

# 《爱看书的广告》

## 图书基本信息

书名：《爱看书的广告》

13位ISBN编号：978710805423X

出版时间：2015-9

作者：范用 编

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《爱看书的广告》

## 内容概要

本书内容分为三部分，即“广告文字”“广告式样”“书籍广告谈”。广告文字主要收入鲁迅、叶圣陶、巴金、胡风等名家作品，以及20世纪三四十年代文化生活出版社、北新书局、新月书店、良友图书公司等广告文字。这些广告文字，堪比微型文学作品，许多是短小的书评，传达出撰写者的感悟。“广告式样”主要收入三四十年代的作品，设计美观，又很实用，处处表现出设计者的才华与苦心。“广告谈”部分收入十六篇文章，主要介绍中国现代书籍广告的史实掌故，论述书籍广告的要点和意义。以上三部分内容相互照应，形成立体的效果，既饶有文化趣味，又不乏实际指导作用。

# 《爱看书的广告》

## 精彩短评

- 1、 2016/02
- 2、 广告 其实我很讨厌广告，可是学了一段时间后才慢慢觉得广告有点趣味。
- 3、 收录民国以来部分文人为书所写的广告，说是广告，但更像现在编辑们常写的编辑推荐，实在，朴素，用家常的口气娓娓道来，也有个别违反广告法的。
- 4、 这些名家的书广告多文艺范，而现在的广告是视觉，多媒体的轰炸，需远离
- 5、 广告，即挑出产品的独特之处，并将其放大一些。书的广告也是如此吧。
- 6、 “治文学史则资为材料，嗜文艺则玩其词华，有此一编，诚为两得。”这是鲁迅为《唐宋传奇集》写的推广词。大师写广告，大材不小用。

# 《爱看书的广告》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)