

doi:10.3969/j.issn.1674-117X.2017.03.022

王郅隆时期《大公报》金融广告发展原因探析

黄玉涛¹, 杨柳依依²

(1. 湖南工业大学 文学与新闻传播学院, 湖南 株洲 412007; 2. 墨尔本大学 商学院, 澳大利亚 墨尔本 3000)

[摘要] 金融广告主要包括银行广告和保险广告。《大公报》的金融广告代表了我国近代金融广告的整体水平、王郅隆时期《大公报》的金融广告异军突起, 几乎成了《大公报》广告的支柱, 其形成的主要原因是当时天津金融业的繁荣发展, 同时, 王郅隆是其有力推手。

[关键词] 王郅隆; 《大公报》; 金融广告; 银行; 保险

[中图分类号] F713.8 [文献标识码] A [文章编号] 1674-117X(2017)03-0116-04

Exploration and Analysis on the Reasons for the Development of Financial Advertisements in the Newspaper *Ta Kung Pao* of Wang Zhilong's Time

HUANG Yutao¹, YANG Liuyi²

(1. School of Literature and Journalism, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China;
2. Faculty of Business and Economy Economy, University of Melbourne, Melbourne Victoria 3000, Australia)

Abstract: Financial advertisements mainly contain advertisements for banks and insurances. The financial advertisements in *Ta Kung Pao* represent the overall level and general features of the modern financial ads in China. Wang Zhilong's time witnessed a sudden emergence of the financial advertisements, which almost became the backbone of *Ta Kung Pao*. This situation resulted from the boom of Tianjin's financial industry of that time and from Wang's social connections as well.

Key words: Wang Zhilong; *Ta Kung Pao*; financial advertisements; banks; insurances

我国金融业起步较早,解放以前我国的金融业主要是银行、保险和租赁。金融广告是传播金融信息的重要手段,金融广告的内容主要是金融政策法规、金融组织形象和金融产品。^[1]广告收入对报纸的重要性,决定了报纸的经济命脉。^[2]《大公报》创办于20世纪初的1902年,它从1908年开始刊登金融广告,从此百年《大公报》金融广告瓜瓞延绵。《大公报》早期的金融广告主要包括银行广告、保险广告和租赁广告等主要门类,银行广告和保险广告是我国近代金融广告的代表,反映了我国近代金融广告的整体水平和基本特征。我们对抗战战争爆

发前的《大公报》金融广告进行统计发现,王郅隆时期《大公报》的金融广告所占比重最大,在关键时期几乎成了《大公报》广告的支柱。究其原因这既是天津金融业发展的结果,同时也与王郅隆的社会关系密切相关。

一 王郅隆时期《大公报》金融广告异军突起

新中国成立以前的《大公报》分为三个时期:第一时期为英敛之时期(1902—1911年)这一时期就是晚清时期;第二时期为民国初期,它主要是《大公报》的王郅隆时期(1911—1925年),第三时期是新记《大

收稿日期: 2017-03-13

作者简介: 黄玉涛(1966-),女,湖南醴陵人,湖南工业大学教授,研究方向为广告史;
杨柳依依(1991-),女,湖南株洲人,墨尔本大学硕士生,研究方向为金融统计。

公报》时期(1926—1949 年)。1916 年 10 月—1925 年 11 月,王郅隆全面接收《大公报》。“王郅隆时期的《大公报》在《大公报》百年发展的历程中,是最缺乏民主独立精神的一个时期,既无英敛之时期的锐气,又无新记《大公报》的独立,同时也是经营管理的低谷”。^{[3]125}唯一值得我们注意的是王郅隆时期的《大公报》与银行界关系密切,报纸上金融广告所占比重在《大公报》各个历史时期是最大的。

表 1 1908—1936 年《大公报》银行广告统计

年份	银行广告数	比例/%	年份	银行广告数	比例/%
1908	801	3.95	1923	1 922	11.54
1909	375	1.84	1924	1 699	11.60
1910	262	1.09	1925	1 952	21.54
1911	491	2.78	1926	1 016	17.27
1912	444	2.51	1927	5 670	12.86
1913	563	2.15	1928	4 707	11.07
1914	556	2.56	1929	7 472	9.86
1915	910	4.17	1930	7 845	10.36
1916	2 778	10.93	1931	5 521	8.02
1917	3 263	11.31	1932	5 256	6.13
1918	3 713	13.16	1933	3 715	4.64
1919	4 738	16.18	1934	2 800	3.63
1920	4 328	15.42	1935	4 844	5.45
1921	4 428	17.63	1936	2 354	3.53
1922	2 384	7.34			

表 2 1908—1936 年《大公报》金融广告统计

年份	金融广告数	比例/%	年份	金融广告数	比例/%
1908	1 044	5.15	1923	2 430	14.59
1909	911	4.20	1924	1 886	12.88
1910	1 099	4.61	1925	2 124	23.44
1911	1 062	6.01	1926	1 041	17.60
1912	807	4.62	1927	5 917	13.40
1913	1 032	3.94	1928	5 077	11.90
1914	794	3.66	1929	8 120	9.50
1915	1 113	5.10	1930	8 511	11.20
1916	3 261	12.83	1931	5 851	8.50
1917	3 869	13.42	1932	5 521	6.51
1918	3 939	13.97	1933	3 987	4.98
1919	5 459	18.64	1934	3 024	3.92
1920	5 027	17.91	1935	5 235	6.17
1921	5 403	21.51	1936	2 534	3.80
1922	3 189	9.79			

表 1 和表 2 分别是 1908—1936 年《大公报》银行广告和金融广告的统计数据 and 比例。从表 1 和

表 2 数据统计中我们看到,《大公报》金融广告的主体是银行广告,且以与王郅隆关系密切的银行为中坚力量,保险及其他的金融广告所占比重很小;银行广告水平迅速提高,所占版面越来越大。1916—1925 年间月平均刊登银行广告超过 300 则,占广告总量的 10% 以上,最多的时候会超过 20%,即使是在报纸奄奄一息的 1925 年,《大公报》广告也主要靠银行广告来支撑。

二 天津银行业的发达成就了《大公报》银行广告

金融的发达程度,与商业的发展情形息息相关,同时也是衡量经济尤其是商业贸易发达程度的重要标准之一。天津银行业、保险业的发展是《大公报》金融广告兴盛的经济根源。明清时期,天津作为京津重镇,成为盐业基地和商贸集散中心,又有紧邻政治中心的优势,清代时期钱庄、票号等金融组织已相当兴盛。

天津的近代银行业始于 19 世纪末。1860 年,中英、中法《北京条约》签订,天津被迫开埠通商,外国商品和资本进入天津。1882 年,天津有了第一家近代银行,这就是英国汇丰银行天津分行。不久,清政府也开始在天津发展银行业,盛宣怀在清光绪二十三年(1897 年)奏请创设中国历史上第一所近代化银行——中国通商银行。

进入 20 世纪以后,天津银行业迎来了自己的辉煌发展时期,银行一跃成为天津最重要、最具实力和影响力的金融组织。20 世纪初至第一次世界大战前是天津银行业的初步兴起阶段。在此期间,法国的东方汇理银行、法比合资的仪品放款银行以及比利时的华比银行 3 家外资银行先后在天津建立分支机构。与此同时,华资银行也开始增多,志成银行、直隶省银行和殖业银行 3 家国内银行也在天津粉墨登场。另外,还出现了一家中外合资银行——1910 年设立的北洋保商银行(该银行后来转为中国独资)。

第一次世界大战至 20 年代末期是天津银行业的兴盛阶段。这一时期成为天津近代历史上银行创建最多的时期。据统计,在 1915 至 1928 年短短 14 年时间内,在天津建成的银行总计有:外资银行 9 家,中外合资银行 6 家,总行设在天津的华资银行 25 家(另有分行设在天津的银行 30 余家)。^[4]其中最著名的是盐业、金城、大陆三家银行,与中南银

行合称北四行,这也是当时国内最大的区域性金融集团。^[5]与南方由浙江实业、浙江兴业和上海商业储蓄银行组成的“南三行”形成对立之势,成为中国银行业中不容忽视的两大金融集团。“北四行”的控制者是旧中国北方的金融资本集团,它们分别成立于1915,1917,1919,1921年,自它们建立至抗战前的20年代,业务重心都在北方。天津是华北第一港口,物资和资金的流量很大。当时,天津银行业的规模虽与上海相比仍存在相当大的差距,不过已稳居全国第二位,也是全国重要的金融中心。据《中国经济年鉴》统计,1936年全国银行总计159行,上海最多,为60行,占总数的37.7%,天津以8行位居第二,占总数的5.0%。^{[6]643}另外,由银行资本额来看,在20世纪30年代天津也仅次于上海而名列全国第二位。据《中国经济年鉴》1935年统计,1932年下半年上海与天津银行缴进股本总额在全国分占前两位,分别占全国银行缴进股本总额的60.02%和12.69%。^{[6]1021}由此可见,天津银行业兴起后无论是规模还是实力在全国都是屈指可数的。

天津银行业走向兴盛的时期正好是《大公报》的王郅隆时期,于是《大公报》的银行广告被置于最重要的位置,甚至是头版位置,广告内容与头版新闻相呼应。《大公报》第一版刊登广告,以银行广告居多。银行广告数量大,集中发布,设计水平提高。首先,运用大版面、固定版面的广告方式,强化了刺激效果;《大公报》所登银行广告的标题和内容均力图表现出系列性变化,并多采用连续登出的方式,这不仅能更全面、更丰富地传播广告产品的各方面信息,给读者以持久印象,同时还往往通过运用大版面、变字体等方法,以增强视觉效果,强化广告效应。

三 天津的保险业丰富了《大公报》保险广告

第一次鸦片战争以后,英国人率先在上海开设保险公司,1865年5月,中国第一家民族保险机构也是在上海成立。民国时期中国保险业发展起来,民国时期保险业的发展大致经过了三个阶段:民国前期(1912—1927年)是我国保险业的缓慢发展时期;民国中期(1927—1936年)是保险业的快速发展时期;民国后期(1937—1949年)是保险业发展的低落时期。^[7]

《北京条约》增开天津商埠,加上天津得天独厚的地理位置,天津成为列强对华商品输出的重要基地,保险业也就随着商品倾销进入中国。1895年

《中日马关条约》签订后,列强对中国大规模资本输出,投资保险业是资本输出的重要组成部分,大批外国保险公司的开设也刺激了中国民族资产阶级投资保险行业。1907年华商民族保险业在天津开始出现,当时主要是一些银行开始创办保险公司。如金城银行独资创办了太平保险公司,资本额为旧币100万元。总部设在了上海,天津等国内各大商埠设有分支机构,由于当时天津是北方金融中心,所以,天津分公司地位尤其重要。金城银行总经理处曾通知所属:“凡本行所有房屋及押汇或堆存货品,其未保险者,可即与该公司洽理,或已保险者一经到期,即改由太平承办”。金城银行认为:“我国保险业,向操诸外商之手,利权外溢,亟宜补救,且斯业亦与银行业务及附属营业深切关联。”^[8]有金城银行的资金和业务的扶助,太平保险公司迅速发展。此后,中南、大陆、交通、东莱、国华5家银行也纷纷注资保险公司,这样银行与保险公司之间相互依托,相辅相成地开展业务,使得天津的保险业在银行的支持下迅速发展。

随着天津保险业的初步发展,《大公报》保险广告出现了一些新的形式。为了增大保险广告对消费者的吸引力,开始采用证人证言式广告,在广告词上大做文章。如一则以“赔款迅速”为题的广告:“合娃少岩于光绪三十二年,经沈丽生君在永年人寿保险五千金巨款,三十三年十一月病故,保险费仅交一期,该公司并不验看病人情状,于十日内即将赔款送至敝宅似此公道信实,询足令人佩服,至沈骆之热诚,尤足感人,如有欲保险者经沈君介绍毫无错失,若有故,可以应急需,平安仍可食其利,诸君其勿忽诸。陈梓臣谨启。”此后,一些洋行也做保险业务,如华隆洋行、益昌洋行等做火险生意。它们的广告的整体水平有了一定的提高,广告开始出现明显的策划痕迹。如开始注重保险广告的版面设计,在文字宣传的同时配合商标图案的运用,广告更加醒目,广告效果提高。

四 王郅隆成为《大公报》金融广告异军突起的有力推手

王郅隆是中国近代著名的企业家,投资报业、金融与纺织等行业,他在官场和商场周旋,尤其与银行界关系非同寻常。王郅隆与银行界和安福系深厚的渊源成为《大公报》金融广告异军突起的有力推手。

1902年《大公报》创刊时王郅隆就是《大公报》股东之一,1916年他集资购入《大公报》。1918年4月,王郅隆的裕元纱厂投产,1923年就成为天津资本最雄厚、获利最丰的纱厂。1917年,王郅隆与倪嗣冲合办裕庆公银号。1917年5月15日,王郅隆与周作民等人发起成立金城银行,金城银行在华北地区与中国、交通和盐业3大银行并驾齐驱。王郅隆还是盐业银行的董事,吸收了大批军政首脑入股,导致该银行实力居“北四行之首”。1919年王郅隆又与徐树铮在天津创办了边业银行,身为多家银行大股东的王郅隆与金融界关系密切。

王郅隆的多重身份对《大公报》金融广告起了催化的作用。从1917年开始,《大公报》不仅大量刊登金融广告,新闻也以金融界为首选。以1917年1月28日为例,当日第一张第二页(这是实际上的新闻头版)共刊登了24条新闻,其中两条是关于交通银行的,言论栏目“冷观小言”(冷观是胡政之的笔名)也是关于银行界的。金融广告更是迅猛增加,金城银行、盐业银行、边业银行的广告几乎天天都有。仅1917年10月2日这一天,就登了8个银行的广告,占据第1版的醒目位置,内容主要是推介存款、买卖金银等业务。从1917年开始,《大公报》刊登的银行广告篇幅也大量增加,既有交通银行、金城银行、天津殖边银行等与王郅隆关系密切的银行,也有中孚银行、浙江兴业银行等其他银行的广告。银行成为《大公报》广告的重要客户。

在《大公报》广告的三个时期,金融广告的经营和整个广告演变的轨迹的变化较为明显,金融广告的初步发展时期是报纸经营并不出色的民国初期。在1916年至1925年王郅隆时期,金融广告尤其是银行广告的数量上升很快,广告版面迅速增加,特别是与经营者关系密切的银行的广告占据了主要的广告版面,从1917年以后银行的广告明显增多,带动了广告数量整体增长,1924和1925年,广告的经营出现了一个低谷,这是因为报纸在停刊前经营不利造成的,那时报纸每天只有8版,广告随之

锐减。

《大公报》经历了从晚清到中华人民共和国的四个历史时期。“在漫长的岁月中,她传播信息,主导舆论,臧否时事,月旦人物,像百科全书一样地记录了世纪的风云,记录了民族的苦难,记录了中国政治经济文化的发展,也积极维护着国家和民族的利益,呼唤和期待着中华的振兴。她是中国历史上除了古代的封建官报以外出版时间最长的报纸,也是中国新闻史和全球华文传媒史上惟一拥有百岁高龄的报纸。”^{[3]2}广告是商业报纸的生命线,天津的工商业远不如上海发达,《大公报》能够从天津走向全国,成为中国难得的百年大报,王郅隆时期虽然只是百年《大公报》的一个过渡时期,金融广告却对这一时期报纸的生存起了至关重要的作用,留下了不少金融广告的精品,也为我们今天的金融广告提供了很好的借鉴。

参考文献:

- [1] 付连晔. 金融广告的文化风格[J]. 新闻爱好者, 2001(6): 23.
- [2] 曹山泉. 新媒体时代传统报纸的出路探讨[J]. 湖南工业大学学报, 2014, 19(10): 86-90.
- [3] 方汉奇. 《大公报》百年史[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.
- [4] 成淑君. 近代天津银行业兴起[J]. 天津经济, 2004(11): 77-78.
- [5] 中国银行总行中国第二历史档案馆. 中国银行行史资料汇编: 上编[G]. 北京: 档案出版社, 1991: 87.
- [6] 实业部中国经济年鉴编撰委员会. 中国经济年鉴续编[M]. 上海: 商务印书馆, 1936.
- [7] 朱华雄, 孔捷. 民国时期(1912—1949)保险思想研究[J]. 经济动态, 2011(11): 142-148.
- [8] 佚名. 金城银行纪念刊[G]. 上海: 上海档案馆, 1937: 153.

责任编辑: 李珂