第一图书网, tushu007.com

<<中国广告猛进史(1979-2003)>>

图书基本信息

书名：<<中国广告猛进史(1979-2003)>>

13位ISBN编号：9787508035741

10位ISBN编号：7508035747

出版时间：2004-9-1

出版时间：华夏出版社

作者：IAI国际广告研究所,国际广告杂志社,北京广播学院广告学院

页数：293

字数：350000

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

内容概要

第一部全景式广告社会发展史，展示中国广告业经营增长10780倍的史脉，呈现政治、经济；广告、企业、媒体；文化、时尚的互动，扫描相应事物的横向关联和纵向承传。
《中国广告猛进史》以独创的架构，在时间平台上全视角，立体化展现中国改革开放，25年来广告业总产值成万倍升。
人均广告费数千倍激增的世界性奇迹。
解读我国政策、法规、机制逐步变革，解开思想和生产力。
推动低起点的广告业，具有“后发优势”与其他支柱产业的蓬勃猛进。
辐射这些变化所派生、创造融汇出林林总总的文化和时尚现象。
这些绚丽的全景式画面构成了当今中国社会最真实、最丰富、最生动的写照。
中国改革开放后的25年，广告业发展迅猛。
2003年与1979年相比，全国广告经营额增长10780倍；人均广告费增长8298倍；广告经营额占国民总产值比重增长568倍，把它界定为猛进史应毫无疑义。
作为当事者，有责任把这段辉煌记录下来，作为历史的见证。
历史可读，更是立体的。
因此，当我们着手策划这段历史的体例时，首先关照的是它的时间性——横向的关联和纵向的承传。
基于这种立意，我们把同一时间平台上的政治、经济大背景，广告、企业、媒体三大支柱产业的主潮和相应的文化、时尚、流行的世相一起展示。
这样可以鲜明、完整地表现出它们之间的互动性，即那一阶段社会生活原汁原味的特征。
而前后年份的照应、比对，又可从时间坐标上的伸展，反映出各领域的进退、兴衰与变化。
广告作为流行，注定是变化极快，商业寿命有限。
然而，经典广告总是凝聚每个时间段和社会特征的标志性产物。
当读者浏览本史时，可以体察整个民族所付出的巨大社会成本，从而体会到创造者付出的坚韧超凡的代价以及迫切地需要思索和实现的问题：中国广告业起点低、增速高，在中国加入WTO后，要想保持“后发优势”，缩小与发达国家广告业的整体差距，其艰难和所要付出的巨大努力，远胜于前25年的猛进。
我们所做的仅是一部粗线条的精要简史。
即使如此，当本史的1979-1998年的部分于1999年在《国际广告肝rj出时，出乎意料的是，一些学术界的人士对这样一部全景式的简史反应热烈，认为这种体例是一种创举，给予了极高的肯定。
他们从中看到的不仅是广告，还有改革开放以来，我国社会政治、经济、文化的突飞发展以及许多事物的横向联系和前因后果。
在建国55周年之际，我们修订了《中国广告猛进史·1979-1998))，并增加了近5年的史料，连同由我们策划的《中国营销25年》一起作为献礼。

作者简介

国际广告杂志社：《国际广告》创刊于1985年，由中华人民共和国商务部主管，中国对外经济贸易广告协会主办的广告专业月刊。
1997年购买美国《广告时代》（Advertising Age)周刊中文版权。

《国际广告》是目前国内同类期刊中发行量最大，阅读率最高的杂志。
具有相当权

书籍目录

2004年增订版前言1999年版前言中国广告猛进史凡例萌动发展期　1979　1980　1981　1982高速发展期　1983　1984　1985快速发展期　1986　1987　1988　1989　1990　1991超高速发展期　1992　1993　1994快速发展期　1995　1996　1997稳步发展期　1998　1999　2000　2001　2002　2003中国广告业发展数据与相关重要事件后记鸣谢

章节摘录

插图

第一图书网, tushu007.com

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