

# 广告,引领时尚四千年

当今,广告、音视频无孔不入地渗入生活,影响着人们的消费行为、生活方式与时尚品位。四千年来,人类的印刷术、摄影技术、广播技术、电视技术、网络技术,将广告从口头传播、文字传播,带入印刷传播、电子传播和网络传播时代。伴随物质文明进步,尤其是工业革命的脚步,广告为我们谱写着生活的绚烂华章。

## 1 萌芽于四千年前 印刷术推动广告新革命

口头传播是广告最早的存在形式。口头广告,又称叫卖广告,是最原始、最简单的广告形式。《诗经》里有记载“箫管备举”,说的是西周时期,卖糖食的小贩就懂得用吹箫管之声招揽生意了。屈原在《楚辞·天问》中有“师望在肆,昌何识?鼓刀扬声”,这句话中的师望是姜子牙,周文王姬昌怎样识得姜子牙的呢?姜子牙那时做屠夫,正在“鼓刀扬声”高声叫卖。

而早在奴隶社会初期的古希腊,人们通过叫卖贩卖奴隶、牲畜,公开宣传并吆喝出有节奏的广告;古罗马大街上充满了商贩的叫卖声;古代商业高度发达的迦太基——广大地中海地区的贸易区,也曾以全城无数的叫卖声而闻名。

商标字号也是古老的广告形式之一。国外的商店字号起源于古城庞贝。在古罗马帝国,人们用字号标记来做角斗和马戏团表演的广告;一家奶品厂则以山羊作标记;一条骡子拉磨盘表示面包房;而一个孩子被鞭子抽打则是一所学校采用的标记。

在我国古代,继声音广告后出现的则是“悬帜”广告。《韩非子·外储说》说到“宋人有沽酒者,升概甚平,遇客甚谨,为酒甚美,悬帜甚高著。”这是我国酒家和酒旗最早的记录。到了唐宋时期,“酒旗”等招牌类广告流行一时。“千里莺啼绿映红,水村山郭酒旗风。”唐代诗人杜牧笔下的江南风光,有酒旗在水

村山郭迎风飘扬。这里的酒旗,就是商业广告。白居易的《杭州春望》中写道:红袖织绡夸柿蒂,青旗沽酒趁梨花。此句的意思是:趁着梨花开放在挂着青色旗的酒肆中饮酒。诗还为当时杭州的名酒“梨花春”做了把广告,“梨花春”要趁着梨花熟时酿造饮用。

明朝时“酒旗”广告被称为“酒望子”。《水浒传》中,武松打虎路过景阳冈时,酒店门口“酒望子”上的广告词是“三碗不过冈”;而到了醉打蒋门神时,酒店“酒望子”上的广告词则是“河阳风月”。

招牌、旗帜类的文字广告究竟有多火呢?我们可从宋朝《清明上河图》中略窥究竟,市集街市有各类招牌,横匾、竖标,如卖羊肉的“孙羊店”、卖药材的“赵太丞家”、开酒楼的“孙记正店”等广告40余处,其中广告招牌至少有二三十块。

北宋毕昇发明了活字印刷术,印刷效率得到了极大的提高,大规模的批量生产成为可能。北宋时期济南“刘家功夫

针铺”铜板是迄今为止发现的世界上最早的印刷广告实物,现存于上海博物馆。铜版长13.2厘米,宽12.4厘米。版面以双线为框,内分三层。第一层栏内,印刻楷书“济南刘家功夫针铺”八个字;第二层栏内中部是白兔持杵捣药图案,两侧分别刻有楷书阳文,连起来为“认门前白兔儿为记”;第三层栏内则是七列楷书阳文,每行四字,从右往左,全文为:“收买上等钢条,造功夫细针,不误宅院使用,转卖兴贩,别有加饶,请记住”。其上的“白兔儿”算得上是中国最早的商标。

印刷广告的出现,是近现代广告业发展的标志性事件。1625年,《英国信使报》在背面刊登了一则图书广告,被认为是目前已知世界上最早的报纸印刷广告。随后,咖啡、茶、巧克力等商品信息也常出现报纸上,这些信息都被放在名为“通告”之意的专栏中。而彩色印刷技术发展,使得杂志、宣传册、传单、海报等纸质媒介逐渐成为印刷广告的载体。



《清明上河图》里有广告招牌40余处。

## 2 第二次工业革命后 广告引领时尚新思潮

第二次工业革命后,人类物质生产进入了飞跃时代。

这一时期,广告进入了电子传播时代。1920年,美国工程师弗朗克·康拉德建立史上第一座广播电台。同年9月29日,该电台播出了第一条广播广告,内容是推销收音机。1941年7月1日凌晨2点29分,纽约“WNBC”电视台在棒球赛前播出了一条10秒钟的广告,画面中美国地图之上放置着一只宝路华手表,画面下方是旁白:美国按宝路华时间运行!电视广告时代由此诞生。电子广告随后获得长足发展,成为助推社会思潮、引领时尚革命的重要风向标。

牛仔裤就是一个经典的

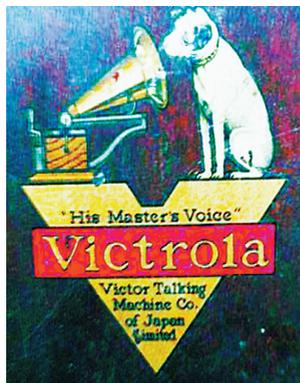
广告传播案例。牛仔裤起初只是工人阶层的一种工装裤,到十九世纪70年代,上层社会的人们也穿起牛仔裤这种大众化服装。广告是如何推动这一风潮的呢?事实上,大部分牛仔裤广告都选取普通人物符号作为表现主体,着力体现人物的舒适、自由与现代性。在这种宣传氛围的推动下,平民阶层认为穿着牛仔裤是彰显自我个性的表现,上层人士也以身着牛仔裤而感到自豪,认为这是与现代节奏合拍的一种进步。

二战后的比基尼广告,则是推动妇女解放的重要力量。1946年,由三块布和四条带子组成的比基尼泳衣首

次问世。因为从中世纪起,人们就用一系列理由阻止妇女在公共海滩或泳池游泳。到19世纪,女性下水游泳必须身着长形泳装,还得穿着裤子。因此在推广泳衣时,比基尼广告常选取一些明星、模特作为表现主体。玛丽莲·梦露、碧姬·芭铎等女明星都曾带起一股比基尼热。比基尼的流行也是社会与媒体广告参与构建现代女性认知,从而影响女性审美与消费的过程。到底是比基尼广告促使了女性思想的解放,还是女性思想解放推动了比基尼发展?这很难说得清。但可以肯定的是,在媒体广告的带动下,比基尼的确成了一种时尚。



上世纪相机广告。



最早的留声机广告。



户外牛仔裤广告,可供人攀爬。

## 3 移动互联网时代 人工智能为你“订”广告

1994年,乔马克坎伯利在HotWired.com上发布了世界上首个网络广告——黑色背景上用彩色文字写着“你用鼠标点过这儿吗?你会的”。开启了一个新的互动广告时代。

而随后智能手机的普及,则进一步改变现代广告的形态。众多网络广告形式中,学者们提出,短视频可能是未来广告最主流的形式之一。YouTube 2016年推出的6秒视频广告是短视频广告初步探索。

2018年12月,中国手机网民已达8.17亿,人们通过手机接入互联网的比例高达98.6%。一些自媒体通过对短视频的灵活运用,成功打造“网络爆款”。随着5G时代到来,网络速度提升与资费调低将推动短视频发挥更大作用,更多“时尚风潮”将经短视频这一新兴广告形式进行传递。

而人工智能技术的突破也将为广告媒介带来更深层次的加工与开发。以内容生产为例,利用人工智能技术,广告设计创意构思将超越人类的速度进行生产。世界著名广

告商李奥·贝纳曾评价广告代理商的作品“是温暖的、全然人性的。这样的作品,绝对无法在工厂的生产线上完成。”不过,或许未来人工智能技术的成熟将创造出新的可能,或者至少可以说,由机器与人来共同做广告是可能的。

此外,在广告分发层面,现代广告业也将迎来新机遇。传统的广告分发是一种不加筛选的“广而告之”,而在大数据与算法的检测下,广告可能面临从“广”告到“窄”告的转向。广告的私人订制、个性化推荐都将极大地提高用户体验。试想一下,当五花八门、与你无关的广告,被经过算法精心挑选、符合你心意的推荐信息取代,你的浏览体验甚至是消费体验是否会更加愉悦呢?

当然,技术的发展始终是一支双刃剑,在技术不够成熟、运营不够完美的情况下,智能时代下的广告也可能面临隐私泄露、版权保护等问题。这些问题也将是未来广告发展仍需考虑的。

晚综

### 相关链接

#### 太空广告牌或明年发射升空

据外媒报道,俄罗斯太空初创企业近日宣布,计划发射卫星在太空给客户打广告!

该公司发布的宣传片中介绍,第一支太空广告预计将在2021年发布。这家公司宣称,他们的太空广告将设置在低地球轨道上,尽管白天看不到,但是夜晚会很明显,而且可以被世界各地的人看到。这是怎么做到的?答案是一大群微小卫星每颗都装备一个直径

大约30英尺(约合9米)、具有高反照率的反射膜。当这些小卫星在距离地面大约450公里的轨道上排队排列时,就会构成客户所要求的文字或者公司LOGO,随着太阳光的照射,闪闪发光,从地面上清晰可见。

目前这家公司已经开发出自己的立方体卫星原型,而太空广告初步测试明年年初就将开始。