

貼街招的年代，街頭巷尾的牆頭被認為是最理想的商品宣傳場合，尤其電影海報遍貼，吸引人去戲院看戲，所以要大大張，貼在當眼處，最好將整塊牆壁據為己有，讓路人到處皆見，這宣傳就算收效了。

六〇年代香港政府還未管制街頭廣告，專替商戶貼廣告的服務公司簡直成行成市，這些

「宣傳人員」踏着單車出動，一見有理想的牆頭便立刻張貼街招。他們用長竹竿綁着掃帚，往大桶裏的漿糊一蘸，再伸向牆頭高處一掃，壁上給塗了漿糊，再將街招或海報黏在掃帚上，伸得高高的，貼在已掃好漿糊的牆頭上，揮動竹竿，掃他兩掃，招紙便可貼得緊緊的，手法又快，貼得又整齊，果然神乎其技。

街頭廣告，港人俗稱「街招」者，貼得較高的，遠遠已可一眼看到的，叫做「兜頭招」，例如大大張的電影海報、香

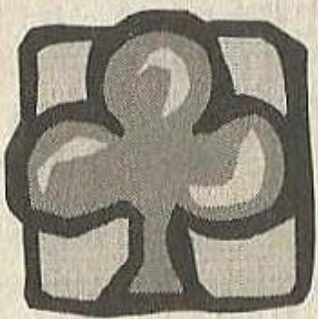
貼「街招」的年代

煙海報就是了。但那些膏丹丸散之類，廣告細細，不起眼的，就算往高處發展，獲得有利陣地，轉眼就會給大張的電影海報掩蓋，徒勞無功，惟有退而求其次，貼在三尺高的土地廟、大樹腳、樓梯底等，此之謂「踢腳招」一腳就可以踢到。

其時商場如戰場，競爭激烈，手段毒辣，那些片商、煙商、藥商等，就會買通貼街招之人：「但凡見到某某片或某某牌的街招，你就用我們的街招遮蓋好了！」

試想想，一覺醒來，宣傳盡失，簡直惡夢，而街招一張蓋一張的，久而久之，整塊牆厚了幾寸，落得幾場大雨，開始發霉發臭了。

吳昊



話說香江