

自考中外广告史复习资料第一编第四章 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/152/2021_2022__E8_87_AA_E8_80_83_E4_B8_AD_E5_c67_152822.htm

第四章 新时期的我国大陆广告（1979年以后）第一节 广告市场的恢复与发展 党的十一届三中全会以来，我国的广告事业在改革开放方针指导下，进入了一个蓬勃发展的新时期。经过1979年以来10多年的发展，我国广告行业的规模初步形成，广告媒介的发展也极为迅速；广告业的经营水平和服务质量明显提高；广告法规和广告管理体系初步形成；广告业在新技术、新材料的运用方面取得了初步成果。随着广告行业的迅速发展，广告教育和人才培养广开渠道，并已初见成效。广告业随即走出国门，积极参与国际合作交流，提高了我国广告业的地位，为国家和社会创造了明显的经济效益和社会效益。1979年初开始，在全国范围内逐步恢复了广告业务。1月4日，《天津日报》率先恢复商业广告。1月28日，上海电视台播出了我国大陆电视史上第一条商业广告参桂补酒。1979年以前，全国经营广告的公司不过10家，报刊、广播、电视基本上不经营广告业务。1979年以后，广告行业的发展已初具规模。80年代开始，是我国广告事业大发展的年代。1981年7月15日，国家工商行政管理总局批准《中国广告》杂志正式出版，该杂志由上海装潢公司主办，是我国第一本专业性的广告杂志。1982年2月中国广告学会成立，随即同有关单位一起举办了全国第一届广告装潢设计展览。同年8月，中国广告学会邀请部分有关专家、教授在山西太原举行了第一次广告学术座谈会。1983年12月，中国广告协会在北京成立，这是全国性的广

告行业组织。由于我国经营广告的单位分别隶属于不同的部门，需要加强联系和协作。因此，通过协会对全国广告经营单位在精力上进行指导和协调，开展咨询服务，这对推动我国广告事业的健康发展是非常必要的。我国经济的发展推动了进出口贸易的繁荣，也使外贸广告工作提到议事日程上来。1981年8月21日中国对外贸易广告协会成立。1987年5月12日，国际广告协会中国分会在北京成立，开拓了对外交流的渠道。我国对广告学的研究、教育也更加深入，人才培养得到了应有的重视。1983年6月，厦门大学新闻传播系创办了我国第一个广告学专业，并于1984年9月招收首批广告本科生。结束了我国高等教育中无广告专业的历史，开创了我国大专院校中广告人才培养的正规教育。北京广播学院新闻系和深圳大学大众传播系也随之开设了广告学专业。1993年秋季，北京广播学院新闻系率先在全国招收广告研究方向的硕士研究生，把广告人才培养推进到一个新的阶段。广告专业杂志与书籍的大量出版与发行，对于提高广告人素质、传播广告知识也起了积极的作用。《中国广告》、《国际广告》、天津日报广告部主办《广告人》、中国广告协会《现代广告》、湖南省广会《广告导报》、上海《文汇报》副刊“金点广告”、广州《信息》副刊“广告潮”。这期间许多广告著作大量出版。广告法规和广告管理体系初步形成。1979年以前，广告管理是分散的，没有明确的统一的广告管理机关和全国性的广告活动的法律法规。1982年2月6日，国务院颁布了《广告管理暂行条例》，这是新中国成立以来第一个全国性综合广告管理法规。明确规定由国家 and 地方各级工商行政管理部门负责管理全国广告。1987年10月26日，国务院发布

《广告管理条例》是对《暂行条例》的进一步补充、修改和完善。1994年10月27日八届全国人大常委会第10次会议通过的，自1995年2月1日起施行的《中华人民共和国广告法》，是适应社会主义市场经济的需要而制定的，它对保护消费者的合法权益起到了积极作用。进入90年代以来，我国广告业经过治理整顿进入了一个新的发展时期：首先是广告营业额大幅度增加。其次是广告的设计制作水平、服务水平有明显提高。第三，广告业新技术新材料的开发应用取得初步成果。

第二节 广告媒介的发展

媒介是用以扩大和延伸信息传递的工具。广告媒介是指在广告主与广告目标对象之间起媒介和载体作用的物质。80年代以来，我国使用的媒介可归纳为12大类：1) 报纸类；2) 杂志类；3) 电视类；4) 广播类；5) 邮递类；6) 户外类；7) 交通类；8) 录像类；9) 电子类；10) 店铺类；11) 包装类；12) 书籍类。从广告投资的效果来看，报纸、杂志、广播、电视被誉为四大最佳媒介。

1) 报纸。8世纪唐玄宗开元年间，长安出版了用纸张印刷的《开元杂报》，是世界上最早用纸张印刷的报纸。比欧洲最早用纸张印刷的德国《时代报》早800多年。我国最早的日报是1860年香港出版的《中外新报》。报纸种类繁多，各类报纸的发行对象、范围和数量各不相同，其广告效果也不同。报纸覆盖面广，遍及城乡各个角落，遍及到各阶层群众之中，因而报纸广告宣传有着极大的优势。

2) 杂志。世界上最早的杂志是德国《观察周刊》1590年创刊。1731年伦敦出版《绅士杂志》后，杂志这个词就被人们作为刊物的代名词。在杂志的封二、封三、封底或插页上刊登广告，具有读者广泛、广告醒目、保存时间长、印刷质量好等优点。

3) 广播。我国

的广播分为无线广播电台和有线广播电台，遍布在全国的城市和农村。广播广告是传递广告信息最迅速的工具之一。我国幅员广大，人口众多，有些地方交通不便，信息不灵，这就更加显示出广播广告的优越性。我国广播电台大体可分为三级，即中央一级；省、自治区、直辖市一级；另外还有地、县、乡的发射台、转播台一级，此外还有有线广播网。

4) 电视。电视广告是迄今最能打动人心的信息传播手段。它集声音、图像、色彩、活动等多种功能于一体，可以直观地、真实地、生动地反映商品的特点，并具有一定的故事性、趣味性、知识性和艺术性。它直接作用于人们的感官和心理，给观众留下深刻印象，造成良好的宣传效果。20世纪末到21世纪初是我国媒介发展史上的转折点。不断发展新的媒介技术是广告业发展的要求，除了传统的四大媒介以及电影、邮寄、户外广告、销售点广告外，随着现代科技的发展，又拓展出许多新的媒介技术。这些媒介新技术包括电话、录音、录像、文图传真、计算机通讯、卫星通讯、激光、电子广告牌、光纤空中广告等。它们的发展，都是同现代电子技术的发展分不开的，是新的高科技成果在广告媒介上的应用。进入21世纪以后，最主要的广告媒介将不再是报纸或电视，它应是电子计算机、激光光盘以及电传通信等各种技术结合的信息服务站网络系统，广告信息可以储存、处理并随时调用。新型传播媒介是内部互相沟通的，这与过去的所有传播媒介都不同。21世纪的信息工业将是以加速的方式飞跃前进，传播媒介日新月异，传播广告信息的渠道已经远远超出原有广告传播媒介，而朝着超高速和人工智能的更高层次发展。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请

访问 www.100test.com