

<<与古人一起读广告>>

图书基本信息

书名：<<与古人一起读广告>>

13位ISBN编号：9787802251649

10位ISBN编号：7802251648

出版时间：2006-12

出版时间：新星出版社

作者：由国庆

页数：210

字数：94000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<与古人一起读广告>>

内容概要

本书是国内第一本用“说话”的方式全面系统地介绍中国广告发展历史的书。

特点在于通俗易懂，雅俗共赏，具有极高的收藏价值和鉴赏价值。

作者是我国著名的老广告收藏家，他用轻松活泼的笔调将2000多年的中国广告发展史展娓娓道来，将给读者带来知识与趣味的双重享受，既有学术价值，又能得到社会和大众的喜爱。

当今市场经济的发展与广告业的发展是紧密联系的，广告不仅是一种商业行为，也是一种艺术行为，也是一定历史时期内民俗和文化的反映。

古代社会中商家们是如何成功运用广告的？

从这本书中现代读者不仅可以得到有益的借鉴，还有独特的艺术享受。

<<与古人一起读广告>>

作者简介

由国庆，笔名点子，长期从事民俗文化、老广告的研究和收藏工作；中国民俗学会会员，中国书画艺术研究会会员，天津食文化研究会理事，天津口述史学会会员，第39届世界广告大会中国广告历史文化展学术顾问。

国内著名的老广告收藏家和研究者，现供职于天津民俗博物馆。

今年出版

<<与古人一起读广告>>

书籍目录

序 民俗与广告的火焰聚集引言 形影相随的市俗与广告 关于“告白”与“广告” 第一章 招幌：中国制造 名目何其多 招幌的流金岁月 形色各异说类别 水村山郭酒旗风 幌牌的复合与多元特征 冲天招牌和青龙牌 招幌带给古人什么 第二章 招徕的天籁美韵 从“自相矛盾”说到“燕市百怪” 韵语说唱声情并茂 津腔津韵唱吆喝 巧言善唱卖估衣 唱卖吆喝与曲艺说唱 响器招徕“唤娇娘” 第三章 古人的广告生活 自相矛盾的招揽 伯乐的名人效应 挂羊头卖狗肉 当垆卖酒与悬壶卖药 铜镜上的广告词 忽悠出来的高价 现存最早的铜印版 神医妙药广告传名 潭州票报印“高”牌 图书精彩的缩影 印刷品广告自仿单滥觞 古人广告的设计理念 第四章 永恒的品牌与字号 物勒工名传美誉 事无巨细的汉代铭文 古人也打假 清代的“商标”概念 响名字号与金字招牌 流光溢彩老牌匾 老字号取名的故事 第五章 文艺作品中的广告 佳妙吟咏传美名 竹枝词里忙推销 楹联奇葩 古人笔记说分明 《水浒传》中的广告 绘画作品中的广告 “洋画”中的小贩招徕 第六章 眼花缭乱的大清朝 “老外”眼中的清代广告 来自西方商人影响 猛于枪炮的烟草 彩票与广告同样诱人 梁启超率先使用“广告”一词 报纸广告的出现与兴盛 报纸广告的价格 后记 爱与思考主要参考文献

<<与古人一起读广告>>

媒体关注与评论

广告是一道亮丽的城市风景，也是一种商业美。

古人还在不经意中把不同时代的审美与风韵溶入到形形色色的广告中。

——中国文联副主席、中国民间文艺家协会主席 冯骥才 民间传统文化是一棵万古长青的生命树。

——中国民俗学会会长 刘魁立 理论与田野并举，探讨都市民俗文化研究的新思路。

——国际亚细亚民俗学会会长 陶立璠 故纸温暖。

——国家文物鉴定委员会委员、文物专家 云希正

<<与古人一起读广告>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>