 計劃廣告，預備，發登，

#### ▲已經行銷的貨品推銷法

- (一) 研究用戶的態度，
- (二) 研究經售者的態度，
- (三) 研究獨家經理的態度，
- (四) 研究市上競爭的狀況，
- (五) 考查現行推銷方面的弱點加以糾正，
- (六) 研究送貨的方法和其他服務，
- (七) 研究所用的廣告刊物，
- (八) 研究現用的廣告稿件，



# 戶外廣告的經濟

克美廣告公司經理克勞李  
S. B. Crawford



說起戶外廣告，要算是最古老的廣告方法了。在印刷術未發明以前，在埃及，羅馬，埃及等處，已有人利用戶外廣告來使人知道他們的店舖或服務。

然而迄至今日，戶外廣告見者人數之多和定價之低，尚不為一般人所認識，其實如果在一個良好的地段，樹立一塊廣告牌，確可以達到一部份的主顧，從早到晚，為廣告者服務，使早晨到辦公室的人，晚上回家的人，和在這晚間出來遊樂的人，都看見這種廣告而留一個極深的印象。

要證明戶外廣告的經濟是很容易的，一個製造家或是零售商店可以叫一個推銷員出去宣傳貨品的優點，但一天之中，他至多祇能和二十五個主顧接洽，如果

製造家和零售商店每日付他薪金五元，那末每週一主顧，便要費掉二角錢。但假使利用戶外廣告，那末可以以五分至一角錢的費用達到一千個主顧，雖然兩者性質不同，但利用戶外廣告的經濟却是不言而喻了。當然，廣告的費用是包括在貨品售價裏面的，所以減省廣告的費用，就可以減低貨品的售價，而同時增多貨品的銷路，戶外廣告也因此成為現代廣告方法之很經濟的一種了。

## 鐵路廣告

交通廣告公司  
手 沈 東

無論那一國的國內交通利器，首推鐵路，冠蓋往來，人數累聚所經各地，又屬富饒之區，亦即推銷貨品的良好市場。所以就鐵路路上登載廣告，能收到良好的效力。如油漆廣告牌，車內廣告等，都是鐵路廣告的方法。

現在且把國內著名鐵路幹線介紹一下！京滬鐵路：起自上海，終於南京，線長三一〇。〇四公里，站凡四十五。經過（蘇州）（無錫）（常州）（鎮江）。滬杭甬鐵路：由上海到杭州，及寧波至曹

城江二段，合計全長一八〇。六五里，車站有四十一。經過（浙江）（嘉興）（嘉善）（硤石）（長安）以及甯波餘姚等各縣市鎮，都是東南工商業發達的區域，又為江南政治的重心。津浦鐵路：約長二千餘里，縱貫白河黃河淮水長江四流域。經過河北，山東，安徽，江蘇，四省。幹路從天津經德州，濟南，泰安，曲阜，兗州，徐州，蚌埠，滁州到浦口。大小車站八十有二，為全國最重要的南北幹線。平漢鐵路：長共一千二百二十公里，有車站一百二十五處，自北平正陽門南行，經過河北保定，正定，石家莊，順德，入豫境歷彰德，新鄉，渡黃河經過鄭縣，鄭城，信陽，入鄂境由應山，孝感，黃陂，達漢口。南連粵漢，北接遼寧，中貫通清隴海，為中部最大幹線。隴海鐵路：起自江蘇海州，現終於陝西西安，鄭州為與平漢線交叉，徐州車站，與津浦路十字正文中心，已成里程一千餘里，車站有九十三。最近各路聯運，直達通車，計經過一萬餘里，大小城市，又四百餘處。

這四條路上的乘客，都是有希望的買客，上海工廠而向他們推銷，利用鐵路廣告，可收事半功倍之效。



# 郵遞廣告的特長

凡精於廣告之通者，都竭力想免除廣告中的耗費，尤其是在這不景氣的時候。

要免除廣告中的耗費，登載廣告，一定要有目的，有計劃，有頭緒，有條不紊，以求不失發，纔可以使廣告者達到目的。

所謂郵遞者，就是將廣告品由信封中寄出去。這種廣告，在歐美非常盛行，在上海也正在逐漸發達了。利用郵遞廣告，有下列五種特長：

(一)廣告者可以自己選擇一羣與貨品相配而又需要的人，向他們推銷。

(二)可以預先知道對方的心理，然後向他們推銷，自然容易融合了。

(三)可以用一種有趣而又很親熱的方法來申述貨品的優點，而且又可以儘量的敘述，沒有地位的限制。

(四)因為郵遞廣告等於一種普

捷運廣告公司經理 蘭姆斯

A. dos Ramos

遍個人推銷法，可以很偉大的實行，不動聲色的不讓同業知道，而使他們無從競爭。

(五)每一張廣告，終會被人看見，所以是決沒有耗費的。

然而實行郵遞廣告，也得要先下一番功夫，如果沒有充分的準備，很難勝任，因為：

第一、一張有價值的人名錄，實在是不容易編制的。

第二、要使這一張人名錄合時而沒有錯誤，需要很多的工夫。

第三、如果沒有相當的設備和人才，要將五萬份或是十萬份印刷品摺疊起來，再將信封寫好而發出去，實在是一件極繁重的工作。

第四、必須對於郵遞廣告，有相當的研究，方能勝任。

如果要費適量的金錢，實行郵遞廣告而收滿意的效果，就應該怎樣呢？惟一的可靠的答案當然

是「委託專家辦理」了。



## 捷運廣告公司

四川路一四九號 郵政信箱三一〇二號 房四

專辦郵遞廣告，百分之九十全退，如荷委託，當即接洽，設計。

Direct Mail Advertising Agency

Room 411 149 Szechuen Road

P. O. Box 1302



●人七十二客可影電映內車汽動活之行波國美●



# 報紙廣告的撰作

聯合廣告公司  
王 鷺



我國的廣告，以報紙為最發達，歷史也較久，所以來談報紙廣告的撰作。其他招貼等廣告，容俟來日再行討論。

## 誰的責任

在開始討論廣告撰作問題以前，我們要明白做廣告，究竟是誰的責任，在外國，一張廣告的做成，是六個人的結晶，就是思想家 (Visualizer) 撰稿者 (Copy Writer) 排法設計者 (Layout man) 畫師 (Artist) 字體排法設計者 (Typographer) 和攝影師 (Photographer)。進行的步驟，是先由思想家想好大意，而由撰稿者做成稿件，排法設計者設計排法，然後由畫師畫圖或攝影師攝成照片，而由字體排法設計者撰擇適當的字體。

在這種情形之下，是人盡其長，各人利用各人的智識，而成功一張十全十美的作品，但在我國呢，根本上要找其中之一，已是難極，什麼思想家不思想家，更是談不到了，因此在我國做廣告者，不是一個畫師，就是一個撰稿者，有時候還一個人兼辦六個人的事情，在鉅經訓練，具有相當學識者，或者還可以勝任，但在程度極淺的我國，而照這樣的由一知半解者胡弄下去，怎樣會有良好的廣告，而且怎樣可以保持一般人對於廣告的信仰呢。

## 着手以前

至低限度，一張廣告的做成，須由撰稿者和畫師，互相合作，而在着手之前，必須對於下列各項，加以考慮，因為每一個問題，都是有關於廣告的製作的。

- 一、貨品行銷的方法
- 二、主顧的種類
- 三、主顧的需要
- 四、登載的處所
- 五、廣告的尺寸
- 六、用何種標題最為適宜
- 七、將何種推銷點列入最為適宜
- 八、是否須用圖畫
- 九、價目是否必須列入
- 十、是否希望立即成交
- 由於上面幾種的問題，就可以求得類似下列的答案，作為製作廣告的根據，便不至於文不對題或不合時務了。
- 一、貨品是由零售而銷出的。  
(廣告中便可排各處均有出售等字樣)
- 二、主顧是中級社會人士。  
(廣告就應以中級社會人士為對象)
- 三、主顧的需要是價廉。  
(廣告中就可以廉價公道為推銷點之一)
- 四、廣告將登載於中報。  
(便應該合乎中報的讀者)
- 五、廣告的尺寸是四寸五寸。  
(因為地位不大，文字就不宜過多)
- 六、用生動而簡短的標題為宜。
- 七、價廉物美，或香氣特別良好等。
- 八、須略用圖畫。
- 九、不必列入。
- 十、希望讀者讀後立即購買。







**廣告概說**

要定下一個例來，而使各種廣告都根據着製作，是萬萬不能的，所以做廣告最要緊的是一個「新」字，不但是排法要新，文字要新，意義要新，竟是無論何處，都要推陳出新。



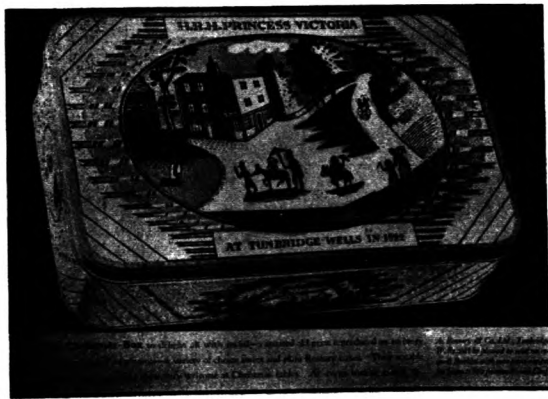
THE DUNHILL OF LONDON presents the 7000 Series which offers a distinctive character to the cigarette smoker. The Dunhill collection of design and the master's personal touch. (The Dunhill cigarette is a masterpiece of design and the master's personal touch.)

現在不妨把近數年來所看見的廣告，在這裏略加討論。

▲現代的趨勢 因為報紙上的廣告，往往是很多的，而且讀者看報的時間，又往往非常短促，所以現代的趨勢，大都在一張廣告中，拿很多的地位，給圖畫佔據，以期引人注意，讀者的眼光為這種圖畫勾着以後，就不然而然的讀牠的下文了，這種作風，是值得在我國報紙上開拓的，(例如上面的 dunhill 廣告)。

以貨品顯示出來。有許多廣告，要着重貨品的貨料和外觀時，竟然可以將貨品的身佔着廣告中很大的位置如 Prize Crop

香煙和英巧國格力糖，就是一例。





難禮選易容禮送

上海南京路怡昌洋行獨家經理  
第三號怡昌洋行獨家經理

**Parker Duofold**

在冬至年節之前登載「送禮容易選禮難」的廣告，就不啻為派克筆增加一種用途了。

▲着重貨品功用 當然，登廣告是要使人知道貨品的功用或優點，然後起而購買。但是一張廣告之中，最好祇攝一個功用，或是一個優點，方能使人一目了然，譬如華福參乳精廣告，着重「我

廣告的着重衛  
的廣告，更  
用途，可謂  
無微不至。  
再如派克自  
來墨水筆，

華福麥乳精

仿冒雖多

終難相等

[illegible][illegible]

年十五  
牌老  
楷爾物業



經駁之說 閱者須知  
 是項票下利之特權  
 一百萬兩之數  
 二萬兩之數  
 三萬兩之數  
 四萬兩之數  
 五萬兩之數  
 六萬兩之數  
 七萬兩之數  
 八萬兩之數  
 九萬兩之數  
 十萬兩之數  
 十一萬兩之數  
 十二萬兩之數  
 十三萬兩之數  
 十四萬兩之數  
 十五萬兩之數  
 十六萬兩之數  
 十七萬兩之數  
 十八萬兩之數  
 十九萬兩之數  
 二十萬兩之數  
 二十一萬兩之數  
 二十二萬兩之數  
 二十三萬兩之數  
 二十四萬兩之數  
 二十五萬兩之數  
 二十六萬兩之數  
 二十七萬兩之數  
 二十八萬兩之數  
 二十九萬兩之數  
 三十萬兩之數  
 三十一萬兩之數  
 三十二萬兩之數  
 三十三萬兩之數  
 三十四萬兩之數  
 三十五萬兩之數  
 三十六萬兩之數  
 三十七萬兩之數  
 三十八萬兩之數  
 三十九萬兩之數  
 四十萬兩之數  
 四十一萬兩之數  
 四十二萬兩之數  
 四十三萬兩之數  
 四十四萬兩之數  
 四十五萬兩之數  
 四十六萬兩之數  
 四十七萬兩之數  
 四十八萬兩之數  
 四十九萬兩之數  
 五十萬兩之數  
 五十一萬兩之數  
 五十二萬兩之數  
 五十三萬兩之數  
 五十四萬兩之數  
 五十五萬兩之數  
 五十六萬兩之數  
 五十七萬兩之數  
 五十八萬兩之數  
 五十九萬兩之數  
 六十萬兩之數  
 六十一萬兩之數  
 六十二萬兩之數  
 六十三萬兩之數  
 六十四萬兩之數  
 六十五萬兩之數  
 六十六萬兩之數  
 六十七萬兩之數  
 六十八萬兩之數  
 六十九萬兩之數  
 七十萬兩之數  
 七十一萬兩之數  
 七十二萬兩之數  
 七十三萬兩之數  
 七十四萬兩之數  
 七十五萬兩之數  
 七十六萬兩之數  
 七十七萬兩之數  
 七十八萬兩之數  
 七十九萬兩之數  
 八十萬兩之數  
 八十一萬兩之數  
 八十二萬兩之數  
 八十三萬兩之數  
 八十四萬兩之數  
 八十五萬兩之數  
 八十六萬兩之數  
 八十七萬兩之數  
 八十八萬兩之數  
 八十九萬兩之數  
 九十萬兩之數  
 九十一萬兩之數  
 九十二萬兩之數  
 九十三萬兩之數  
 九十四萬兩之數  
 九十五萬兩之數  
 九十六萬兩之數  
 九十七萬兩之數  
 九十八萬兩之數  
 九十九萬兩之數  
 一百萬兩之數

衛生家注意



司公包麵利焙  
號五路蓬口缸海上 址地

3

美髮必備



梳髮之時，取二三髮，約  
油，或填臍，少許施之，髮落  
既可使天然秀髮增加光  
澤，青黑迎人，又可杜絕任  
何形式之終日密整不亂，且  
於頭皮有益，否則風生而  
髮落，其不難觀為何如  
哉。



# 知須夫丈



大凡先天不足，或創病新愈者，宜即服此丸，以復元氣，而補血。此丸品質超絕，一經服之，便知其有助健康者良多。各大藥房均有代售，每瓶五角。

上海英商老德祥洋行有限公司經售  
理物院路廿一號



(贈券)  
凡在本報刊登廣告者，均可向本報索取此券，憑券可向本報索取精美禮品一份。此券有效期間為一個月，逾期作廢。索取時請註明姓名及地址。

## 之摩登少奶理奶

全國各地摩登少奶理奶，因其品質優良，功效顯著，深受廣大婦女之喜愛。此奶理奶能滋陰補血，強身健體，對於月經不調、經閉、痛經等症，均有顯著療效。凡欲購者，請認明商標，以免誤購偽品。各大藥房均有代售。

號九五二路西江海上  
理經家獨行洋德怡



THESE'S A LOGO IN THE AIR  
The logo is the most important part of a brand. It is the symbol that identifies the product and its quality. A good logo should be simple, memorable, and distinctive. It should also be able to stand up to the test of time. The logo for THESE'S is a perfect example of this. It is a simple, bold design that is easy to remember and recognize. It is also a design that has stood the test of time, and is still one of the most recognizable logos in the world.



THESE'S A LOGO IN THE AIR  
The logo is the most important part of a brand. It is the symbol that identifies the product and its quality. A good logo should be simple, memorable, and distinctive. It should also be able to stand up to the test of time. The logo for THESE'S is a perfect example of this. It is a simple, bold design that is easy to remember and recognize. It is also a design that has stood the test of time, and is still one of the most recognizable logos in the world.

▲利用特別的標題  
本來標題是廣告中引人注意的一種工具，所以也很有趣。一般人注意及此，紅血丸的拿「丈夫須知」來做標題，的確是很新奇的。還有一種方法，就是利用另外一種文字來做標題，例如Exide電池廣告，利用土耳其文來做標題，明明人家是不懂的，但惟其如此，却足夠引人注意而讀其下文了。

▲適合貨品的個性 製作廣告，自然要適合貨品的個性，方能得到理想中對象的注意，例如南金氏改良月經帶的廣告，就以少奶奶為對象(可惜廣告中南金氏月經帶幾個字太不顯著)派克筆廣告，完全對學者說話，避免發照相機廣告，的確有一種風雅的情景，這種都是適合貨品個性的廣告。

شیمدی رفیق بلک  
منفرد و ترکیب با جاذبه  
کولر شرف و جاذبه

"Turkish smokers, Exide!"  
"Yes... don't know much about batteries... very clever though..."  
"Yes, yes... it's the new Exide."  
"The new what?"  
"The Exide Battery, Exide. You see, Exide is now the most important power system for a car... of 20 horsepower and..."  
"That's very right. Anything it could make better?"

# Exide

BATTERIES FOR THE WORLD'S WIRELESS





# 圖畫與廣告

張荻寒

## 緒言

兒童到四五歲的時候，求知慾逐漸萌動，但是假使叫他認識難以記憶的文字，就易於使他厭惡，所以教育家在這時候，用圖畫來輔助教識文字的困難，使兒童感到識字的興趣，而故事半功倍之效。本來文字是由圖畫蛻變而成的，圖畫可以象徵真的物事，而欣賞圖畫，又是人的本能。

廣告最重要的條件，是在求其普遍。然後方能產生宏大的効力，但中國識字的人，估計不過佔着極少數目，因此單靠文字的廣告，有時竟完全失去發揮的力量，在這種情形之下，廣告的推動力，差不多完全建基於圖畫的上面，我們且來討論圖畫對於各級人不同的心理所產生的影響罷。



## 圖畫與不大識字的人

雖然不識字的人所用的東西，是很少由廣告介紹的，但是中國究竟不識字的人佔着多數，我們當然應當顧到這一層；而且廣告有時也可以不靠文字而產生効力的，譬如廣告中畫一隻鐵床，有一個人很舒適的安睡在上面，那末看的人，無有不生羨慕的心，而想把鐵床佔為已有的，又如肚子餓的人，見了畫着的食物，也會垂涎欲滴，這雖說不上是廣告的効力，也可說是圖畫所產生的反響，我記得在小學裏讀書時候，我家門首開着一井店，店中定着一份報紙，鄉下人到店中買東西，也偶然翻閱着，見了圖畫，要我替他們解釋，假使他正在吸香烟而看到報紙上畫着的，正是他所吸的牌子一樣，他真如發現了奇貨一般，而明白報紙上在鼓吹着吸香烟呢，這樣看來，廣告的力量，也能達於這般不識字的人羣。

## 圖畫與略識之無的人

略識之無的人，程度當然比不識字的人高一些，但對於文字是

不甚了解的，所以圖畫之於他們興趣最高，所生的影響也最大，我們時常可以看見馬路上的小書攤，有一種圖畫和文字間雜的小書，他們把幾個銅元的代價來租着看，津津有味，這種小書攤，靠此營生，維持生計現在這種影響，漸漸到了報紙上，小型紙報上，每種都有此類連環圖畫了，在這種趨勢上看來，圖畫於廣告，實不可須臾離開。

## 圖畫與智識較高的人

智識較高的人；辨別力較強，凡無理取鬧，低級意識，和淺薄的文字或圖畫；都難引起他們的注意，但如果有優秀的圖畫和清爽的排法和流利的文字，必能引起他們的好感和注意力，不過製作方面，須格外講求罷了。

## 廣告畫與美術畫

廣告中的圖畫，要達到上列三種人，自然是要求其大眾化了，所以廣告畫與貴族化的美術畫雖同是圖畫，但牠的立場，却完全不同的。美術畫可以自高位置，儘自極力抬高，以表露作者的性恪，但廣告畫就不然，必須以大衆為前提了。

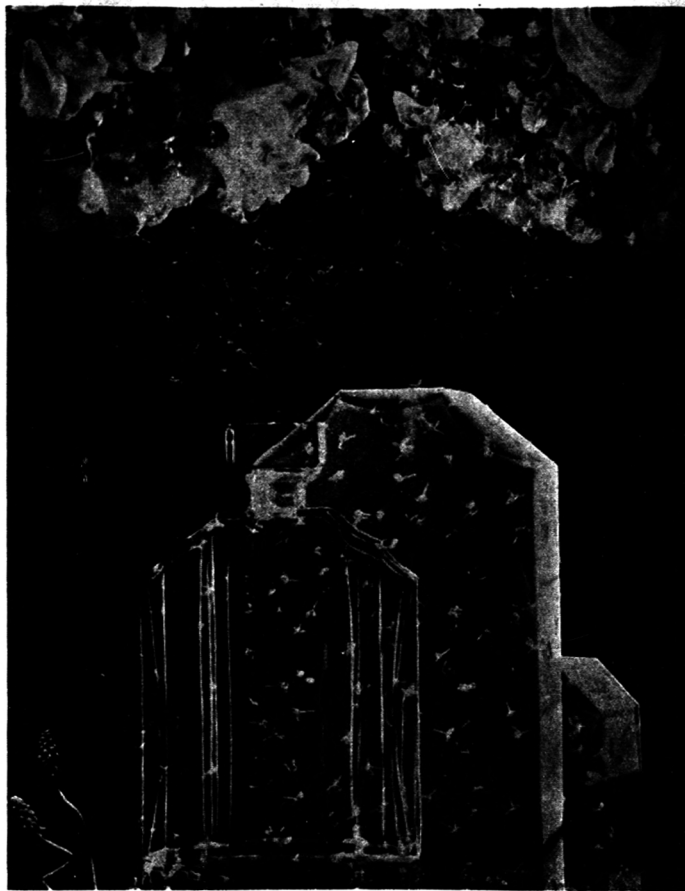


*Barclay's*

# RUSSIAN STOUT

*Matured at least a year in bottle—and  
goes on maturing*

。前在的明就，味口和質的高酒倫廠的圖為  
了跟放顯很也道的適，品尚的，絕精畫了



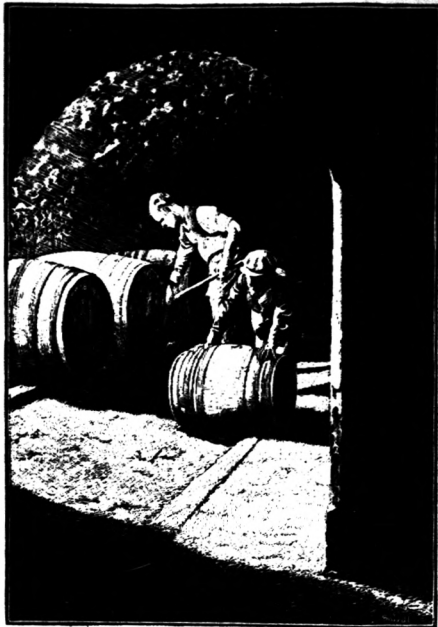
在這張照片裏，因為幾朵花的襯托，就顯出了水的清高，也是實做的個例子。  
。例一法足是這貴的



巧古力的香味  
 溫洋喉上。這  
 就不得不歸功  
 於圖畫的精巧  
 了。



工細的圖書。  
 往往可以造成  
 一種印象很深  
 刻的筆況。畫  
 時困難較難。  
 但以效果論。  
 值得下一番苦  
 功。





這裏是兩張很  
精細的鋼筆  
畫。在中國對  
於這種畫法，  
也正需要着。

# ZENITH

CARTRIDGES



Zenith cartridges are made from the best materials and are loaded with the finest powder. They are the most reliable and accurate of all cartridges. The Zenith name is a guarantee of quality. The Zenith name is a guarantee of quality. The Zenith name is a guarantee of quality.

A HOME FOR THE FUTURE. (1911) is the most reliable and accurate of all cartridges. The Zenith name is a guarantee of quality. The Zenith name is a guarantee of quality. The Zenith name is a guarantee of quality.

## ELEY-KYNOCH

SPECIAL CHEMICAL INDUSTRIES LIMITED LONDON, S.W.1



這三張木刻派的  
黑白畫。用  
在廣告裏。很  
能使人注意。  
如果文字得  
體。便可十全  
十美了。





'nk you!

「謝謝你！」  
吃得嘴也合  
不來。這  
種表情。不  
是放滿盆裝  
了嗎？

I feel I need a  
**GUINNESS**



「看上去我  
是要吃一杯  
Guinness  
了。」的確。  
這是有些幽  
默意味的。

PRODUCT OF STUDEBAKER CORPORATION  
**ROCKNE**



THE HONGKONG HOTEL GARAGE LTD.

汽車的路牌廣告

景照和作

**GUINNESS  
FOR  
STRENGTH**

GUINNESS IS GOOD FOR YOU



「飲 Guinness  
強身壯力。  
Guinness 是  
強身有益的。」  
想像中的力大  
無比，是充分  
流露看了。



。人的強可光髮於屬。意之子女

中 其 在 意



！呀 熱



吃 看 留  
蘭 香 糖  
從 便 開  
去 的 上 學



ASPIRIN

Nur immer zeigt man das Gesicht, das man zeigen möchte. Wie viele Menschen leiden unter häufigen Kopf schmerzen, unter rheumatischen Beschwerden - aber Band und Umgebung zwingen sie zu leiden, zu einer gleichzeitigen Freundlichkeit, die nur - macht ist.

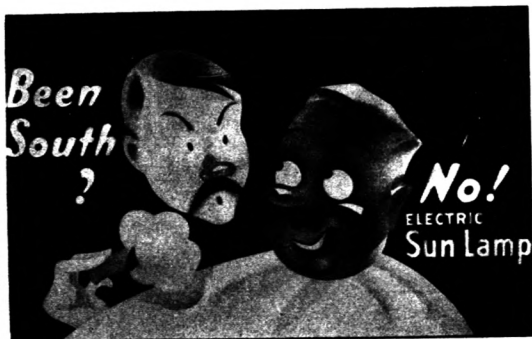
Für ihre Umgebung ist es gleichgültig - aber für die Menschen selbst ist es besser, wenn diese Freude der Freude nicht mehr.



ASPIRIN

Seit 25 Jahren ist Aspirin, das ein ganz Welt bekannt ist, bekannt und bewährt. Es wirkt nicht auf das Herz, sondern beseitigt die Ursachen.

孔面刺雨の後前除去疼痛



◎「你到南面去過嗎？」  
◎「不！太陽燈呀。」

# 廣告幽默



大人快拿李施德霖每日嗽二口火



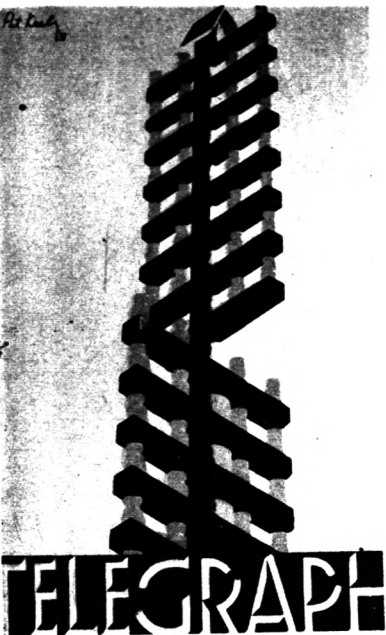
！媽！放心！在這是 Rawlplug 上呼！



他曾經為他母親引為至寶的呢？



與觀者暗有關係。請穿凱旋襪！



告廣的報電是知而望一但。的悠悠靜是雅畫張這

要靜要動。全  
在畫師一支  
筆上。祇要措  
置適當。動靜  
各。有好處。

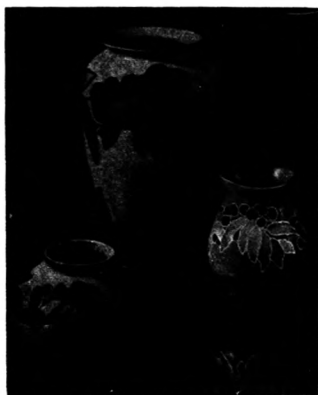


。美術藝的顧布着視表的新悠很裏這在





西人說「靜默是黃金」的「有時候的確不錯。祇要單調就是了。」



Why does the piper play in vain?

LYONS

is the greater attraction.

這是一張英國兒童所設計的廣告。意思是「為什麼吹蕭者沒有用呢？因為 Lyons 商店更使人注意。」



# DURHAM L.N.E.R. IT'S QUICKER BY RAIL

。機之境其入身有人使。其其聲水。苗如草綠



慈狀的動的明分鐘一是裏這在



**NATIONAL BENZOLE MIXTURE**

的要重很足天冬在動發的易便車汽



動的鴉企告廣施萊



動的度速高信快空航



動的員賽賽比冰溜

◀ 報文英大兩之廣最行銷東遠 ▶

(刊日) 報士晤泰

THE SHANGHAI TIMES

及

刊期星報士晤泰

THE SHANGHAI SUNDAY TIMES

四大 份部	體育 週刊	畫圖 週刊	汽車 週刊	最近 要聞
----------	----------	----------	----------	----------

---

---

閱定迎歡 道公價定  
大宏力効 告廣載登

---

---

啟館報士晤泰

號七九七箱信政郵 號〇六一路亞多愛海上

〇七八六一 九六八六一 八六八六一 七六八六一話電



在歐美自從十九世紀新聞事業發達以來（日本也在此例），目光銳利的製造家，皆須全力研究新道，為推銷貨品的利器。名為『科學的廣告法』。市民大清早起身，翻開報章或雜誌（此好似中國俗語所云「一日之計在於晨」，便看到許多活發生動而且能發笑的漫畫廣告，因此每天使心悅神速地購定其日常需要品（一無躊躇之態），因為製造家囑託漫畫廣告家將物品的優點羅列在一紙（其於我國市上各商品利用美女為類同之廣告式樣，蓋其除服裝店衣料店外，未必人人皆有以美女為目標也），把全部的事實，像小說，戲劇，詩歌一樣深印在每個市民的腦殼裏。這是漫畫廣告利用愛好文化的心理來堅定一般人的信仰，有時牠是金錢力



**ORIGINAL FON**

Die schlechte Lerner.

Ein Beispiel mehr, ein Fehler weniger. Der Weg der Weisheit ist ein gerader. Wer sich nicht an ihm hält, der wird das Meer der Bitterkeit schmecken.

Electriche Apparate für allgemeinen Körper- und Schilddrüsengebrauch.

FON GINCH	SANAE	RIO-Yonitake
aus der Fabrik	aus der Fabrik	aus der Fabrik
aus der Fabrik	aus der Fabrik	aus der Fabrik
RADIOSTAT SON	RADIUM-Sanctus	RADIUM-Sanctus
aus der Fabrik	aus der Fabrik	aus der Fabrik
aus der Fabrik	aus der Fabrik	aus der Fabrik

FABRIK: ELECTRICITEITS-GESELLSCHAFT SANITAS, BERLIN N 34

？かえん用はーマボ・ド



料製美

**ドーマボヌメ**

國德・告廣畫漫於氣常

利用的商業巨子所不可不

認了這個原則，那嗎

樂觀地做去。若果承

要提倡國貨，絕對要

的中國市場上，我們

在這個外貨充塞了

用，豈有不能征服自

以創造各種物質來利

的腦裏，皆憑人力可

的人生，因為現代人

廣告，這都市的社會便充滿着朝

氣，無悲觀的

量所收買不到的一種感應力呢！

除了報紙雜誌外，從百貨商店

裏出來的各種人手提者各種貨品

，都包裏了滑稽而又美麗的漫畫

編初計設告事畫漫的品物



力勞度再者強(九)  
服盛告反果結(十)

肉者弱食者強(七)  
油肝魚服者弱(八)

法新衣脫行試(五)  
分過驗神效功(六)

用服法如也我(三)  
功成命革體身(四)

胖肥彼小瘦我(一)  
油肝魚服來原(二)



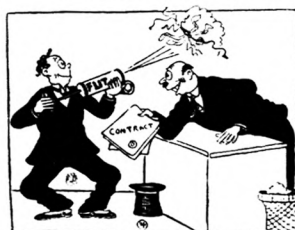
廣告能使營業穩固  
同時保障消費者之利益

利用廣告，貨品可以獲得銷路，不論地理上，經濟上，都能使消費者購得良好的貨品，廠商的營業，可以賴而穩定，並得大量生產，而減低成本。

同時消費者，因為看了廣告，就可以用最經濟的方法，購得更好的貨品，因此可以減省時間，勞力，費用，而促進人生的享受。

要使生產消費相等，而雙方獲利，惟有利用廣告。

## 請 利 用 廣 告



因美·告廣畫漫的藥品飛脫力飛

- 洽接院戲向子虎出變中帽家衛幻(一)
- ! 子奎好! 子奎老奴(二)
- 之設脫力飛取悉家衛幻了來益奴(三)
- 同合的你是裏遠(四)





OLD FRIENDS to know Old books to read Old wood to burn Old lawns to walk on And let us add to this list of things that time improves — old shoes to wear.

BUT THEY MUST be shoes that had it in them to grow old. The Lotus Veldtschoen Shoes will be the possession of years. Watch them take

the polish and, mingling the polish with the stains of grease and earth and weather, get the complexion of an old violin. A possession did we say? Yes, and a prize and pride as well.

**Lotus**  
VELDTSCHOEN

Bus. 35/- — — — — — Shoes 25/- 60/-

LOTUS LTD. STAFFORD & NORTHAMPTON AGENTS EVERYWHERE

廣告的邊緣

舒明海

廣告的邊緣 (BORDER) 是製作廣告藝術的一種，但為一般人所忽視，以為廣告的有無邊緣，是無關緊要的。其實廣告最先的步驟，是引起注意，而引起注意的方法，利用圖畫，固是上策，應用適當的邊緣，也是良好辦法之一。

在應用邊緣的時候，應當考慮廣告地位有沒相當的空白地位，如果沒有充足的空白地位，可以留出時，便可以不必用邊緣，如下頁 Cunard White Star Line 廣告，既有一個圖形的圖畫，就不



OLD FRIENDS to know Old books to read Old wood to burn Old lawns to walk on And let us add to this list of things that time improves — old shoes to wear.

BUT THEY MUST be shoes that had it in them to grow old. The Lotus Veldtschoen Shoes will be the possession of years. Watch them take

the polish and, mingling the polish with the stains of grease and earth and weather, get the complexion of an old violin. A possession did we say? Yes, and a prize and pride as well.

**Lotus**  
VELDTSCHOEN

Bus. 35/- — — — — — Shoes 25/- 60/-

LOTUS LTD. STAFFORD & NORTHAMPTON AGENTS EVERYWHERE





For regular customers:



center have  
of two center at

[illegible]

Follow the trend  
of Rome & that winter

FAMOUS CUNARD WHITE STAR WORLD CRUISER  
SAILS EVERY SATURDAY THROUGH THE SEASON

At the same time, the American Automobile Manufacturers Association (AAMA) has been successful in its efforts to prevent the passage of legislation that would require the use of lead-free gasoline. The AAMA has been successful in this regard because it has been able to convince Congress that the use of lead-free gasoline would be too costly for the automotive industry. The AAMA has also been successful in its efforts to prevent the passage of legislation that would require the use of unleaded gasoline. The AAMA has been successful in this regard because it has been able to convince Congress that the use of unleaded gasoline would be too costly for the automotive industry.

See how the youthful line of the Talbot indicates speed and endurance. Take the wheel. Note how the car glides over the miles in easy stride—like, alert, responsive.

The Talbot has won laurels in reliability tests all over the world, proving itself equal to the most exacting conditions of travel. It is an economical car giving maximum service for the minimum of attention. Prices range from £295-£395. May we send you "The Book of the Talbot" fully describing the various models?

☐ We'll give you a test run at your convenience.

TALBOT

CLEMENT 14, 301-173, Baffin Rd., Ladbroke Grove, London, W 10  
London, W 10, 14 Baffin Rd., Baffin Rd., W 10

必再加日方的邊了，至於 Bullocks Walslire 廣告黑白相間，已很清楚，也就可以不用邊線。反轉來講，如果廣告中有相當空白地位的時候，利用特殊邊線，可以使廣告顯示出來，非常的醒目，譬如 Talbot 廣告，牠的邊線是以 T 字組成的，不特使的廣告十分美觀，而且與廣告的本身也有連帶的關係。

我們試再將 Lotus 廣告來說，一張有特殊邊線和一張單用幾根線的邊線的廣告比較起來，前者的勝於後者，是不言而喻的了。

其次我們還可以舉幾個例來證明邊線是可以隨心所欲的佈置的，前頁就是六種。我國的廣告者，對於廣告的邊線都不甚注意者，不知利用，所以在這裏略約談談，原意所在，不過是拋磚引玉而已。



# 談廣告之文字

聯華廣告公司  
徐譽吾

推銷貨品，若全仗推銷員，一因其所遇之人數有限，時間亦有限，未能普及，於是惟有利用廣告，使同時遇數千萬之讀者，是所以有廣告，而廣告之所以稱為用印刷以推銷貨品之方法之由來也。

推銷員推銷貨品，全仗外表之磊落，態度之大方，言語之流利。廣告既用以代表推銷員，自亦須具有同等之性格，廣告之磊落大方與否，全在其排列之方法，所用之圖畫如何，至於流利之言語，則即為廣告中之文字矣。

推銷員於過其主顧後，一番言語，有關於成功與否至大，廣告已經引起讀者注意而讀其文字時，則此廣告之成功與否，全在於其文字之適當與否矣，由是觀之，文字者，實廣告之靈魂也。

廣告之文字，有長有短，定奪長短之法，可就畫定之尺寸中，除去圖畫所佔之地位，乃斷定其大概可容納若干字，然後從事撰作，則不致有過多過少之弊，至於初學廣告者，則於撰作廣告文字時，儘可使其較長，蓋若嫌其過長時，可以削膚成液，留其精華，若欲由短而加長，則勢必加

入浮泛之字句矣。

若廣告文字之地位極少，而祇能容納一二句之短句時，則可利用相對之字句，宜簡潔明瞭，切不可求字句之美而致浮泛，虛字以少用為妙。

如須較長之文字，則其體裁，約可分為下列二種。

第一種 開頭即說及貨品者，內容不過說明貨品之成分如何，此種廣告，字數可以較少，但少與趣，撰作之法，則可將貨品加以研究，並參考同等貨品之宣傳點，例如某種牙膏特點如下。

(一) 經三年之研究，方始製成。  
(二) 含有特製殺菌成分，故能預防牙患，

(三) 特加入潔齒原料，故能使齒牙潔白，污穢盡除。

(四) 性質溫順，不傷牙齦。

(五) 裝璜經二次改良，十分美觀。  
(六) 因在本國製造，故售價低廉。

如根據上述優點，則竟可稍加修飾，連綴成文，如須撰成一套廣告時，則儘可在每頁廣告中，選擇一二特點詳述之。

第二種 未述及貨品之時，先以其他有趣之材料，作為引子，然

後述及貨品，而略述貨品之優點，如此作法，近於譬喻性質，讀者之興趣較厚，但字句每較第一種略多，而撰作此種廣告，非熟於各種典故，廣看各種小說，不能勝任，接簡之處，尤貴在使之一氣呵成，前後連貫，方為佳作，茲摘錄華威頓香煙廣告一則，以供參考。

『宋司馬光幼時，嘗欲脫胡靴皮不得，一婢以湯脫之，其婢問曰，爾脫之不得，今誰脫之乎，曰，童子不得誰語，光自此終身不誑語，卒為宋代名臣。』

華威頓香煙，烟葉上等，製造精良，抱誠實不欺之旨，風行遐邇，司馬光因誠實而為宋代名臣，華威頓烟以貨真價實而成現代名烟。』

▲飯店廣告之鼻祖▼





# 杭穉英先生訪問記

益

▲某一日上午十時，

▲在北山西路寓所，

很欣快的遇見了久聞大名的杭穉英先生，在一間佈置得很清雅的會客室裏，暢談了好久，覺得謙和，率直，是杭先生活於言表的優秀的個性，我們先談起杭先生學畫的經過。

杭先生說：「我從事繪畫，屈指算來，約有二十年左右，在當時供應商業畫件的，大都是日本人，但異國風俗人情，終不免使他們感到一種隔膜，所以自有華人代替以後，便逐漸的淘汰了

，我在當時因為沒有相當的機會到美術學校去研究，所以是完全出於私人的傳授，和自己的學習，從經驗方面來體會圖畫的學理，因此覺得很是費力，」

## 不收學生

杭先生從事繪畫工作，已經是這樣久，因為初起時人才缺乏，所以各種畫件，都得應付，而以印刷所委託者為多，杭先生曾在商務印書館供職，也曾替一家廣

告公司，担任繪畫，但這句話也差不多有十年了，在距今五年以前，由於親朋的介紹，有四五人隨杭先生研習圖畫，但杭先生雖然有宏豐的經驗，在近五年以來，絕對不願再收學生，原因是恐怕自己的法子難收遠效，不願誤人子弟，這當然是杭先生虛懷若谷的天性所使然，難能為貴，也足以說明杭先生二十年來始終合乎時代，有進無退的原因了。

## 學畫的方法

我就問杭先生：「一般青年有



志學畫，應該走那一條路？」杭先生說：「商業畫不過是美術的一部份，要求精進，自然非從頭學起不可，先明學理，後借實習，最好先進美術學校，然後再研究商業畫，那末可以很有頭緒而可以免除暗中摸索的痛苦了。」

### ▲重大的損失

最後為要將杭先生早前的作品，介紹與讀者起見，我向杭先生索取一二張，但是不幸得很，因為杭先生曾經將第一張起，到一二八以前為止的作品，每張都

拍了照片，黏在照相簿上，計有一二尺高，但一二八時杭先生住在戰區，等到後來去一看，照相簿毫髮不動，所有的相片，却早已不翼而飛了，想來是被軍士們取去的，但軍士而如此愛好藝術，也值得稱賞，雖然這對於杭先生是一種重大損失，十餘年的成績，毀於一旦，使杭先生很痛心的，並且也是中國藝術界的一種損失。承杭先生的厚意，賜予近影一幀，和近作二幅，用至



與本同刊，時文載一，這次訪問，也可說是滿載而歸，而足為本刊生了色。

### 廣告測驗

在歐美各國，因為要使廣告効力宏大，所以實行廣告測驗，測驗的方法共有四種，第一種是記憶測驗，第二種是科學的分子測驗，第三種是試行測驗，第四種就是登出後的貨品銷路測驗，中國目前情形所實行的測驗，是第四種，第一第二三種，恐怕實行的很少。



作沽以張

店商家兩的壁隔貼



廣 協 書 局

BOOKS FOR ALL OCCASIONS

In English

ELEMENTARY ENGLISH READERS

HERBERT STRANG READERS

BOOKS FOR BOY SCOUTS

THE WORLD'S CLASSICS

RELIGIOUS AND DEVOTIONAL BOOKS

In Chinese

BOOKS ON HEALTH AND HYGIENE

TEXTBOOKS ON NURSING

MEDICAL TEXTBOOKS

MUSIC AND STORY BOOKS

RELIGIOUS AND DEVOTIONAL BOOKS

Kwang Hsueh Publishing House

140 Peking Road, Shanghai.

上海北京路一百四十四號

一般人都以為中國畫或油畫水彩畫的，  
就是畫家，畫畫告畫式圖案的叫做匠人，  
這是根本應當糾正的，歷史上在上古以  
下時期，美術的確為實用而美術的，中古以  
下美術被階級優越的人視為欣賞的東西，  
美術家也就被馴養起來了！直到現在美術  
家被人抬抬身價的風氣還極盛，他們走向  
一個畸形的途徑，真是可笑，要曉得近世  
民族思想漸形發達，大眾需要藝術來陶養  
，美術與日常生活的關係至為密切，我們  
不應讓牠疏遠過去，應當把牠綜合起來  
，使美術與實用打成一片，東西洋各國對  
於實用美術非常注重，設立專門學校以培  
植專門的人才，我們雖是處處落後，可是  
也有趕來追趕的必要！

實用美術社主任張光宇啟

一個良好的建議

張宇先生又談起英美各國的旅  
行招貼，畫圖排法，真是令人佩  
服，如果能發開一個展覽會，一  
定可以予以一般畫家以很好的參考  
，並且也可以藉此而改進中國的  
招貼畫法。這當然是一個很好的  
建議，編者以前也想過舉辦一個  
國際廣告展覽會，後來因為事冗  
中止進行，現在當用本刊名義來  
使理想實現，屆時自然須請國內  
畫家廣告家匡助了。

一件很好的消息

最後二位張先生告訴我：他們  
正在籌備出版「獨立漫畫」但在本  
刊出版時，獨立漫畫早已風行全  
國，本刊籌備在先，而出版在後  
，當自嘆弗如了。

結論

這一次訪問，不特與二位張先  
生成了一個初交，並且也證明了  
：『常和有經驗者談話，是很有  
益的。』



# 謝之光先生訪問記

益。

這一個訪問的時候，真是短促極了，不過十分鐘之久，原因是時間已在上午十一時半左右，而謝先生又是很忙，所以不使多談，只有希望謝先生以後不時賜教了。

在訪問謝先生之前，曾到華成烟公司拜訪過朱健行先生，請他對於本刊的規劃和出版方面，多多指教，因為朱先生是華成烟公司廣告部主任，所辦理的廣告既多，實際上的經驗，自很豐富，承朱先生的情，給予了不少的教言。因為聽朱先生說謝先生每天十一點鐘在華成，所以訪問的那天，是在十一時後，又很巧的遇見了張荻寒先生，張先生在本刊裏另有「圖畫與廣告」一文發表，既在且談這次很簡短的訪問罷。

謝先生從事於繪事，已經是十多年了，最初是致力於舞臺的佈景，後來轉從事於廣告畫，據謝先生的意見，廣告畫必須切題，譬如說做香烟廣告，那末最重要的當然是將香烟的優點儘量托出

來。不錯，圖畫原是用以補文字之不足的，而且良好的圖畫，可以遠勝於文字，西人說：『One picture is worth one thousand words』就足以說明圖畫的重要了。

後來又問及謝先生關於學畫之道，謝先生說：圖畫是一種廣闊的學術，全在乎學者的情性和旨趣如何而定，有志於山水的，自有畫

山水者，有明前途，有志於商業畫者，也，可以有長足的發展，不

過普通的藝術，供人鑒賞，可以不負其他責任，作廣告畫者，除了引人注意，供人鑒賞之外，更須負推銷貨品的責任，所不同者就在這一點，而廣告畫之所難者，也在這點。

謝先生允許在第二期本刊裏，惠賜幾幅作品，這當然是一個很好的消息，但在華成烟公司廣告之中，我們也不時可以看見謝先生作風的一斑了。

# 中華

## 圖畫雜誌

胡伯洲主編

中華圖畫雜誌。為我國印刷最精，內容最富，散佈最廣之美術月刊。全部用影寫版精印。另加七色封面及彩色插圖。每期銷數三萬餘份。讀者遍海內外。刊登廣告。效力極鉅。

內容凡國內大事世界情勢社會寫真農村狀況工業製造科學發明山水名勝學校生活體育運動中西名畫兒童婦女電影戲劇漫畫戲劇畫以及名家小說為起小品無不備載尤貴名貴洵宜人手一編

零售每冊四角  
定閱全年十二期四元八角  
外埠七元四角  
郵費在內

中華合訂本  
自第一期至三十六期  
分裝合訂本三卷每卷  
實價五元國外七元二  
角郵費在內

上海北四川路海濱路  
新中華圖書公司總發行  
電話四〇九六九 郵箱一五三四



**ADVERTISING**  
IS THE FAIR WIND THAT PUSHES  
**SALES**



**BRUNO PERMÈ**  
ADVERTISING - MERCHANDISING  
24 THE BUND  
TEL 13757

we will be pleased to  
help you pushing them

**IT IS OUR BUSINESS!**

君欲使營業發達乎？  
請問貝美廣告公司  
當與君以圓滿答覆  
電話一三三五七  
外灘廿四號





## 貨品的包裝

貨品的包裝，向不為我國廠商所注意，其實貨品的包裝，除了保護貨品之外，更具有廣告價值，使人記憶，留很深的印象，能給予貨品以一種顯著的個性，更能因為包裝的優秀而產生「貨品質料也一定高尚」的一種推測，因此歐美各國的廠商，對於貨品的包裝，非常注意，英國的廣告界大多認為改變貨品的包裝，是有利於推銷的，不過須慎重考慮罷了，美國的席夢思墊褥廣告竟編床是「一種供睡卧的包裝物」，更有一包裝計劃專家說「汽車不過為引擎的包裝」，那末包裝之為彼邦人士所重視，可見一斑，卡德墨水自從更換了現在的新式包裝以後，費用並不增多，而銷路較前增加六倍以上，這尤其是包裝有改良必要，俾能迎合潮流的一個明證。現在國貨要與外貨相頡頏，對於包裝，自必須加以研究，大致包裝的必要條件是：

(一) 式樣玲瓏，便於攜帶。

(二) 彩色鮮明奪目，能表現貨品的個性。

(三) 字句簡單，使人一目了然。





## 一磅裝的鹹牛肉

▲足以證明包裝的重要

包裝對於貨品的銷路，是很有關係的，從前歐克而 (Bartlett & Kell) 在紐約的時候，偶然的走過一家鹹牛肉店，把牛肉裝在二磅裝的盒子裏出售，但據店中人說：「主顧們都喜歡要切得很薄的鹹牛肉，因為香味來得好。」歐克而忽然有所領悟，回到家裏，他想二磅裝數量上未免太多一些，於是他燒了很好的鹹牛肉，切得像紙一樣薄，而裝在一磅裝的盒子裏出售，居然大受歡迎。

由此我們可以知道一磅裝和二磅裝看來是一件很小的事情，但往往成功和失敗，都在這種小事情上，所以計劃貨品的包裝，不可不慎。

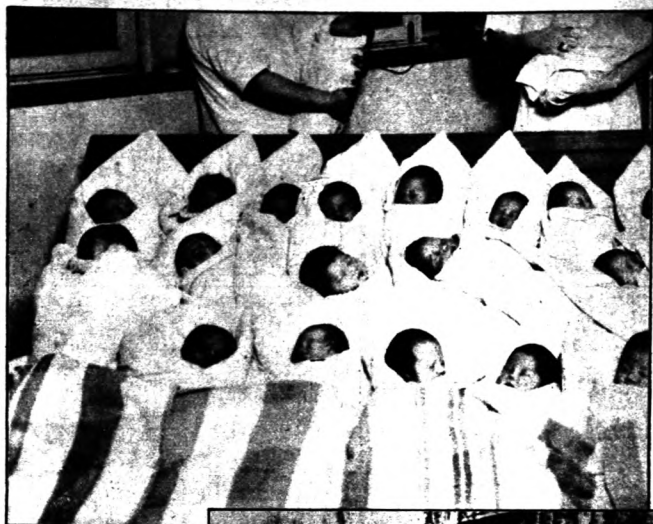
### 現代包裝的趨勢

現代貨品的包裝，有下列幾種趨勢：

- 一、顏色圖樣，都趨單純化。
- 二、意義字句，都趨大衆化。
- 三、式樣新奇而切於實用。
- 四、貨品用完，包裝尚可廢物利用。



# 包裝的重要



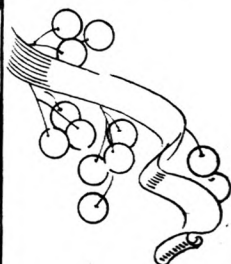
包裝是貨品極重要的部份就是人也要包裝的。  
你看：襁褓是嬰兒的包裝。



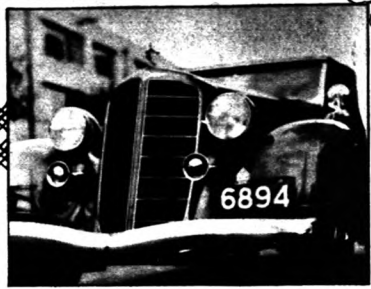
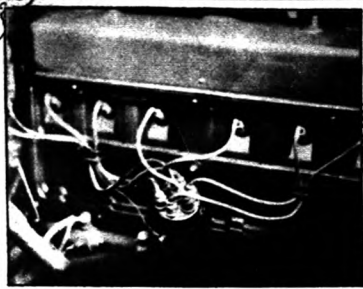
花轎是新娘的包裝



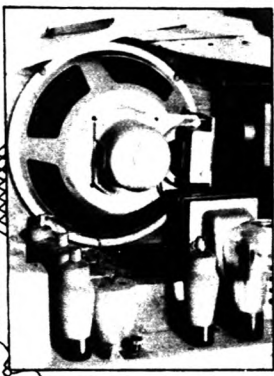
棺材是死人的包裝



攝甫碩劉



無線電不過是真空管的包裝



汽車不過是引擎的包裝

# 要重的裝包



攝甫碩劉

裝着用西的需日就  
包得也東用常是

英  
文  
大  
美  
晚  
報

為上海唯一英文晚報。亦為  
上海唯一美國人所辦所編之  
報紙。新聞敏捷。包羅萬象。  
暢銷全滬。

登載廣告  
可以直達  
具有購買  
力之家庭  
廣告價目  
承索即寄

定報價目  
全年 十五元  
半年 八元

THE SHANGHAI EVENING POST  
AND MERCURY

PUBLICATIONS  
of the NORTH-CHINA DAILY NEWS

THE NORTH-CHINA DAILY NEWS

Established 1850

Subscription Rate CSS \$24 Per Annum  
(Postage Extra)

THE NORTH-CHINA HERALD

Subscription Rate CSS \$18 Per Annum  
(Postage Extra)

THE NORTH-CHINA SUNDAY NEWS AND  
SUNDAY MAGAZINE

Included in the Daily Subscription

THE CHINA HONG-LIST

Published regularly since 1865

Price with Map CSS \$11  
(Postage Extra)

THE SHANGHAI DIRECTORY

(July Edition of the China Hong-List)  
Price with Map CSS \$7  
(Postage Extra)

THE CHINA YEAR BOOK

By H. G. W. Woodhead, C. B. E.  
Price CSS \$18  
(Postage Extra)

North-China Daily News & Herald, Ltd.  
SHANGHAI 17 THE BUND CHINA

特選名畫

# A.B.C.

## 營本大裝服

標準國貨  
內衣襯衫  
雨衣



兒童學生服裝



各式勞工衣著

發行所

上海南京路五二六號

### 中國內衣公司

電話九四四一號

## A YORKSHIRE RHYME

英國約克賽的韻文



• Early to bed—

睡些早•



• Early to rise—

起些早•



• Never get drunk—

醉吃勿•



• and advertise—

告廣登•

百益譯  
達人畫

# 華安印刷製盒廠

承印 五彩 商標 廣告 中西 書報 精製 各種 時樣 紙盒 出品 優良 定價 克己



## THE HWA AN PRINTING & CARDBOARD BOX WORKS

OFFSET PRINTERS, CARDBOARD BOX

OFFICE  
25 HWA KEE ROAD  
TEL. 52922

MAKERS, RAILWAY TICKETS  
AND MECHANICAL ENGINEERS

WORKS  
3-4 CHAO YANG ROAD  
TEL. 53373  
53349

上海  
電話  
五三  
三三  
四三  
號

廠址

# 華安印刷製盒廠

承印精美商標

事務所  
上海華記路二六號  
電話五二九二一號



## THE HWA AN PRINTING & CARDBOARD BOX WORKS

OFFSET PRINTERS, CARDBOARD BOX

OFFICE  
26 HWA KEE ROAD  
TEL. 52922

MAKERS, RAILWAY TICKETS  
AND MECHANICAL ENGINEERS

WORKS  
3-4 CHAO YANG ROAD  
TEL. 53373  
53349



# 不經見的月曆的介紹及其他

伊 洛

廣告與推銷的範圍雖很廣闊，不過這種專門學問，寫出來不是像枯澀乏味，便是犯上能言不能行的弊病。所以拈起筆桿兒想了半天，紙還是空白的，別說一個字沒寫，連題目也沒找到，幾天以來，為了這件事，正覺得異常地不舒服。

我的意思，原不想要發明一條廣告學理，只想寫一點有趣的廣告品，而這種廣告品，須是不很經見，但是却挺够引人注意的，那末寫出來便不會討人厭了。

偶然地，為着找尋一篇舊稿，在桌子裏看到家代德的月曆，這是去年年底藏起來的，正恐怕掛在牆上給朋友們拿去，料不到歲到現在，會給我解決寫這篇東西的困難。

資料既是有了，寫好題目，就此轉入正文，以上的當然祇好算開話。

在這裏我得先說明家代德的月曆不是紙質的，而是十二張軟木的薄片 (natural cork sheet) 組合的。「軟木薄片」這名詞，在習



慣上是早就稱為「橡皮」了，以下我也簡稱牠為「橡皮」。罷，假使你歡喜的話。家代德是「橡皮」製造廠，提兒兒上的橡皮頭，正是這種「橡皮」廠的出品。不過裏在提兒兒上的「橡皮」的背面，已經黏上了一層淡黃的紙，這軟木片月曆的每一張的背面，雖也有一層淡黃色的紙襯托著，但是並沒有互相黏合。這正使人感到興趣，不知軟木的成為薄得和竹紙，或連史紙一樣的一頁頁（每張共厚四百分之一寸），是用的什麼機械，和要經過幾番手續？

在這薄薄的一頁頁的「橡皮」上，有二套顏色的印刷，除每頁上印着月，日，星期之外；還各自印有一幅不相同的圖，關於軟木的圖。在二月份的一頁上，圖中一葡萄牙人隱身於軟木樹之後，樹前一斗正向前變術，圖左有紅字說明：

「軟木樹有時可被用作保護物，當一個人疏忽地經過森林而有一頭牛變術過來時候。」

家代德的月曆是很精緻的，也是很新穎的，所以就把它上面說的二月份的一頁縮印在這兒。現在

我要開始說這一種廣告品的用意和特點：

一、蒙代德是「橡皮」製造廠，牠利用牠的出品製作月曆供獻給人家，使得人家對於牠的出品有相當地認識，這是很聰明的。

二、簿得和紙一般的軟不頁，經過二套顏色的印刷，仍不破裂，並且牠和背面的襯紙不相黏合；一切優點，暗示無遺。

三、惟恐得到這月曆的人，不肯常去注意牠，於是再精細地蒐集葡萄牙森林風景，印在牠上面，並且還加了一些說明，使人感到產較木區的趣味而常去注意牠。

據此數點，足見蒙代德的這種廣告品是經過一番週密設計的，對於她的顧客，好說是已極誘惑之能事了。

目前是十二月份了。眨眼眼一年將終，日曆或月曆之類，不久將開始在市場上活躍了。我因此聯想到鐵網廠，造紙廠，製扇廠等業，都可以在這時候，利用牠們的出品製作月曆，不但一洗陳俗，受人歡迎，並且效力宏大，比較用普通的日曆或月曆，何止

勝過十倍！在下面，讓我大概地舉出幾家製造廠可以設計利用牠們的出品製作月曆的例子：

一、鐵網廠可用十二塊網，最好不全是鐵花的，因為花紋隨時變遷，日子隔得長久，恐不合時，每一塊網的厚薄和顏色，須按照季節的涼暖順序搭配；例如三月份的一塊網，可用桃紅色的，六月份可用白色的紗，九月份可用紅色的較厚的絲織品。月曆的封面，可蓋上一塊富麗堂皇，而花紋又是最新式的織物；底面可用一塊絲絨或很厚的織物代替紙板。在月曆的每一張上，如果願意印上各式的時裝設計，尤易引人注意。

二、造紙廠印製月曆的紙，最好是新出品的幾種，如果是國貨，更可以藉此廣作宣傳。每一頁上不妨各有一幅指示這種紙的用途或特長。對於印刷方面，自然應該加倍地求精美，好顯出這些紙的特色。

三、紙扇或圓扇廠得利利用十二頁扇面的組合，使成為一組月曆。如用紙扇，可不必有竹骨的插入處，若是圓扇，可別

用柄，免得授人以拆散的機會，致失去牠應被懸掛到一年的效力。每一頁上當然是很精緻的畫，或以各種的花卉來代季節，或利用民間故事，如唐明皇遊月宮，鍾馗嫁妹等等，以應時序，都可以隨便選定。不過月，日，星期在扇頁上所占地位，非妥密設計不可，若胡亂安排，必致畫面減色。

四、畫報雜誌之類倘使也要利用月曆作為廣告品時，所用材料，應該是十二種或十二期出版物的精緻畫稿或封面。出版物是有時間性的，每一期的封面，似難在一年之前預先計畫要定，不過畫稿方面却還可以辦到。這種月曆所指示每月的第一日，最好依出版日期起算，例如每月十日出版的刊物，那末每張月曆上所印的日子，是各從本月十日起，到下一個月九日止。

其餘如絲織風景廠，皮革廠，照相館等業，也都可以利用牠們的出品製作月曆。若能加以研究，分別設計，自必臻於完善，而成為宣傳出品的優美廣告品。



Manchester VACUUM CLEANER COMPANY

NEW BRIDGE GREENVILLE, CONNECTICUT  
STONYBROOK SALES OFFICE STONYBROOK, INDIANA



*The Norwood Company*

CONTRACTORS AND BUILDERS

1316-24 River Road • North Hampton, N. Y.

GEO. SANFORD LONDON, INC.

CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS  
DEWEY, KANSAS

V O G U E

2226 VERNON ST. FLOWER SHOP 7001A VERNON ST.

# 如何計劃印刷信紙

商店工廠，利用信札之時機殊多，此種商業信札，即不啻為一商店或工廠之代表，不特於措辭方面，宜求其適當，即於外表方面，亦須加以研究，務使對方留一良好之印象，亦含有廣告性質，茲試分述於下。

## 一、免除不必需之文字

往往有許多商家，於信紙上滿佈不必需之字句及圖畫，以致雜亂無章，反不雅觀，通常信紙上可以包括之文字如下。

甲、必需者

D. C. B. A.

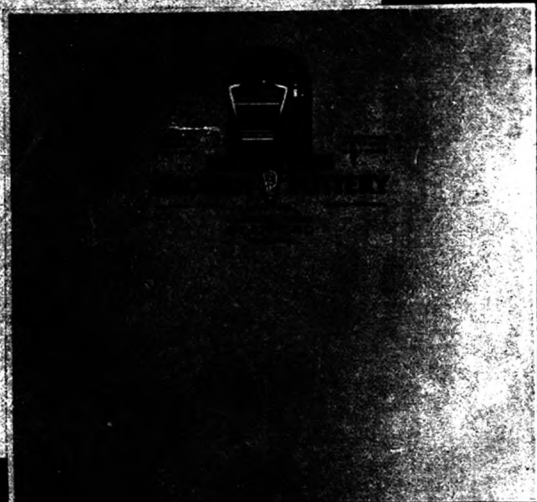
個人或商店之名稱。  
地名，地址，郵政信箱之號數，電話號碼及電報掛號。  
如店名不足以說明營業性質者，可將營業性質，另列一行。  
如有極多部份或分行者，則宜列入某某部份或某處分行等字樣。

THE BRITISH & COLONIAL TOBACCO CO LTD

Manufacturers of

GORDON CIGARETTES

EMPIRE HOUSE  
PICCADILLY  
LONDON



乙、次要者

A. 重要職員之姓名。

B. 標語。

## 二、利用觸目之排法

於文字選定以後，乃可採取適當之字體，及相配之顏色印刷之。

所用之顏色，宜文雅而觸目，使人一看即發生好感為妙。

## 三、採用適當之紙張

信紙之紙張，宜適合印刷，打字，或書寫。西文信紙，尤宜求其可以摩摺，即經摺疊亦極平坦者，選擇紙張之際，要以厚實光潔為兩大要件。

## 四、配製合宜之信封

於信紙之文字，圖樣，及紙張之顏色定奪以後，即可以相類之圖樣及紙張，顏色，印刷信封，使其與信紙相配。

前頁所列為優美之西文信紙式樣，印刷中文信紙，祇須按照上列條件，加以研究，不難求其美觀矣。

▲上圖是兩張參加英國信紙賽會得獎的信紙。排法和配色方面。的確有可取之處。

Let

the printer of  
this magazine  
print your  
ADVERTISING  
MATTERS

A. B. C. PRESS, S.A.

Quality Printers

Lane 126-22 Szechuen Road

Phone: 17479-17470.

上專公交  
等道代貨  
品定設迅  
質價計速

本刊承印者：  
商業印字房

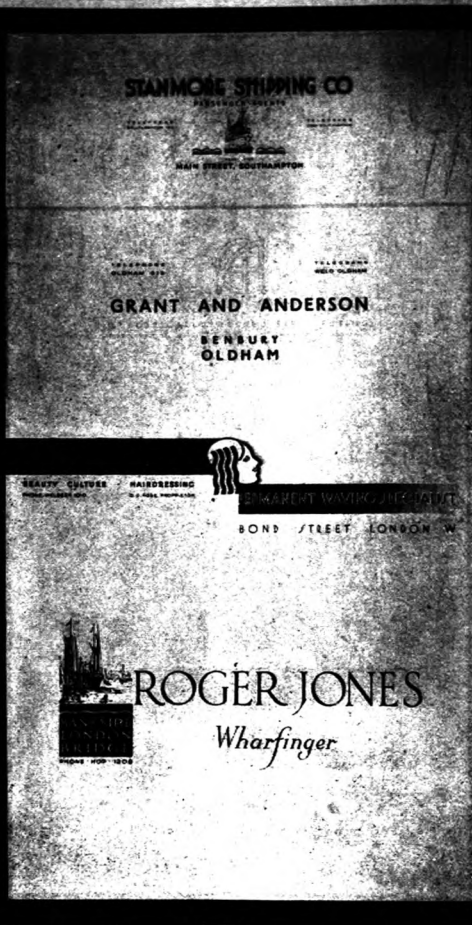
四川路一二六弄二二號  
電話一七四七九〇

信信名日鈔收貼包  
信單片曆票據頭紙  
信單封單片曆票據頭紙  
信單封單片曆票據頭紙

承印

公文案書  
文書表  
文書表  
文書表

信信名日鈔收貼包  
信單片曆票據頭紙  
信單封單片曆票據頭紙  
信單封單片曆票據頭紙



但彩色起。又三張版一獲國信▲  
的一也可。來。在都張是印的張得信連  
斑見印。極。原用和鉛的獎紙。上  
了。出。不。稿。四。印。品。賽。面  
。優。能。上。凸。。會。在。與  
美。用。看。版。第。第。裏。英。張

# 資納印字機概況

資納印字機，(Lynotype) 是一種用以排字的機器，可以替代一部份工人，優點是

省時間

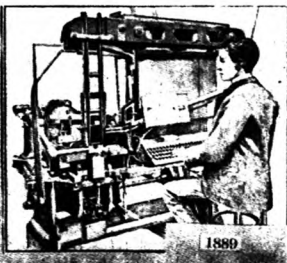
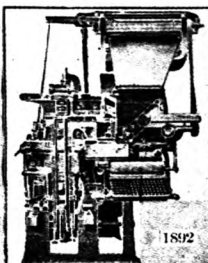
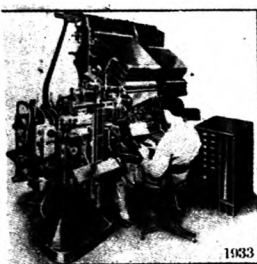
省地位

省費用

資納機印字，最初發明於美國，在一八八九年英國資納印字機有限公司董事長 (Joseph Lawrence) 在美國見資納機方在盛行，於是回英國以後，便集合各報館領袖及資本家，製造資納印字機，以供應用。

在最初的時候，一般工人以為用機器替代人工以後，各人的職業，未免要發生動搖，其實不然，因為採用資納印字機後，可以使報館省去百分之三十至五十的費用，反將增加篇幅而加多工人。

資納有限公司，在上海愛多亞路慕士報館旁，設有分公司，並有中文資納機，可以排漢文字，國內報館，已有多家採用。



資納印字機進步

## 大有出入

在推銷的時候，一言一語，大有出入，我們可以舉二個例來證明：

(一) 譬如說某件貨品賣洋一百元，假使你說「這是最底的價目了」，聽者就有一種不良的印象，好像覺得很貴而一點也不肯違說，如果說「賣洋一百元，此外並無其他費用」的話，那末便好像是很便宜的了。

(二) 鞋店的推銷員，遇到了主顧脚有大小時，如果說「你右脚比左脚大一那主顧便會不甚自然起來，假使說「你左脚比右脚小」，那便能使主顧願意的承認了。

馬頭老牌  
繪圖顏料  
講義夾等  
風行全國

上海馬利工藝廠出品

# 廣 告 分 析

開場就是教育廣告的格式。

兒童身心之發育，必資適當食品以爲充分之營養。牛乳之滋養最爲完美。然其缺點，往往難於消化。克爾乳粉，乃經牛乳適當於最安全最輕便之過程者也。用如所高，毫無耗費。試日與兒童食之，不但心曠神怡，身體亦且增高。大有令人驚異而生長得愉快之感也。

各大商店 上海南京路吉時洋行總經理  
均有出售 總代理 美商吉時洋行總經理



小妹妹小弟弟  
快長得長



這種標題和圖畫是很足引起一般人的興趣的，而且這種情形，也是實事求是的。

此處開始述及克爾乳粉的優點，但祇說一句克爾乳粉乃係最安全最輕便之過程者也。用如所高，毫無耗費。試日與兒童食之，不但心曠神怡，身體亦且增高。大有令人驚異而生長得愉快之感也。

此處與圖畫相呼應。

這是一張自畫像，最爲顯著。因爲它放在左面，似乎可以爲之拾高。

# 廣 告 分 析



克來文  
香煙用特種報紙  
包裝無不經過過  
之特無不含有道  
之味

克來文

封時新鮮

賣時新鮮

吸時亦新鮮

香煙實在新鮮，不過  
燥亦不過，煙但普通  
香煙一出廠門，多難  
於担保其煙味。克來  
文香煙因用最上之  
防濕紙紙妥為包裝，  
故其質料與煙味與  
在廠中同等新鮮，始  
終不變，請試之。

英商克敵菸草有限公司

上海圓明園第七號

克來文  
品質溫順保喉  
煙味始終不變

克來文普通  
香煙二十支  
裝綠匣包裝  
為顧客便利起  
見，特製無雜皮  
質之克來文香  
煙，亦用防濕紙  
紙包裝，感於綠  
色匣中，與綠皮  
匣者同等新鮮，  
煙味亦始終如  
一。

## CRAVEN "A"

2-7

克來文香煙，品質優良，煙味醇厚，為煙中上品。

這一張紙，  
香、味、質、  
無不完美，  
非列方所  
能比。其精  
確之處，  
非文字所能  
形容。克來  
文香煙，  
合於各地  
之口味。



皂香之王



王之皂香

任神后王國英



任神后王國英

梨牌香皂



任神后王國英



此牌香皂係由英國倫敦  
名廠所製其味芬芳  
且能除垢不致發  
此以來已百四十餘  
年其國產及王后之  
御用珍品皆獲二十四  
國之獎牌此牌之香  
皂之為王后之皂是  
無不稱讚焉之五不  
宜乎

Pears  
THE SOAP OF KINGS

這英國美術字 是的確合  
于梨牌香皂本身國性的

台之王。王之香皂。是極好  
的對。字體也非常大方。

梨牌香皂的地位  
亦甚也。此為適宜。

與英名地地位  
甚為適宜。

大商都製安之之王之香  
方深潔法作一香

# 廣 告 分 析

有專長而  
謀事非成



李施德霖

（即立時夕司）



（四）

諸君欲謀一職業。以圖自立。彼固有一技之長。品格亦復可取。然竟到處見拒。謀而弗成者。則因懷於談吐之時。口氣穢濁。所謂海立時夕司（即口臭）者是也。須知口臭之不幸。有之而不自知。乃謀事者之所大忌。

欲使呼吸清新。俾不致於令人不快。其唯一之方法。厥為早晚取原質李施德霖藥水以漱口。且在會客前後。亦須為之。

李施德霖藥水。功能制止「海立時夕司」（即口臭）。因其為滅菌劑。能防止腐敗及解脫腐敗以去口臭之原因也。又為迅速之除臭劑。凡有惡臭發生。立能加以抵抗。府中及辦公室中。均宜備有李施德霖藥水而常用之。

LISTERINE  
ANTISEPTIC

「李施德霖藥水」  
亦在其中。使人一看  
標題。就要研究其原  
因而讀其下文。

這裏是上述  
優點最適當  
的位置。

在這裏先  
筆轉入於  
李施德霖  
。可謂天  
衣無縫。

「李施德霖」  
四字。能  
引起注意。

這廣告  
。以圖畫  
。可稱  
盡責。以  
文字論。  
可謂流利  
有趣。使  
人樂於閱  
看。以極  
簡練的  
故事來觀  
托李施德  
霖的優點。  
製作時是  
經過一番  
推敲的。

# ADVERTISING PHOTOGRAPHY



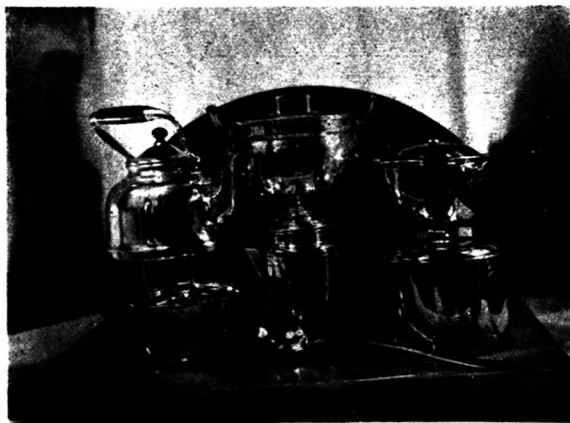
• 冬至書藉 (北京路廣協書局經售)



## • 冬至玩具



● 100



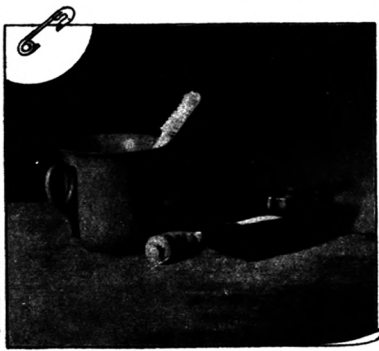
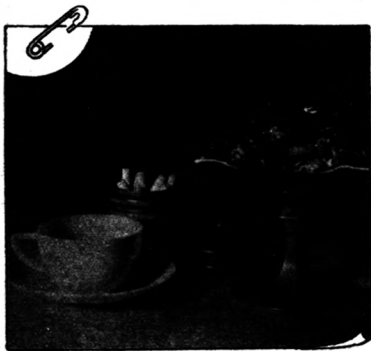
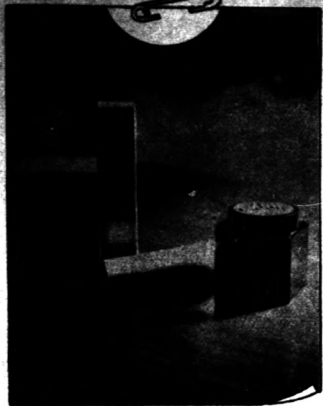
● 銅精鍋子

廣告攝影

利用攝影來做廣告，如果配光和排列都經過一番研究，可以將各種貨品，很生動的表現出來，使數目甚多，其能引起觀衆注意的力量，自然也就大大增加了。

●  
2  
7  
177  
可  
書  
三  
二  
一  
道  
人  
記  
五  
身  
合

廣  
告  
攝  
影





Studio Sun, London



Studio Sun, London





秋

Studio Sun, London

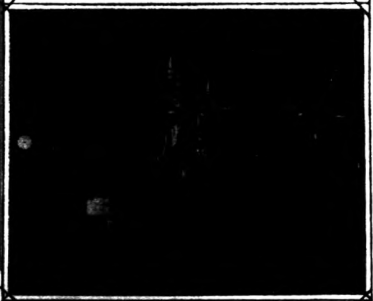


冬

Studio Sun, London



四十二街的夜市



上海的夜市

東方年紅公司

耐用 醒目 價廉 省電

EASTERN NEON LIGHTS

411 BUBBLING WELL ROAD  
TEL. 35085







• 繪圖者：徐 誥 青  
 • 版 件：三 色 銅 版  
 • 紙 張：銅 板 紙  
 • 印刷者：維新印刷公司



# 關於廣告

丁 君 鈞

隨着近代商業的發展，廣告的地位也一天一天的重要起來了。無論任何一個產業部門，只要他想推銷貨品，無有不借重廣告力量的。有人說：「現時代的商業競爭，就是任何一個廣告競爭」，這話雖未免有些誇張，但現代商業之不能離開廣告，却是一個事實。

不過，談起廣告，却也不是一件容易的事，我們每天翻開報紙，看見報上登了無數的廣告。我們每天走到街上，便看見這許多張貼有無數紅綠的印刷品，或立着高大的廣告牌。此外，年紅燈之下，那一個地方沒有許多的廣告呢？只是，這許多廣告，真的能在文字上形式上深入人心，發生很大効力的，的確很少，甚至許多廣告，雖然花了很多錢，但仍然是等於浪費的。

因為廣告原是一種專門的學問，須有相當研究，才會做得很好的。所以，關於廣告的研究，現在已成為一種獨立科學了。不過，牠雖然是一種獨立的科學，我們這些「非專門家」却還是有的一

的資格。所以，特別把關於廣告的問題，寫出一點意見來。

我覺得，現代的廣告，若要使他發生効力，無論在文字或圖畫上，第一必須使他和人們的生活聯繫起來，必須使廣告和人們的日常生活發生關係，人們纔會將廣告深深的印入腦中。第二，廣告是有時間性和空間性的，他底內容也要受時間和空間的限制，譬如：你要做冰淇淋，電風扇的廣告，一定要在夏天才會有更大的効力，反之，倘若你要在夏天來宣傳大爐或皮貨，結果，不會有很大効力的，此是就時間方面而言，就地域上來說，例如：在大都會裏，才會有許多花柳病，這些病在鄉村中就根本很少，倘若一個人在鄉村中去散佈醫治花柳病的廣告，我又可以說絕不會發生多大効力的。又如一個地方有一個地方的風俗習慣，倘若你底廣告與牠有矛盾的地方，也是一定會減少効力的。第三，廣告最重要的要素，就是要引人注意，何以才能引人注意呢。我以為（一）廣告一定要新奇。（二）動

廣告比靜的廣告更容易為人們所注意。（三）過大和過小的廣告，都易為人們忽視，所以廣告的大小，應當適宜。（四）廣告應該簡短扼要，要能夠捉着人們的心理，（五）廣告的內容，須與客觀環境所發生的事情一致。

同時廣告還有一個最重要的要素，就是不可過於誇張，過份的誇張，使你的主顧有些不相信，即或他相信，但他當買了你的東西後，發覺你底東西與廣告上不相符合，你也一定會失去一個老顧客的。

這是我對廣告的一點淺薄的意見，對不對還希大家指正。

上海德文日報

上海唯一之德文日報

上海漢口路一〇一號三樓

電話一六五〇六

Deutsche Shanghai Zeitung

110 Hankow Road, 3rd Floor.

Tel.: 16560

廣 告 小 語

歐西廣告，琢句修辭，煞費苦心，要非半爾操觚者所可比擬；其措詞之生動，畫稿之精美，相得益彰，猶如錦上添花。度試譯而則，以資觀摩。



一、計畫愛的最後職務  
或許一年是過去了，或許一天是過去了，日後你總得在你愛的那個人的長眠處樹一塊永久的紀念碑。

有人正在說：「也許現在就是時候了。然而有幾個問題——關於紀念碑的選擇問題——不得解決！」

於是，我們近來預備一本小冊子，說明許多紀念碑的各種設計，個別的打樣，精美的雕刻，光潔的外表，都能保證滿意。

假使你願意讓我們知道你的姓名和住址，我們就會寄給你這一本小冊子，並且是不收任何費用的。



二、環遊世界名勝

世界是你的，她的神秘在你面前展開了！

當地的獵鷹者買去印度的寶藏而換一曲歌……珍寶異物原是不顧放棄的！看香港的燈光……船板瘋狂般疾行……正如在天河裏一樣。踏進另一個世界到北平，那兒有金龍蟠在柱子上，畫棟雕梁，比什麼都壯麗……

舟行三萬八千里，要經過三十三國，比任何路程都遠，在一百四十日之間，可以獲得一生經驗了。

沙 菲

推銷員的三大要件 亦溫

(一)言語——許多推銷員，對於言語的技巧，可說是一點也沒有，其實推銷員惟一的工具，脫不了一張嘴，有的在推銷一種貨品的時候，簡直像小學生背書般的，聲調既急，字音又模糊，使人聽了，不知道他在說什麼，這樣的推銷，在我想：効力是很有限的。因為你信口開河，亂說一套，那裡引得起人家同情，而打動購買的興趣呢？所以推銷員，事前在言語上應該有相當訓練，第一口齒清爽流利，第二聲調要求高低緩速適中，就是字句，也要求其通俗，使得大眾懂得，尤宜隨機應變，不可千篇一律。

(二)態度——「滿招損，謙受益。」往往有少數推銷員，態度傲慢，精神不佳，交易不成，使白眼向人，甚至出聲謾罵，這是最危險的自殺政策！

推銷員所需要的是大方的態度，圓活的手腕，和自然的舉止。

(三)服裝——人要衣裝，推銷員時常和生人相接觸，所以衣着的確是很重要的，但也得要穿著得體，清潔整齊，方纔有裨於外貌的美觀，而能受人重視。

此外對於不良的習慣，應該免除，應知的學識，都該研究，處處謀改進，然後方可成為一個有為而成功的推銷員。



廣 告 圖 子



廣告圖子似乎和其他圖子一樣，隨時隨地總可以找到一些圖子裏的資料。除非把自己關在一間黑暗的屋子裏，使視線不與外物接觸，否則多少會給你看到一些廣告；新聞紙和雜誌上充滿着廣告固然不必說，牆上的日曆，包裹東西的紙張，也都有廣告。要是幾個朋友或同事偶然聚在一起隨便談話，有時也會把話說到廣告方面去。因此隨手撿拾，寫成下面的幾個片段，而標上「廣告圖子」的題目。



慢 牛 快 馬

日本商店在開幕時，常雇用一班音樂隊，和若干夫役，穿上彩色的衣服，手裏拿着各種招牌旗幟，一面吹打，一面沿途分送贈品，行人住戶，無不注目。這種進行樂隊廣告，上海地方舉很少見，不過內地綢緞店大減價分發傳單，戲院分



發戲目單，香烟公司分發優待券，却每利用進行樂隊廣告。如果退一步租幾頭牛馬驢騾，在這些牲畜的背上載



上用紙或綢緞扎成商品的放大模型，裏面各躲着一個人，同時騎在牲畜的背上，震動身子外面的商品放大模型，作種種滑稽舉動，跟在一班樂隊的後面；慢牛快馬，取着他們在路上走，新奇觸目，當能收得意外的效果。

萬 金 廣 告



上海新聞報全張封面廣告每天的刊費是不到一千元；良友畫刊底封面廣告彩色印刷每期的刊費是六百元左右；從沒有聽到一種新聞紙或一種雜誌廣告每一次的刊費會超過萬金以上。在國外，每一次廣告取費萬金，簡直不算一回事，正有些駭人聽聞。



事，正有些駭人聽聞。Ladies Home Journal, American Magazine 和 Saturday Evening Post 都是美國有名



的雜誌，而在雜誌中每期登一張全頁的廣告，用彩色印刷，刊費是一萬二千元美金，約合國幣二萬八千元左右。廣告的代價，於此可窺一斑了。

爐 竈 當 門



走過飯館門口，耳邊聽見鑼子響聲；走過酒店門口，鼻子會嗅到酒香；走過湯麵店麵店，便看見他們出賣的一切食品。因此，我們也可以明白飯館酒肆和點心店為什麼要把爐竈放在當門了。除大飯店及資本較厚，思想較新的飲食店知道利用廣告宣傳外，其他如湯麵館純以家常便飯專舖子却根本談不到，然而他們的爐竈支在門口，恰就是絕好的廣告，直接以食物引誘肚子餓了的行人的廣告。至於剪刀舖子門口的一口假使落



下來足夠殺死一個人的大刀，店用席子做他們的招牌，碗店磁盆陳在木櫃裏掛在簾前做架點，這些引誘顧客





的樣的，也可說是我國固有的廣告，而沒有沾染歐化的。

### 危險陳設

賣狗皮膏藥的不時把刀在皮膚上割破一兩處，使鮮血從創痕中流出幾滴，然後用他的膏藥黏上去，表示那是醫治刀傷最好的東西，愚得許多人圍攏來看。馬路上有人揪扭毆打，愈打得認真，打得出血，看的人也愈多，等到巡捕帶他們進巡捕房，看的人也會不夠而同的跟到巡捕房門口。有人根據人們愛看這類事件的心理，說笑話似地提出他的意見，對於櫥窗陳設，他以為如果能十足地流露危險性，如櫥面一塊大玻璃似乎要向裏倒，櫥窗頂將向下坍。是滿够吸引路人注目的。這種下意識的趣味當然不足為法，可是能迎合一部分人的心理，却與廣告之旨不相背，也是絕好的例證。



的例證。

### 烏鬼牌子

三馬路大舞台對



面兩家糖果店門口，各掛着一塊牌子；一塊上面是一隻大烏鬼，旁有金字兩行：「開了老的真

真的，做了假的，還要哄騙人家的；你願做了烏鬼，即是子孫烏鬼，可知這萬代烏鬼。」另有六個字橫寫着：「看看看，天曉得！」另一塊上面也是一大烏鬼，牠的嘴裏還銜着一隻小烏鬼，兩旁的字已被風雨剝蝕，看不清楚，但是「看看看天曉得」六個大字却還看得出。因為上海離大，商店面前掛烏鬼牌子的却只此二塊，於是他們原有的「文魁齋」和「老文魁齋」的店號漸湮沒不著，而「天曉得」三字却婦孺皆知。當初他們不過為着冒牌問題，彼此惡罵，決不料因此反會名遍全港。其實這就是廣告不嚴折奇的意思，開着糖果店掛烏鬼招牌，所以容易感



人聽。然而彼此惡罵，形之招牌，廣告學上却沒有這一章，正是天曉得！



### 人的廣告

人的廣告，比機械活動的廣告更有效力。石路衣莊店的叫賣舊衣者，有時會在身上披上一兩件滿清式的衣服，引誘行人；浙江路一家雜貨店，曾雇一個矮小而又瘦癯異常好像活像模樣的人，戴假面具，身披彩衣，手振銅鈴，站在高樓上，口中念念有辭，行人看見他那付怪模樣，逐漸地圍上去看了。相似這一類的人的廣告，只有這一類的商店採用，而也只有某一階級中人能受其引誘。至於法國某乳



草公司利用十幾個女人的酥胸作為廣告，好算是另闢一徑的了。他們把櫥窗有玻璃的地方都用綠色的紙遮蔽了，不過却空出一部份地位，仍舊是透明的玻璃；另設甬道，與櫥窗相通。於是他們的每一個女子循環地從甬道內走入櫥窗時，行人便看見她們活躍的酥胸了。



見她們活躍的酥胸了。



## TURN TO THE RIGHT, SALESMAN.

THE EFFICIENCY MAGAZINE

！ 城 功 到 以 來 ， 正 果 ， 失 果 ， 的 欺 走 路 往 往 員 推  
了 之 成 達 可 那 路 走 如 敗 是 結 路 騙 了 ， 歧 徑 往 銷

Société Anonyme des Anciens Établissements  
**BRAUNSTEIN FRERES**  
 PARIS

Manufacturers of Cigarette Paper in bobbins,  
 sheets and books.

TRADE MARK



"ZIG-ZAG"

Sole Distributors for China: Messrs. MELCHERS & CO.

巴 黎 著 名 勃 老 司 丁 廠

精 製 各 種 香 烟 紙 圓

商 標



老 人 牌

中 國 總 經 理 上 海 美 最 時 洋 行

遣 消 之 尚 高 最 上 海 覓 欲  
 角 路 華 大 路 寺 安 靜……到 請

# 維 也 納 花 園 舞 廳

安  
慰  
心  
靈  
之  
唯  
一  
佳  
境

逸  
興  
遄  
飛  
酒  
紅  
燈  
綠

怡  
悅  
心  
神  
音  
樂  
曼  
妙

藝  
術  
超  
羣  
舞  
星  
美  
麗

富  
麗  
堂  
皇  
佈  
置  
華  
貴

舒  
暢  
精  
神  
之  
無  
上  
勝  
地

◀ 七 七 五 一 三    ○ 四 ○ ○ 三    話 電 ▶



# 推銷員的選擇雇用訓練及酬報

## 問題

華大廣告公司經理  
俞 慧 東

現在這個時期，是推銷貨品困難的時期，如果沒有再接再厲的推銷方法，真不容易操勝利，而需要推銷員非常急切，同時又不易得到滿意的推銷員，這種求過於供的現象，有二個最大的原因，現在不妨略舉如下。

## 一、不好聽的頭銜

推銷員三個字，還是近幾年來的新名詞，向來人家都叫「跑街」或是「式老夫」，這跑街和式老夫二個名詞，是毫無意義而又極難聽的，因此一般人不願意當跑街或式老夫，其實無論什麼人，都是一個推銷員，不是推銷一種貨品，便是推銷一種服務，不是推銷一種服務，便是推銷一種主顧，務使對方接受，而且要成功，非要懂得推銷的原理不可。

## 二、缺少相當的訓練

在中國，受過相當教育的不願意當推銷員，當推銷員的沒有受過相當的教育，同時又不像歐美各國，設有專教推銷術的學校，

所以一方面人才缺乏，一方面既有推銷員，每不能使人滿意。

現在且將這個重大的問題縮小，單來講一家公司應該怎樣去雇用推銷員。

自從一個推銷員正式雇用以至收到效力為止，要經過選擇雇用訓練和訓報四個問題，這都是推銷主任（亦稱營業主任）的責任。

## 推銷員的選擇與雇用

「怎樣去招推銷員？」是我們現在應該首先討論的。招請的方法有下列幾個：

(一) 登載日報廣告 登廣告又有二種方法，一種是寫明行業和需要，使不是內行，不必嘗試，並且可以使同業中的推銷員注意；第二種方法是不寫明行業和需要，在這種情形之下，來應徵的人數一定很多，但必須經過一番選擇和訓練的。

(二) 利用固有的推銷員 在需要增加推銷員的數目時，也可以利用固有的推銷員，由他

們介紹，這個方法，不但因為固有的推銷員知道公司的需要而能介紹較為合式的推銷員，並且還可以使他們得到介紹朋友的機會而對公司發生好感，對朋友表示其地位。

第二步要做的工作，就是推銷員的選擇了，要選擇推銷員，大都利用約會面談的辦法，根據美國一般商家的意見，一次的約會，尚嫌不足，最好要二次或三次，因為在第一次約會時，推銷員一定是充分預備而來，很不容易看出他的個性或缺點來。

在約會裏判斷推銷員的方法，有下列幾種：

(一) 利用目力來判斷 諸如推銷員的外表，態度，言語，都可根據了目光來判斷，但是這個方法，近乎臆測，似乎不甚可靠，而易於發生錯誤的，在會見推銷員的時候，須使推銷員得到一個自然談話的機會。

(二) 利用假設的買賣 有許多商家，在會見推銷員時，用假設買賣的方法，由推銷員實



地推銷，以測驗他推銷的能力如何。

(三) 利用忍耐的測驗 這也是方法之一種，往往故意地使推銷員坐在很遠而不舒服的地方，試他沒有耐性，因為忍耐是推銷員要件之一。但志氣高傲的人，大都是缺少耐性的，所以在舉行忍耐的測驗時，也要留相當的餘地。

(四) 利用比較的方法 要測驗推銷員的程度如何，可以將固有的推銷員或意想中推銷員的資格，列成一張表格，如服裝、體格、客氣、圓活、聲調、言語、思想等等，都有一定的標準，那末可以逐一比較而得到一個結論。

在會見推銷員時，推銷主任，有下列工作：

(一) 將自身的地位，性格，態度，外貌等等，使推銷員信仰。這是很重要的，因為假使推銷員而看不起推銷主任，那末辦事方面，就不能順手了。

(二) 將公司的地位，使推銷員明瞭，以便使他樂於加入服務。

(三) 將貨品的優點，使推銷員明瞭，那末便可以使他樂於推銷了。

(四) 如果公司方面，有良好的訓練制度，也應該告訴推銷員，使他知道加入公司後，可以得到一個上進的機會。

(五) 將來的機會，也應該儘量的告訴推銷員，使他有一個良好的印象。

(六) 酬報問題，也是在約會時應當談及的。

這幾種工作，都是很重要的，如果有各種統計，圖表或樣本等都可以給推銷員看，以堅定他的信任。

### 推銷員的訓練問題

推銷員是一家公司的代表，對外推銷貨品，要得完滿的效果，一定要推銷的能力和對於貨品透澈的認識，所以要造成一個健全的推銷員，需要從二方面同時入手的：一方面推銷員本身問題應該解決，一方面對於所銷的貨品，要充分明瞭其優點，和與同類出品之比較如何，本身問題包括下列幾項：

#### 一、智識

對於公司的智識

對於商業情形的智識

對於他人的智識

對於自身的智識

優點 弱點

#### 二、自信力

對於公司的自信力

對於貨品的自信力

對於自身的自信力

#### 三、外表

衣服 面貌

#### 四、健全的身體

#### 五、圓活

#### 六、善言解

#### 七、熱心從事

#### 八、誠實

#### 九、記憶力強

#### 十、節食

#### 十一、忍耐

關於貨品方面，那末可以將貨品的原料，貨品的製造，貨品的外表，貨品的售價等等，宣述給推銷員聽。

但是推銷一種貨品，有一種貨品的需要，有一種貨品不同的情形，所以有許多商家對於推銷員的訓練問題，是非常注重的，將



使他們合乎一定的標準。訓練的方法，有左列幾種。

(一)個別教練 由推銷主任與一二推銷員面授各種推銷原理，機巧，和推銷某種貨品的特殊方法。

(二)訓練班 這是開班教授，使推銷員受相當訓練的方法，適用於人數多的商家。

(三)總廠訓練班 在美國各大公司，除在各地設立訓練班外，更在總廠設立訓練班，使每一聽講者，可以參觀總廠的情形，大概是由各分公司輪流派遣推銷員的，商務印書館，也有這個辦法。

(四)函授班 也有許多商家，利用函授的方法，來訓練推銷員，使他們在空暇的時候就研究，這也可以收到相當效力的。

(五)出版物 在較大的公司裏，往往出版一種定期刊物，專為公司內部人員閱讀之用，這種出版物，在中國尚不多見，應據採用那一個方法，是要隨着當時的情形和需要而定的。

## 推銷員的酬報問題

最普通的酬報方法是薪俸或是佣金，但是單有薪俸或是佣金是各有弊端的，有薪俸沒有佣金，往往不能使推銷員努力從事，因為他的退款是有固定額的，如果只有佣金的辦法，假使營業興盛的時候，推銷員可以按照營業的數目，享受其應得的利益，但有時候退款就會減少，所以於推銷員是沒有保障的。

一般公司，為求兩全起見，往往是薪俸以外，再加佣金的，此外還有幾種辦法，就是：

(一)自動薪俸增減法：這個方法是按照上年的營業總數而定下年的薪俸的，假如規定薪俸按照全年營業總數百分之五計算，那末去年某推銷員所做營業總數一萬元，今年就可以拿五百元的薪俸，如果今年營業的總數增加，明年的薪俸，也自然而然的增加起來。

(二)分級佣金法：這個方法是規定佣金分百數的。例如營業總數五萬元以上取佣百分之六，營業總數在十萬元以上，取佣百分之七，營業總數

在十五萬元以上，取佣百分之八等。

(三)隨貨計佣金法：往往一家公司，經售許多貨品，而各種貨品的利益，是並不相同的，那末可以預定某貨的佣金是百分之十，某貨的佣金是百分之五，以免固定佣金的缺點。

(四)分紅辦法：在年終以公司盈利若干，分配於推銷員，也是鼓勵推銷員的一法，這差不多是一個附帶的優待。也有許多公司，為鼓勵推銷員起見，特備獎品，賞給予成績優異的推銷員，這方法含有競賽性質，很有效力的。至於終究應該採用那一種方法，又要隨公司所售貨品的利益，和推銷員的需要，並當時的情形而取決了。

## 結 論

以上四項——選擇，應用，訓練，酬報——都是推銷主任重要的職務，在應用之前，必須選擇合配的推銷員，在應用之後，就應該使推銷員樂於工作，使公司當局表示滿意，尤須隨着各時期不同的情形，來應付當時的需要。



中國照相製版印刷專家

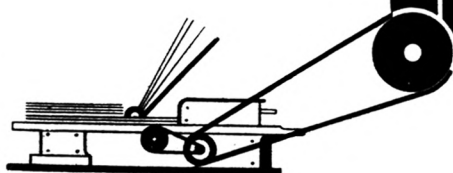


印刷

刊行各種美術画片與刊物  
承印各種彩色商標與廣告

是宣揚中國美術的利器  
是提倡工藝美術化的先鋒

設備完美東亞獨一  
出品優良名馳全國



**K&K PRINTING CO.**

797 KWENMING ROAD SHANGHAI

# 銀行的廣告和推銷

新華銀行總行存款部  
華文 理

## (一) 銀行廣告和推銷

的必要

記得西洋有一位商業名家說過，廣告之於商業，猶煤之於爐子。爐子裡必須繼續不斷的加煤，纔能保持火力旺盛，否則就會熄滅。商業機關如不善用廣告，繼續不斷的提醒大眾，引誘社會，也很難發展，很難維持到長久不敝。一般商業都是如此，銀行業是商業的一種，牠的需要廣告和推銷的幫助，當然也不在他種商業之下。無論那一種銀行業務，如存款，儲蓄，放款，匯兌，證券，房地產，保管等等，都要藉廣告和推銷的力量，纔能推進發展。廣告和推銷，一方面使銀行得到服務社會的機會，——就在這個服務的過程中間，銀行獲得牠的利潤，一方面使社會人士利用銀行，幫助他們進行各種經濟活動。特別在現在的中國：社會上工商實業這樣落後，經濟這樣衰落，而銀行家數極多，彼此競爭劇烈，一家銀行希望牠的業務

一天發展一天，信譽一天鞏固一天，除了在內部組織，行政方面和服務的實力方面，要力求改進和增強以外，廣告和推銷工作，也須特別注意，不可忽視偏廢。否則生意都給他家吸引去，業務不進則退，難免不失敗而被淘汰的。著者常常想，一家善於廣告和推銷的銀行好比一個善於交際的個人，只要他誠實週到，實力充足，靠得住，在社會上的門路一定愈推愈廣，一定能成功的。反之，不善廣告和推銷的銀行，好比一個生性孤獨，不會交際的人，雖有美德良才，也很少人知道，很難廣得良友。至於社會擁護，羣衆愛戴，更難企望。所以銀行對於廣告和推銷，應當充分的注意和講究。

## (二) 銀行廣告和推銷

的原則

銀行雖然是商業的一種，但是和普通商業的性質不同。牠所出售的只是「服務」(Service)而不是實物。牠的所以能夠存在全

靠「信用」(Credit) 信用這個名詞，在銀行學上自有牠的專門定義，可是就一般說來，就是為人所信任和為人所利用而已。銀行要能為人信任利用，牠的服務有用處，纔有存在的意義，所以牠的廣告和推銷的主要目標也在得人信任，和引人利用。要達到這個目標，著者覺得銀行廣告和推銷必須謹守下面兩項原則：第一，銀行廣告和推銷必須使人發生穩健誠實和大方的感想，纔能生出信任心；第二，銀行廣告和推銷，必須從對方受者設想，觸着其需要，纔能引他利用。如果不循着這兩項原則，銀行的廣告和推銷一定不會發生預期的效力。小言之，徒費時間精力和金錢，效力微弱，或者無效；大言之，反而使社會對於那家銀行得到不良的印象，引起反感，這實在是非常危險的事。

## (三) 銀行廣告和推銷

的方法

以上所說的是銀行廣告和推銷的必要和應循的原則，現在要進一步研究方法。



(甲) 準備工作

一家銀行在進行廣告和推銷以前，必須先有一番準備工作。和用兵一樣，要知彼知己，纔能出奇制勝。主持廣告和推銷工作的人，對於本行的實力，歷史，政策，和在社會上的地位，都要有自知之明。現在所辦業務的詳細情形，那些業務發達；那些業務最於銀行有利，最需推進；通常和那一類顧客交易，個人多呢還是機關多；那一類機關多；個人中間男的多還是女的多；年齡的分配怎樣；職業的分配怎樣；富有的多呢，經濟狀況平常的多呢；智識階級多呢，還是非智識階級多呢；住在附近的有多少，住得較遠的有多少，凡此種種，都須用統計方法，分析研究，得一個明確的認識。這是知己方面應做的準備工作。至於知彼方面的工作呢，首須調查營業區域內的人口數，居民的構成，工商業教育事業等發展的程度，以及交通運輸的狀況等等；再看同區域內同業的家數，歷史，政策，地位，業務情形，廣告和推銷的方式等等。有了這本身和各界的兩

種認識，銀行纔不致虛擲時間精力和金錢，可以正確地來決定廣告和推銷的方針，策略和預算，以得到預期的效果。

(乙) 銀行廣告的方法

廣告有直接的和間接的兩種方式。銀行廣告亦然。在我國和在各國不同，各國銀行用慣了的廣告方式，裡面有幾種我國銀行還覺得時期太早，不適於採用。例如電車廣告，無線電播音廣告，招貼等等。演講雖然是很好的廣告，我國銀行實際採用的還很少。現在把我國銀行已經普遍採用和適用的廣告方法，舉出來談談，先談銀行的直接廣告。

銀行的直接廣告，大概有廣告信，章程摘要，和各種新奇宣傳品等等。這些東西都要編製得好，內容形式都要嚴格講究，最要緊的是每種廣告「言之有物」，並且只好廣告一件明顯的事，揭

出他的優點，庶能引起注意，產生興趣，發生效力；切忌空空洞洞，或頭緒紛繁，令觀者生厭，隨手拋去。每次寄給那些人，也要照廣告的性質預先確定對象，

按顧客分類通信單寄發，（銀行應當預先編有顧客通信名單，用各種標準分好類，例如以交易種類分，以職業分，以性別分，以年齡分，或以住址分，）譬如向定期存戶宣傳活期存款或活期儲蓄，向活期存戶宣傳定期存款和定期儲蓄，向存戶宣傳保管，購買證券，向保管箱租戶或證券戶宣傳存款，向婦女宣傳婦女儲蓄，都可視廣告的性質，決定宣傳的對象。有些銀行除了採用顧客通信名單以外，還採用行名錄，電話簿，各種社會的會員錄等，依照寄發直接廣告的。直接廣告寄發的時間也要考慮到，最合於理想的是適逢其會。例如以教育界為對象的廣告，最好在開學時寄發，提倡兒童儲蓄的廣告，最好在舊曆年底寄到，提醒他們在新年中得到的押歲錢不要隨便化了，積起來到銀行裡去開始儲蓄。諸如此類，都須注意。

有些時候銀行的直接廣告效力極大，採用極為合算，這是因為下面幾種原因：（一）牠是直接送達受者的，當然較易引起注意；（二）牠是應時的，可以適逢其



會，例如銀行知道某人生了兒子，就寫信去勸他為兒子儲蓄，知道某夫人新喪丈夫，就寫信去請她委託代管遺產；（三）寄發時經過一番選擇的，有確定的對象，不致濫發浪費；（四）最妙的，牠能幫助銀行在固有顧客中獲得新生意，固有的顧客，對銀行多已有認識，所以廣告在他們中間更易發生效力，尤其措辭非常親切，並經銀行重要職員親自簽名的通告信。

直接廣告和間接廣告一樣，一次廣告不一定就有效，要一而再，再而三，再接再厲，繼續不斷的進攻，纔會發生效力，況且有些廣告雖然沒有立刻看見的效果，但牠能創造美譽，也不是白費的。

### （丙）銀行的間接廣告

銀行的間接廣告不外報紙雜誌廣告，贈品廣告，窗飾廣告，大專的時刻表廣告，戲目單廣告，電光招牌，電影，行體字等種。現在限於篇幅，只舉其中最重要的報紙廣告來談，其他各種在原理方面有很多相同的，不必

### 一一舉例了。

報紙廣告的好處在於傳達普遍，出現迅速，次數可以頻繁。若是報紙選擇得適宜，出現的時間合適，編製得好，登載的篇幅地位得當，很易發生效力。選擇廣告的報紙不是一件容易事，至少要有四個考慮：（一）銷數廣不廣；（二）讀者大都是那一階級的人，是不是銀行廣告的對象；（三）報紙的政策怎樣；（四）取費貴不貴。如果這四個條件都合適，那末就選擇這種報紙登廣告，如有必要，可選登兩張以上，或者輪流登，今天登甲報，明天登乙報，或者同日登，稿本相同或不相同，視他們的流通是否重複而定，流通多重複的，稿本以不同為宜，重複的少，稿本一樣也無妨。出現的日期極須注意。銀行大都星期日休業，所以星期六登報紙廣告不大相宜，以登星期初為佳。現在各大埠的報紙有晨報和晚報兩種。晨報廣告的好處是足以促成當日的營業，晚報廣告的好處是可以多得注意，因為晚間正是男子工作完畢，婦女家務做了的時候。

### 報紙廣告的稿本的編法和直接廣告的稿本差不多，切忌擁擠

，取材要審慎，措詞排法尤其要使人一目了然，油然生出勾欄調和之感。篇幅要夠大，方能顯著，自成單位，和引人注意。但是大得過分也是浪費，只要夠大就是。有些時候，登一幅大廣告不如登幾幅小廣告，分排幾版，多出現幾次。至於地位也非常要緊。普通說來，封面最好，因為許多閱報者讀了第一版便拋開了。本埠新聞欄亦都認為較其他版重要。教育運動欄最宜登載引導教育界人士的廣告，社會新聞欄的廣告特別宜於婦女。銀行應當視廣告的性質自己酌定地位，不宜聽憑報館任意排入。再有銀行為經濟起見，未嘗不可和幾家報館訂立特約，訂定一年中間佔用篇幅總面積的合同，或在合同上附加一條，凡佔用篇幅超過原定最小篇幅面積的，價格應當減低些，這樣一來，可以得到最低的價格。

### （丁）銀行的推銷

廣義的說來，推銷應當包括



廣告在內。現在既已把廣告單獨討論，這裡所說的推銷是狹義的推銷，一種是個人招攬(Personal Solicitation)，另一種是職員推銷競賽(Employee contest)。

個人招攬是跑街的事，專門代表銀行訪問各界人士招攬生意。這班人需要特殊訓練，並且必須口齒伶俐，隨機應變，善於交際，儀態大方。他們最重要的任務是連絡，結好，多為銀行開闢門路。他們要懂得市面情形，人情世故，以及銀行的歷史組織政策和全盤業務。在他們上面還要有一個勝任的人總其成，負擔指導，分配工作，聽取報告，考核工作的職務。跑街的工作是銀行中極重要，同時也是極艱難的工作。他必須有耐心，因為一次訪問能成交的很少，必須常去走動，工夫到了自能生效。

職員推銷競賽也是銀行可以採用的一種推銷方法。事先要訂定規則，指定一個人負責辦理。試以推廣存款業務為例，用得分方法，凡招攬得戶數最多者得分最多，獲一等獎，存款金額最多者得分次之，獲二等獎，其餘依

次遞減。獎賞大都是現金，據美國各銀行的經驗，規則宣布以後，行中職員要費兩個星期來各自定一個進攻的計劃，列出一張可以進行的名單，然後依照計劃進行。競賽進行的時期不能過三個月，拖得太長了沒有意思，況且競賽者中間難免不發生弊端出來。我國銀行採用這個推銷方法的，據著者所知已經有過好幾家，不無成效。

#### (四) 銀行廣告和推銷的真正效力還靠服務週到

在前面說過，銀行廣告和推銷的主要目標在使銀行得人信任，引人利用，以得服務社會的機會。可是一切廣告和推銷的能否發生效力還要看他的服務是否週到，能否和廣告上所載的相符合，和推銷者所說的一致。如果服務不能令人滿意，無論廣告和推銷的技巧怎樣佳妙，也是徒勞無功的。因為誠實是最好的政策，欺人只能欺一次，顧客上了一次當，決不再上第二次的。倒是他所得的壞印象很難磨滅，替銀行作起反宣傳來，效力比任何廣告

和推銷的效力為大。著者在前面說過，善於廣告和推銷的銀行，正像善交際的個人。牠也必須誠實，言行如一，纔能受人信賴，以得成功。假若秉性虛偽，實力不充，言行不符，終究為顧客社會所不齒。所以著者最後要鄭重說一句，銀行必須先充實服務的實力，然後再講究廣告和推銷，這樣纔能使銀行，顧客，和社會三方面共同得到利益。

(完)

上海西蒲石路安平里電話五〇五五

景 藝 公 司

專辦

櫥窗廣告

圖案設計

封面插圖

美術佈置

油漆畫景

DISPLAY ARTS, LTD.





# 推銷捲菸幾種新方法的商榷

秋紅

推銷捲菸的第一步工作是如何叫人買了去抽，第二步工作是如何叫人嗜癮不斷地買了去抽；第一步工作不難，第二步工作使不容易。關於幾種推銷捲菸新方法的商榷，便是研究這第二步工作；因為這幾種方法，不過是作者的獻議，所以尚有待於商榷的。

推銷捲菸的第二步工作，平常總不外乎注意登載報紙及雜誌廣告，樹立廣告牌，油漆牆壁廣告等，處處提示人們罷了。對於某種牌子的捲菸已經銷開之後的實地，自然也極力地在保持其原有優點，以求不墮聲譽，博人贊美，藉此籠絡其顧客。然而月如此，年年如此，不能使顧客受到一些新的刺激，未免美中不足。倘使在新奇兩字上下一番研究工夫，一定有所獲得而能輔助推銷，不難一日千里；打破新記錄。

下面的幾種方法，都從新奇方面着想而得到的，本文專就菸子菸（即捲聚菸）的園地，擬幾條開拓的方法而已。一個久居在陸地上的人，如果讓他有一個機會去過幾天水上生活，一定會感到非常有趣；常住在都市裏的人們每喜出外旅行，也無非是想換一個環境，以求調劑他們的生活。若每一聽捲菸從開聽便到抽完，有一些什麼持異的東西引人興趣，那末抽菸的人因此得到的趣味，便無異於讓久居在陸地上的人去過水上生活，或都市中人出外旅行了。在這裏，先說商標貼頭的利用，因為這是啟開菸聽後最先接觸顧客目光的東西。

## 怎樣利用商標貼頭？

在菸聽內裏看全部菸支的一張紙的摺縫上面，常有一個圓形商標貼頭，如果要利用牠，並不是難事，舉例如下：

我國地圖，每一省的輪廓是可以被鉤成一幅畫圖的，如山東省可鉤成黃鳥，河北省可鉤成回蝶，江蘇省可鉤成伏兵。當每一省的地圖形已被鉤成一幅畫圖之後，便可把這些圖畫縮小起來，以圖畫的中部能容一枚商標的地位為度。商標若是紅色，畫圖可用黑色，並在四周空白處作簡單的說明：

「請將此圖剪下，積滿各種式樣計若干張，拼黏一起，即成中華民圖全圖。」

其餘如利用七巧板，或大小不一的面積可以拼成一個人形或物形等方法，也都能使得商標深入人心，而收推銷功效的。

## 給人家一枝樣烟

這就是說在每聽五十支捲菸中雖有一支另外一種牌子的菸，而這支菸不論是新出品或是老牌菸，牠的質地須比其餘的四十九支高一級，售價也應比較貴一倍或一倍以上，以避免雙方的衝突。當一個抽菸的人第一次發現這支菸的時候，也許他以為這是在包裝時工人無意混入的；等到他在第二次第三次陸續發現時，他就會非常地注意了。同時報紙及雜誌上的廣告會使得他明瞭這支菸的特色，經過他體驗證實之後，或許他從此會改抽這一種菸，或許他會當有機會的時候替製造者作口頭介紹，這是可以意料的。同時，有這一支樣菸給顧客換換口味，也很能引起他們的興趣。

有人以為這方法有一極大流弊：譬如一個人本來吸慣甲種捲菸的，何必拿乙種捲菸去引誘他，即使他是改抽乙種捲菸了，那末甲種捲菸便少了一個顧客。結果徒自紛擾，害多益少。這層意思雖有相當理由，然而應該明白甲乙兩種菸的實地和價目不同，後者當較前者高貴一倍，菸的售價高，獲利也厚，是成為正比例的。倘顧客棄甲就乙，製造者的利益也因此增多了。況且，他的環



境如能允許他抽乙種券時，目前舉抽慣甲種券，若被別種較為良好的牌子所誘，雖保他不棄舊換新。衆甲而就乙，他還是我的顧客，衆甲而就別一家的出品，就是別人的顧客了，此中利害，宜待贅言！

### 聽子裏一張厚紙的用途

每聽提菸，常有一張厚紙圍在裏面，這張紙除有製菸日期等的暗記印在上面外，其餘毫無所見，所以正不妨想個方法去利用牠。

這一張長約九英寸半，闊約三英寸的紙，是可以利用牠的一部分作為一枚書簽。書簽上印刷的圖畫，倘嫌印刷費負擔過重，可用深赭色印一些古樸的山水或人物，材料能搜尋適當，這是非常討人歡喜的玩意兒。不過請注意：這書簽上千萬別印上任何廣告或廣告字體，致傷古雅。一枚書簽在這張紙上所佔地位既不過是一小部份，那末其餘地位可佈置一些廣告，和請顧客如何剪下這書簽的簡單說明。(圖一)



如果利用這一張厚紙印成一張小的月份牌，也是容易使人保存而與書簽一般地有同等效力的。

### 請拉，拉出一點什麼！

當菸聽敞開以後，滿滿的菸捲中有一條硬紙的頭露出着，輕輕一拉，便有幾支菸捲拉起來了。這露出的硬紙的一端，上面有的印有「請拉」或 Pull Lightly 字樣，也有的完全空白沒有一個字的。經過輕輕地一拉，如果聽子裏附有畫片，這時就隨着菸捲而被拉出了。畫片雖也是助長興趣的東西，因為沿用已久，司空見慣，也就不覺希罕了。所以我想用一種贈券來替代畫片。這種贈券最好用精美的紙，簡單的圖案和概括的說明，並且乾一個硬印。(圖二)



這種券可以分幾種顏色，以區別其價值，不過暫時不必發表某一種顏色的券可以換什麼東西，

直等到贈券可以換換贈品時候將到了，始行公佈。發出最多的一種顏色的券，至少每張應可換換價值二角以上的物品。這些物品可從各個熟識而有相當友誼或關係的廠家，徵集樣品或用半價購進，並和對方說明是贈送顧客，絕非販賣，而含有聯合宣傳廣告性質的。

在離開換換期以前的一個月，可以把銷出的菸算一算清楚，究竟在總共銷去若干箱，散在外面的券有若干張，銷數多則獲利厚，贈券的價值便可以抬高一些。還有，在離開贈券換換期的前一個月，應將此後發出的券上的換期更換一次：如第一批發出的券上所載換換期是一月一日或五月一日，那末第二批發出的券上的換換期應為五月一日或九月一日。這樣可以使得市上沒有銷完的存貨內的贈券，雖過了第一次換換期，還可以在第二次換換期內使用，免得顧客看見過期的廣告而惹氣。

每張券和畫片一般地置入聽內，而在露出在菸捲上面的硬紙一端上寫明「請拉出幸運的贈券」字樣。(圖三)



說幾句好話

好話，無論是一句舊的，或是一句新的，總能引起人的好感，尤其是在過年過節或有喜慶的時候。抽菸的人既與菸菸不可一日離，那末在年節或逢人喜慶的當兒，我們自不妨利用這機會對顧客說幾句好話。

在每支菸菸上除商標之外，可印上一句含有禱福意義的單句，例如：

「從此你將更幸運了！」

「花好月圓人壽」

「多福多壽多男子」

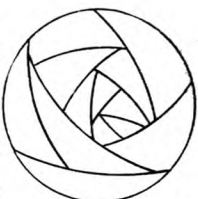
這種菸菸如果採用一種顏色的菸紙更好，不過須力求鮮艷。在菸菸上並須有一點特別記號，表明這種菸菸是喜慶年節專用的。至於菸菸質，配料，包裝，均宜特別地講究，無論使用原有老牌或另出新鮮。若使用原有老牌，售價不便抬高，寧可薄利多賣，使該牌銷路，更趨開展。除此以外，尚有其他連帶問題。因爲篇幅關係，未能儘量討論。這是無疑的，在實行時當精密設計，以求盡善盡美。

白紙板的改良

蓋在每一聽菸菸上面，襯在聽子薄皮下面，有一塊圓形的紙板，這叫做白紙板，然也有是紅色的。這塊圓形紙板老是讓牠空白着，未免可惜，至少得把牠改良一番，使變得美觀些。

這塊圓形紙板，可以印上一朵玫瑰花的圖案，那末外觀便美麗而生動得多了。

(圖四)



是象徵菸菸和花朵一般地新鮮，這也能給予顧客以良好新象的。倘使在圖案上更進一步加一點，對於這種菸菸所有特色的說明，好的介紹。

「莫問收穫，但問耕耘」。推銷

「X」  
這是代  
表菸菸  
的一種  
名稱，記  
號「Le Ever  
fresh」的意義

支十  
**牌國建**

品贈用日及以煙掉壳空

支廿  
**牌國建**

煙換壳空



**愛如登**

煙味美妙  
百吸不厭

品出司公煙浙江國中

捲菸也正須這樣，倘使極力在設法使顧客感到興趣和受到新的刺激，銷路自會一天天地擴展開來，因爲新奇是任何人所不會討厭的。

上述幾種方法，關於印刷費的支出當然很大，不過捲菸成本之內，印刷費一項早就包括在廣告費項目之下了。省一些招貼紙，和減少幾張不甚重要的廣告紙，就可以很容易地將印刷費問題解決。

在這商戰劇烈，外貨便逼有加無已的時候，倘能別創一格，以謀抵抗，那末先發制人，前途希望正多；愛育賢議，以待站在捲菸業圈子裏同人的商榷。



心曠神怡



# 白金龍

極品國貨香煙

各紙店均有出售

中國南洋兄弟煙草公司出品



# 一個推銷的實例

推銷員代表一家大書店  
主顧：五金號公司總裁羅列却

先生

事前對於主顧未曾加以調查：知道羅列却先生的方法是該書店登載廣告，附有函索說明書的券，因此知道羅列却先生希望知道得

更詳細一些的情形。

這訪前來曾規定約會：

推銷員這訪的時候，電話接線生問推銷員「有何貴幹」。推銷員說

「是應羅先生要求而來的」，於是即得與羅先生相見。羅（代表羅

先生。以後照此）望着推銷員，不作聲。銷（代表推銷員。以後

照此）說：

「你要知道更詳細的情形，所以特來拜訪」。

羅：「你代表那一家」

銷：「代表某某書店」

羅：「我要你們將詳細情形，由郵局寄來，用不着你自己到這裏來呀」。

銷：笑着說「羅先生，我們二種方法都試驗過。但是一般人都有好多問題要問，而假使你是有意思的話，我自己來了，不是當場可以解決，彼此都更便利嗎」。

羅：「這或者是對的，但我沒有

這麼多的工夫來接見許多代表，而且我現在也很忙，不能和你談話」。

銷：「這是沒有什麼關係的，羅先生，我儘可在你便利的時候來拜望你，但在我離開此地以前，我希望把幾張××書裏的圖畫給你鑒賞一下」。

（說着，一方面就取出一冊樣本放在羅先生手中，羅先生

看着圖，很覺有趣，推銷員把作圖者的姓名一一說給羅先生聽。並且說明，顏色紙張的構架，羅先生就接着問

共有幾卷，翻譯者是誰，推銷員就說出各翻譯者姓名的

並且說當一個翻譯者必具的資格，更將報紙上登過的評論，給羅先生看，還將最後

的一則，朗讀起來，又不是一冊很美麗的書嗎」。

羅先生接着書，四邊看看，看着書上燙着的金字，並且覺得這書很有分量，更將第一頁約略看過）。

銷：「讓我來將這書裏面的圖畫，翻給你看罷」。說着將書從羅先生手中拿回，翻開第一張圖放在羅先生枱上，並且

還將其餘的圖畫，也一一翻出來，說：「羅先生請你自己翻看看，就可以知道紙張的如何堅實了」。

羅先生就連翻幾頁。

銷：「不是非常的光滑嗎？可是這紙張很堅韌，一點也不容易扯破」。

將書合起來，堅在枱上，說：「這是一冊很美麗的書，假使拿其餘的二十九卷合在一起，陳列在書架裏。那是多麼好看呢」。

羅：「你買什麼價錢」。

銷：「一百五十元」。

羅：「這未免太費了，我不要費去這麼多錢」。

銷：「羅先生。你或者已收集了好多的書籍，隨便做什麼事，終沒有買書來得更有興趣了，你買了這一套書，可以得

到一百五十元以上的樂趣，你或者有一套××書籍」。

羅：「不，我沒有」。

銷：「但你或者將來要購買一套，或者你雖未完全看過，也許曾經看過幾冊，假使你買了

一套，就可以使你的閱書室，生色不少。哦我想着了，我們這部書，只印五百部，而三百部已經賣去了，或者

你喜歡看看買過這部書的人名錄吧」。說着，就把人名錄拿出來交給羅先生，羅先

生

生

生

生

生

生

生

生

生

生

生

生

生

生

生



# 一個差僮出售證券於行長

△昭示了一個推銷的原理

·狄馬克 (Anthony Dimock) 十

八歲時，某日候在紐約市銀行行長泰勒 Moises Taylor 的地方，希望出售一張證券，那時他是一個證券字號的差僮，每星期薪俸只有一元五角，因為他的雇主以為他是很伶俐的，所以叫他去出售一張鐵路的證券。

狄馬克明知泰勒對於這種證券是很歡喜的，但他的身份如何可以與行長做買賣呢。當他看見泰勒時，正有另外一個客人在談話，這個客人，談吐遲緩，終不在題目上，所以泰勒說「請你爽爽快快的說」，「請你簡簡便便的說」，後來又頻頻搖頭，終於將這個客人辭退，點頭叫狄馬克過去，狄馬克就將證券放在桌上，說：

「九十七元」

泰勒很驚異的看著他，隨手取出支票簿，問

「開什麼名字」

「勃蘭克先生」狄馬克說。

泰勒寫好支票之後說：

「勃蘭克先生付你多少佣金」

「百分之二十五」

泰勒說「你回去對他說百分之二十五是不夠的，祇少須百分之一，假使他不付的話，我將代他付了」。

在這樣簡單而迅速的情形之下，狄馬克是將證券售去了，而且因為這次良好的印象，以後便很得泰勒的信任，狄馬克又很努力的研究，對泰勒說話，務求簡單而沒有一個多說的字，終於兩個人交易既大，感情又好。

這個小小的例子，顯示了一個推銷的原理就是：

「要知道對方的需要，就是

在小處，也應該注意」。

狄馬克十八歲時，方自飛利浦學院畢業，他的父親是一個新英格蘭的使節，他三十歲時，是已成為一個百萬家私的富翁了。

(接上頁)

生靜靜的看過單子，並且看完了再看一篇，顯然的他是在想，還是買的好，還是不買的好。

銷：「羅先生，我們更有一個很好的付款辦法，就是交書時付洋五十元，餘數在三十天後照付，再不然你可以用分期付款法付款」。

羅很快的說：「不，我從來不用分期付款法購買東西」。

銷微笑着說：「但第一個方法一定是很好的，我相信你一定歡喜，而且這部書還要三星期可以送上，我想這可以辦嗎」。

羅：「我想可以的」。

銷(填好定單)：「羅先生，那末請你簽這定單可以嗎。」羅先生就將定單簽好。推銷員謝着羅先生，很熱烈的握了一回手。並且說：「羅先生，你收到這部書後，一定會得到很多的樂趣，再者，你可以允許我將你的名字也登在購買者的人名錄裏嗎」。

羅：「當然可以的」。

於是推銷員欣然辭出，並且謝謝電話接線生，因為生意的成功，她也與有功焉。

(完)

## 十五種連絡主顧的方法

- 一、一個推銷員，自從與主顧見面以後，就應該和這主顧竭力的連絡，使從一個漠不相關的陌生人而成為一個有希望的主顧，從一個有希望的主顧而成為一個真正的主顧，從一個真正的主顧而成為一個很親密的朋友。下面是十五種實用的方法；
- 二、在初次見面以後，可以寫一封中謝的信，雖然見面的時候或者並不客氣，但也值得一寫以求下次見面時可以親近一點。
- 三、寫一封敘述關於公司方面情形的信，以求博得好感。
- 四、在第二次見面或寫信的時候，可以貢獻一點意見，一個有思想的商人，總是歡迎一個有思想的推銷員的。
- 五、寫一封信，說明某種出品的特殊功用，務求其間短有趣，告訴一些關於主顧私人的或關於他所有嗜好的新聞或意見，這是一個得到友好的唯一方法。
- 六、達到節日，不可忘記表示熱烈的慶賀。
- 七、請他到某種約會或消遣的地方，而是他所愛好的。也是一種連絡的方法。

- 八、假使收到了主顧的定單時，就應該用電話或書面表示謝意。
- 九、關於主顧同業的新聞，可以告訴給他聽，這當然是要守相當的道德的。
- 十、有時可以用電話談話，使不時存一個接觸的機會。
- 十一、公司方面有新出品時，可以送他一件。
- 十二、關於主顧一業中的新建設，可以使他知道。
- 十三、如有公司的宣傳印刷品，可以寄幾份去。
- 十四、不要忘記說，公司方面是很願意為主顧解決各項問題的。
- 十五、和主顧的推銷員合作，如果有相當的資格，可以答應去指導主顧的推銷員。

### 廣告和推銷的功用

科學演進，一切的製造方法，日益迅速，貨品就有大量的生產，而廣告和推銷的需要，也就更加迫切了。

借重了廣告和推銷的方法，製造家就得將他的貨品，供之於世，售出以後而獲得利益，不但如此，因為廣告的力量，推銷的工作，就可以使一般人很便利的獲得這種貨品，非但是隨時隨地都可以獲得，而且價格方面，也很便宜，譬如沒有了這兩種工具，那末就是我們知道某廠有一件極好的東西而要購買，非得化上極大的車費，和很昂貴的代價不可。不過在一般製造家看來，廣告和推銷是兩種推廣營業的利器，也不免是專為銷路着想而言，其實廣告和推銷的力量，非但是對於利用者有極大的補助，就是對於社會，也有極大的貢獻。

從大處着想，廣告和推銷，能够使以前認為是貴價品的東西，日就普遍而成為必需品，把整個的社會都改變了，使人的衣食住行的享受，都提高了不少，祇要把五十年前的社會和今天的社會比較一下，便可了然。

再說得詳細些，凡是店舖的招牌，旗幟，貨品的陳列，甚至於一張招紙，一張召租，都是廣告，假使把這種廣告一概的除去，那末我們就分不出那一家是酒店，那一家是米店，而購買東西的時候，要四面去打聽，這種麻煩和不便，足以使整個的社會不成個樣子，所以廣告和推銷兩種工具，表面看來，可供製造家推廣貨品的銷路，其實在社會上佔着很重要的地位呢。



扁長經濟

與眾不同



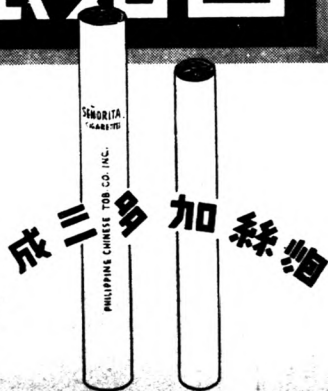
白姑娘



華菲烟公司出品

華僑歸國創辦之

上海發行所牛莊路七二四號  
電話九一四四五號



成三多加絲烟



# 店員應有的條件

萬澄仁

一個店員的自述

在十五歲的那一年，剛從初中畢業，因為經濟的關係，棄學就商，在一個商店服務，因為求知的熱烈，差不多工作一完畢便捧着書本，或是投投稿，這樣混了四個年頭，連同薪金佣金，稿費積了幾個臭錢，終為了滿足知識的要求，便在今年決心求學，先向經理說明原委，幸而經理看我平時在店裏辦事認真，又肯用功，不但沒有為難，並且又幫助我學費一百元，臨別時，很誠懇的鼓勵了我一番，回想以前，這後當如何格外用功，多求些知識，以便將來重投商界，重揚我的故業。

當我做店員的時候，便覺與商店營業關係很大，現在就個人的經驗，來設設對友應有的條件，一、應有知識

A. 明白所售各種貨物的來源和一切：現在有很多的店員對本店的貨物的來源，功用，製法都不知，甚至價格都要問老闆，這是第一件令顧客不快活的事，所以店員對本各體貨物應有澈底的認識，例如出產地，性質，功用等，假若一種貨品有幾種招牌，拿肥皂說吧，有五洲牌，日光，月元，中華，三角等，就須詳細明白其各不同

之處和價格高底的原因，才能對顧客應付裕如，引起顧客的快感。

B. 懂普通話：這要看地方說，如果到小鎮市可以將地點方，最低要懂國語，英語，兩湖，粵語等，英文也是非會不可。

C. 嚮導的責任：店員也要明白本地各處街市，每有外來的客人，需要相當的問道，例如由本店到某街某巷的車費大約多少，本地的名勝和古蹟在什麼地方，我從前在店裏的時候，對外路客人，總是這樣，有一個附近某縣縣立中學學生每年都要來一次，當我才進店的時候，就指導他們，因為這樣，他們很樂意向我們店裏交易，第二年又一批來了，他們特別找我我們店裏，據他們說：前班同學投到實說價廉物美，又會做生意，所以叫我們先顧你們，決不會吃虧，

二、裝束：不一定說是要西裝革履，或絲綢掛褲只要簡單樸素，整齊清潔，

三、態度：很多的店員對主顧太惡度：很多的店員對主顧太

不容氣，尤其是大公司，在他們以為主要交易在批發，不在乎門市，還有一部分商

店，對裝束漂亮交易多，就加以奉承之，交易小的就不高興，這是店家大忌，我親眼看見同行幾家舖子倒閉在

這個原因上面，要知衆沙成塔，集腋成裘，所以店員對主顧要和藹可親，但是最忌有媚態的態度因為這種卑賤的樣子，最令人生厭可惡，並且除去和藹外，對於禮貌也要緊，對買賣不成功的

主顧，也應該有相當的禮貌和和藹的態度。

B. 不怕煩瑣：當顧客向你買貨物時，除去特別指定的外，就應該將所有同貨異牌的東西搬出來，不怕麻煩，對他解說各個功用性質區別，價格高底的原因，任他選擇，假使認為這件有點舊，或是壞，你應該搬出同樣許多的貨品來，聽主顧挑選，這樣我擔保他決定不好意思一件不買，空手回去的。

C. 舉動敏捷：往往有人買一件東西，要等許多時候，使主顧不高興，而下次怕來光顧，所以當主顧說出貨物的名稱之後，就應該立刻取出才好。以上所說的，不過是略表而已，要求長進，全在奮勉從事，來應付環境。



# 小本經營

一家小本經營的商店，資本當然很小，又不能登載廣告，那末怎麼可以增加營業呢，但是他既不是是一個新聞記者，（按新聞記者是一個很忙的職業），當然空暇的時候很多，這就正當補救，使一店上下，忙得不亦樂乎。

第一步着手，他們可以將門面油漆一遍，不是淡綠便是黃色，那末店舖可以看來地位大些而愈顯得整潔美觀了，因為無論什麼店，不能毀污穢異常，而須看上去新鮮清潔，但大多商舖，都忽略這一點。

再次一步，電光也不可講究，決不能過事算省，必須使店舖中光明如晝，那末境有生氣，櫥窗裡面的燈光，應該照耀於貨品，而不應該照耀得人眼睛不舒服，最好能用淡紅的顏色，那末可以不同凡響了。

假使他能注意及於一年內的貨品，他就可以查出不易脫手的幾種貨品，那末就應當略為犧牲一點，以期早日出清，這可以放在一張小桌子上，並且最好陳列於

櫥窗裡，並且應當每星期陳設櫥窗一次，將一星期中可以出賣的貨品列入，但切不要把不易銷售的貨品列入，而櫥窗祇宜自己做廣告，不宜借與人家。

最要緊的是每一個顧客上門來必須予以熱烈的歡迎，就是店舖很小，但是如果對於顧客的友誼是格外的，那末無疑地會蓬蓬

勃勃的發達起來，使人愛好，在店舖本身，不費分文，而一家小店可，以使很多的顧客愛好。在顧客方面着想，當然受到他所愛的店裏去買東西，這一層，小本經營者不可不知。

在英國，有許多店是從很小的範圍做大的，他們的所以成功，就是因為他們知道如何去經營。

## 十八世紀之學徒關約

上圖是一張英國十八世紀時的學徒關約。大意說：

「立開約大威湯姆斯，受雇於倫敦市民並紡織家多特湯姆斯，於立約日起訂期七年，到期為止，在茲期內，當為雇主服務，嚴守秘密，樂于服從合法之命令，不得損害雇主或他人之名譽，並不可浪費雇主之貨物，或以之不法的出借於他人，不可實行撲克，骰子等不法之賭博，以致損及雇主之財物亦不得無故缺席，總之須作為一勤勞之學徒。」

同時雇主方面，當在訂定期間，加以訓導，並根據倫敦慣例供給肉食，飲料及住宿。」



# 推銷瑣話

紹 錄

## 三巨頭的推銷測驗

●福特無能為力

●發施登終究是勝利了

某次福特，安迪生，和發施登三人，旅行至美國西部，當時為了「誰是較好的推銷員」的問題，發生爭論，安迪生的意見，在一個很小的市鎮裏，無論福特或是發施登，都不能使用推銷的技巧。

當時彼處有一個印度富人居住着，於是安迪生就叫福特先去賣汽車，然後由發施登去賣車胎。結果福特雖然用了極大的氣力，無濟於事，發施登反而成交，因為那印度人的兒子，買了一只發施登車胎作為玩具呀。

## 使人說 "Yes"

推銷員最重要的是使顧客有一種融和的態度，那末可以易於成交，如果在開頭推銷員所得到的答案都是「反」的，那就不易於講得投機，所以推銷員而如果要發問時，一定要選擇答案一定是正面而不是反面的。譬如先問「今天天氣很和暖是不是呢？」顧客一定會說「是呀」，假使天很暖而問「今天是否一點不覺得冷？」顧客一定要說「不」。再如廣告推銷員兜攬廣告時第一句問：「你要登廣告嗎？」顧客一定會說「不要登」的，如果問「你要推廣營業嗎？」那就可以得到正面的答案。所以使人說「是」也是推銷過程中很重要的條件。

# Joinedo

貴車倘已裝置此  
他必圖飛輪軸  
則君能得  
安全矣

此乃  
他必圖飛輪軸



TELGE & SCHROETER  
SHANGHAI 620 SZECHUEN ROAD

中國工商管理協會編輯出版

## 工商管理月刊

本刊為國內關於工商管理之唯一定期刊物，內容有生產品，財務，銷售，組織，會計，事務，人事等論著及調查，每月月底出版。

零售每冊大洋貳角  
全年十二冊大洋貳元

(寄費在內)

發行所：中國工商管理協會

上海哈同路一四六號  
電話 三〇七六〇號



# 廣告色彩學

何之碩

廣告上利用色彩，能引人興趣，所以無論那一種廣告都有趣入色彩的傾向，色彩的配合若何，關於整個廣告影響至大，所以研究廣告者，不可不研究廣告色彩學。『色彩學』是一般藝術家與工藝家所注重的學識，因為這關係他們的作品很重要，就是普通的人，為了審美的天性，對於色彩也很注意，廣告家所應該知道的用色，都須下一番研究，不僅為求表面悅目而已。

(一)民族的偏愛：泰西有個學說，『民族的色彩偏愛』，隨了他們的種族而不同。這句話也許是不差的，因為我們知道白種人最喜歡白和藍的色，中國與日本人的愛黃色，較其他民族為甚，棕色與黑人他們都愛熱帶鮮艷的棕褐色，沙漠帶的人喜歡紫黃色，：：：是也，還有民族所處的地位，對於色彩也很有關係，以濱海的人愛這海水的顏色（隨水色而不同）山屋人的裝束往往同這山林一般的樸實，與南方數省人的愛華者不同：：：都常穿著土灰色的衣服，與南方數省人的愛華者不同：

：關於這許多，是研究廣告色彩學的人應該注意的。

(二)年齡性別的關係：人類的愛色，是由着年齡而轉移的，例如初生的嬰孩愛粉紅，較大則愛白與藍，至六七歲時始愛各種原色，至十九而二十五，為愛深色的時期，可說是與年俱進的，到老漸有趨向棕綠褐色的時類，但也是隨着年齡而轉移，如少女時愛玫瑰，熱情時代愛茶楊花，主婦時代愛紫羅蘭，：：：是也，人類的愛色環境，也很有關係，通都達邑的人當然不能和山野陸塞的人比較，還有一種所謂『愛色循環率』，就是說人類的最初時代愛明淡之色素，期至中年為最深明期了。再至老年漸入于愛明淡時期，但不過至淺暗色便得停止了。以上所述是施班納廣告學書中所述。

(三)色彩與情感：色彩有一種情感作用，能移化人性，譬如到了富麗的宮室，感到一種情感的榮幸，到了莊嚴的堂宇，覺得自己渺小，到了寒酸的地方覺得憐憫，此外若紅色的熱烈，奔放的，黃色的典實，靛藍，靑色的幽抑，悲觀，都能極強烈的感動人的心弦，這都是一種色彩的配合，能使人發生美感為貴，其他問題尚是次要，所以

# 嘉寶牌



科學監製

香味和潤

品出司公烟就福



# 行將問世之大巨片

！片巨稽滑前空白對聲有部全



導編 製監

仲小楊 琨善張

劉娟月童 韓根蘭  
群繼

演主

★ 夢 春 源 桃 ★

演開日不 竣攝已現

劇喜大默幽唱歌白對聲有部全

演導山東史

★ 夜 之 歡 狂 ★

麗曼許 山金 萍胡 已而顧

品出新最司公業影華新

上海南京  
路○新新  
公司對面

# 亨得利鐘表行

聯號五十  
餘○遍設  
全國各處

經售歐美名廠鐘表  
全國聯號免費修較

本行創於同治十一年。完全華商組織。經售歐美名廠出品。式樣新穎。質料堅固。定價更屬公道。聯號遍設全國。多至五十餘處。凡本行售出鐘表。皆可在各聯號連環免費修較。不取分文。使君之鐘表。永不阻滯。長保準確。此種便利顧客之服務。為他家所不及。而時常出門旅行諸君。若向本行購備鐘表。尤稱便利。保君滿意也。

修理鐘表 素負盛名

人才都是上選的  
成績都是優良的  
工作都是審慎的  
取費都是低廉的



經本行修理的鐘表。出立保單。負責保用一年。一年內如有損壞。憑保單免費修理。不取分文。實現服務的精神。

## 關於雜誌廣告

雜誌廣告多一頁獨立，無與其他廣告混合龐雜之弊，廣告主旨遂得充分發揮。即其所佔地位非單獨的一頁，而是二分之一或四分之一頁時，（廿三年度東方雜誌列出各種廣告篇幅統計，平均全頁的計佔百分之六十，而四分之一頁的僅佔百分之八。）雖在效力方面未免減色，然還能保持地位的平均，而給予讀者以相當的注意。

雜誌廣告得利用和雜誌內容相反的題材，以引起讀者非常的注意。相反的對象越易引誘人的，好像衣冠冢中離布衣；又好像許多茅屋的村莊上，屹立着一座高大的建築物。在偏重深刻學理的文章中，插入一幅妙趣的圖畫和美麗的字句；在絕對不談幽默的刊物中，點綴一點談諧的圖畫和對話；在許多摩登姑娘的照片中，使閱者發現其中有一幅是十八世紀的女子畫像；這些都是相反對象的利用。

據歐美各國的廣告專家的意見，都以為雜誌廣告的字句應該比報紙廣告詳盡而冗長，所持的理由是閱讀雜誌的時間往往較長，其實這一條原理是不在中國，也佔着同等重要的地位，非詳加測驗，不得而知，其實各廣告家如果登載廣告很多的，倒不妨試驗一下，用有趣而生動的標題或圖畫，襯托出貨品的特點，再用特殊生動的文筆，做成廣告文字，等到讀的看完文字，自然對於所廣告的貨品，有了很深的印象，這在學理上是千準萬確的，在事實上則須研究和試驗，纔可證明牠的不錯。





廣告與推銷

第一期

編輯人  
徐百益

陸守倫

出版人

聯華廣告公司

印刷

商業印字房

上海南京路六一四號  
電話：九五八八二  
上海四川路一二六弄二二號  
電話：一七四七九

◀ 記登會宣中及部政內請呈已刊本 ▶

每冊實價五角

投稿簡約

- 一、本刊各欄均歡迎投稿如附插圖請用墨筆繪畫
- 二、投稿人請於稿末開列詳細姓名住址並加簽章
- 三、投寄之稿登載與否概不退還
- 四、本刊對於來稿有增刪之權
- 五、來稿一經揭載即於出版後十五日內酌奉現金稿費每千字自二元現至五元止照片每張自一元起
- 六、投寄之稿一經揭載其著作權完全歸本刊所有不得再在他處發表

# 大晚報

消息最靈通

編制最新穎

晚報資格最老

廣告效力最宏

本報地址

上海亞三路大話七五〇號  
轉號五〇九  
路愛九〇九



大偉力效告廣

時報

消息 迅速  
銷數 最多

總館·上海福州路一五四號

十售



標準



中國華東煙公司出品  
上海總經理協隆煙公司

標準煙味