

廣

告

及

電

視

先

鋒

李

雪

廬

回

憶

錄

收視.....

李雪廬 著

收視.....

廣告及電視先鋒  
李雪廬回憶錄

李雪廬 著



責任編輯  
封面設計  
版式設計

莊玉惜  
黃沛盈  
陳務華

書名  
著者  
出版

李雪廬回憶錄  
李雪廬

三聯書店（香港）有限公司

香港鰂魚涌英皇道一〇六五號一三〇四室

Joint Publishing (H.K.) Co., Ltd.

Rm. 1304, 1065 King's Road, Quarry Bay, Hong Kong

香港發行

香港聯合書刊物流有限公司

香港新界大埔汀麗路三十六號三字樓

印刷

陽光印刷製本廠

香港柴灣安業街三號六字樓

版次

二〇一〇年十二月香港第一版第一次印刷

規格

特十六開 (152 × 228mm) 二三二面

國際書號

ISBN 978-962-04-2923-1

©2010 Joint Publishing (H.K.) Co., Ltd.

Published & Printed in Hong Kong

# 自序

本書主要是筆者事業生涯回憶所及的一些經歷。晚年偶然和友好二三閒談，儕輩認為是廣告及電視行業發展過程中重要一頁，頗值一記。筆者以退休生活清閒，不妨執筆一錄。拖拖拉拉，寫寫停停的情況下，一寫四年，中間更一度因病擱筆。這病，卻令我重新認識香港——我學習、成長、工作，晚年退休的社會。我急病住進了葛量洪醫院，開刀、調養，驚覺醫護人員質素之高，醫德之厚，遠遠超過我的過氣印象——二十世紀，五十、六十年代殖民地時期。麻藥去盡，一覺醒來，恍如隔世。在加護病房適心照顧的梁姑娘馬上撥通我妻的電話，讓我和親人通話。這通電話，畢生難忘。更難忘的是梁姑娘護口罩後那特別慈祥親和的眼神，以及鄭力羣院長和大堆醫生的日日探問調理。老人餘生來日無多，這次經歷，是香港進步的樣板，值得記下來。

無綫電視開播迄今踏入第四十三個年頭，本書內容寫的是六十年代到七、八十年代，廣告及傳媒事業的發展。兩者互為經緯，傳媒不發達，廣告事業吸納不到金錢，也培養不到人才。

傳媒事業的發展，不一定倚賴廣告公司，更大程度上倚賴市場發展。筆者的經驗，是廣告公司可以挑客戶，挑付得起錢、預算大的客戶。傳媒推廣的版位，卻有大小；時間有長短，有不同時段，不同收費，故傳媒的生意，要向不同大小的市場深挖，而廣告公司卻不一定有此必要。事實上發展初期，一般客戶亦難接受專業程度過高的服務。

無綫開台那年一九六七年，香港經歷了有史以來最漫長的動亂，由三月到十月，足有七個月。加上六五年的華資銀行全面「擠提」、六六年天星小輪加價五角而引起的騷亂，連續的動盪局面不利發展，很多外國機構都暫停發展計劃，只維持有限的局面。而廣告在升平時期走在計劃的前頭；在動盪的時期，則是首當其衝的被削項目。

當年，外國人辦的廣告公司只服務外商。外商習慣視廣告為營商必須的專業服務，於是香港有了些初具規模的專業廣告公司；服務對象幾乎是一對一。某廣告公司服務某一企業，例如幸運（Fortune）廣告公司的唯一客戶是國泰航空，而格蘭廣告公司（Grant Advertisint Inc.）的主要客戶則是英美煙草有限公司。一個客已支持全公司的支出，兼盈小利。原因之一是香港的華人對廣告事業一無所知，亦無概念。之二是，規模十足的廣告公司亦為數不多，而外商卻十分重視這服務，尤以高級品牌及快速消費品為然。

無綫開台時，手上的廣告約值三百萬元，合約期為十二個月。約一半是董事們旗下機構如國泰航空、可口可樂、聯合汽水廠等等。生意慘淡，筆者這位負責拉生意的經理當然難辭其咎。唯一出路仍是和國民生活脫不了關係的膏、丹、丸、散，柴、米、油、鹽。這類客戶，當年對專業廣告十分陌生，既無廣告預算，亦無市場概念。這類原始的一賣一買的生意手段，有利於我的「發展」計劃。

最早的兩位高級業務人員，都有現代外資廣告公司的經驗，都是大學畢業。陳金城是香港大學，梁先生（Wayne）是澳洲雪梨大學。通過這兩人的發展，到今日成為國際品牌的表表者有：幸福傷風素、白花油、刀嘜花生油、公仔麵等等。六八年春節，同珍醬園第一次的廣告攻勢就是在無綫花了二萬大元，結果，同珍要一周內連加九部小型貨車送貨。

過了兩年，電視廣告的威力通過考驗，獲得充份證實。外商廣告公司也突然大夢初醒，驀然了解本地市場的潛力，大舉擴充，進軍本地。七十年代中，外商廣告公司大量聘用華人高級職員，薪高職高，吸納了不少港大畢業生。一改六十年代的作風，也可以說是外國人開始給擠出香港廣告圈的時間。雖然中文大學於七十年代已開辦市場系，但進入廣告界的卻以理工學院市場系畢業生為主，就業率幾達百分之一百。

香港有兩個會所和七十年代的廣告行業有極大的關係，也和筆者有極大的關係。其一是外國記者俱樂部（Foreign Correspondence Club, FCC），外國記者聚會及交流訊息的場所，亦經常舉辦演講等社會活動。歷屆港督每年必到一次，交流或演講，港督變特首，董建華、曾蔭權也不例外。廣告圈的從業員不足以支持一個獨立會所，紛紛加入了這個會。外國人習慣工餘五時半或六時後，必到這裡小飲，也就自自然然成了個聚腳點。筆者既處於這華洋雜處的行業，也免不了稍為洋化了。

一九七一到七三年，我每年在這裡舉辦一次全美或全歐或全球一百套最佳廣告片演講會，聘來美國或英國的分析員及播放有關廣告，招待全港的廣告界——俗稱 4 A（The Association of Accredited Advertising Agencies of Hong Kong）香港廣告商會及 2 A（The Hong Kong Advertisers Association）的香港廣告客戶協會的名單為骨幹，也邀請個別不屬兩會的客戶，每次活動花一個下午，對提升香港的廣告水平，稍有裨益，也是廣告界每年較具規模的公關活動。

中國廣告業的始祖，全國第一家以現代模式經營的廣告公司華商廣告公司創辦人，有「中國廣告之父」之稱的林振彬先生的三公子林秉榮先生，也是會員。我們經常在那裡碰頭。一九九七年，FCC 的酒吧是我們幾乎隔天就到的地方。林先生中年喪偶，他情深義重，

一直每周送花給妻子；我晚年喪子，兩人經常在那裡把酒談悲，難兄弟相對，偷灑男兒淚。沒多久，他赴美定居。

另一個會所是極度英化，嚴重歧視的——先是種族，後是職級的歧視——皇家香港哥爾夫球會。九七後，移走「皇家」保留「香港」。有人提議改「皇家」為「人民」，皇家既去，英式幽默隨之，也就只好將就將就。我入會是受邀請，而非申請。要申請，恐怕要漫長的、遙遙無期的等待，很累人。八十年代是排隊十年，九十年代是二十年，如今更長了，是真正正的「癡癡地」等。

七〇年開始，連續三年，我代表無綫捐款而應邀加入籌款小組。同組的有林秉寬，林家的二公子，是當年全港最大的廣告公司華美（現稱「麥肯」）的行政總裁，當年的正式職稱是常務董事（Managing Director）。

按球會的會章（那時仍是皇家），犯過案，吃過牢飯的人，要開除會籍。但是該會的總經理，英國人邊渡先生認為我的案件和一般案件性質不同，要開會討論。與會成員認為應為我保留會籍，以多數通過了議案，讓我仍為會員。英國人華德（Nigel Watt），當時的新聞處長，跟我說：「如果你想重回電視行業，我可以為你申請豁免」。法例規定，吃

完牢飯後要過九年，才可恢復各種公民權。我沒有麻煩他，因為我當時十分討厭這行業，不想再為不負責任的僱主服務。

在這序裡，不提一下我自己的案件，不算完整。我生性不喜逃避，細節不必多說，牢是坐了十個月，我必須向幫助過我的人，致萬二分的謝意，名單恕不詳列。

4 A 的主席，澳洲人張諾弟 (John Roddy) 和我的私人關係很糟，但卻主動提出為我寫信給法庭，證明我行事清白，性格率直。但是事既不涉廣告界，那信也可能是徒勞。反正今日看來和當時的想法不同，此亦人之常情歟。

案中卻仍有案。事緣有位吸毒而又好賭的同事，失職屢屢，長期遭客戶投訴，這就必然受處分。調動業務員手上的客戶是管理下屬必要的行政手段，豈料該員借故向廉署投訴，其後更向我要三萬元。當然不付，否則，賄賂證人，罪加一等。本來當年應報警，但是我的精神狀況已臨崩潰邊緣，行事不符常理，更無清晰的頭腦去分析。整個案件是公司內部事情，不涉外界。

現時，各大國際性廣告商把香港總部北移，各大國際客戶比較內地與香港兩地的市場，一個是巨人，一個是侏儒，利之所在，故棄香港是理所當然的，本書記載了香港傳媒早期的狀況，也記載了電子傳媒發展，如何推動了廣告行業。按我的經驗及記憶分析，外商廣告總消費量由六十年代每年四億不到，暴增至八十年代末的年消費六、七十億港元。（按Adlex的紀錄是一百二十億港元，未計算種種隱晦的，及半明半暗的折扣。）目前廿一世紀，當然更多了。

四十多年來，香港由二戰後，百廢待興的情況，發展到今日。有些瑣碎的小事，往往不為人注意。閒談中提及，黃子程博士、筆者的書法老師林悅恆先生，都認為頗值一記，且提出了「口述歷史」這名詞。筆者從善如流，把過去經歷記載下來，大部分是經歷、記憶，小部分是資料，是為序。

李雪廬

二〇一〇年六月

# 目錄

|                |     |
|----------------|-----|
| 自序             | III |
| 第一章 涉足廣告界始末    | 001 |
| 一、推銷員——行街——經紀佬 | 003 |
| 二、加入外資格蘭廣告     | 016 |
| 三、香港第一份傳媒指數    | 027 |
| 四、外商廣告公司本地化    | 035 |
| 五、廣告業的萌芽期      | 055 |
| 第二章 進軍電子傳媒     | 061 |
| 一、早年的空氣中廣告     | 064 |

二、TVB獲批首個無線電視牌照.....070

三、制訂節目與廣告播放.....086

第三章 炮製《歡樂今宵》.....101

一、確立目標觀眾.....103

二、現場廣告.....112

三、喜獲第一批贊助商.....126

四、特約長篇劇集.....141

五、特備節目.....151

第四章 發展多元廣告事業.....159

一、廣告中國熱.....161

二、英文台創舉.....168

三、姊妹機構.....176

四、無綫和廣告業的發展.....183

第五章 電視業帶動廣告業 ..... 201

一、廣告業翻天覆地的年代 ..... 202

二、廣告片的製作 ..... 212

三、摸著香港過大陸 ..... 220

四、廣告新現象 ..... 235

第六章 廣告回佣制 惹禍入獄 ..... 261

一、貝諾防火牆 ..... 264

二、華人管理概念復辟 ..... 269

三、受佣金制牽連入獄 ..... 276

四、當十天佳視總經理 收拾爛攤子 ..... 286

五、入亞視當顧問 惜無法扭轉頹勢 ..... 290

鳴謝 ..... 314

第一章



涉足廣告界始末

一九五八年，中學畢業，當年升學抑或就業，是相當困擾的問題。就業，你認為理想的職業，家長不同意；家長認為理想的職業，你不同意。當然大部分人還是乖乖就範，我則跑到台灣南部成功大學混了一年，最後因為無法解決經濟問題，不願接受友人或遠親的無償援助，遂乖乖回港就業。這是沒方向、沒選擇的就業，找到甚麼就幹甚麼。

我的第一份工作是一「民航空運大隊的地勤人員」。這家公司的名字甚怪，叫「大隊」而不叫「公司」。其實這家公司是美國中央情報局屬下機構之一，緣起於二戰時美國飛虎將軍陳納德（Claire Lee Chennault）在中國組織飛虎隊，成立了唯一可以對抗日軍的空中力量。戰後，飛虎隊原班人馬轉去民航公司，以台灣為基地，飛行員和最高統帥仍是美國人。怪不得經常運載大批攜帶武器人員到寮國、越南、柬埔寨等地，實況是大批美國人以僱傭兵身份，進駐印支半島。

在這家公司工作了十個月，印象深刻的是走私及水客。我的工作就是辦理登機手續，包括磅行李、按重量登記、把資料輸入機師導航表格內。載重對飛行攸關重要，影響升降安全，這時期行李超重是常事，我的上司總是免收乘客超重費，也就是無紀錄了。過了段短時間，才了解這是有計劃行動，上司著不要過問，終於某次夜航給發現了一個極重的包裹，不經正常渠道登機。這次用的是小型飛機，只有我、上司和全公司最高級的美籍經理

在場，飛機延誤了兩小時才起飛，美國人發現這包裹未過磅上了飛機，責任落到我頂頭上司。這是包連六呎美國大漢也無法單手拿起的一大包手錶，據說美國中情局派來調查員，三個月後，我的上司離了職，被炒了「魷魚」。

通常往曼谷的總是大包、小包，多得不得了，有時超重三、四倍。至於飛台北、日本的航機，空中服務員往往帶上日本照相機，事關日本生產的照相機在香港購買免稅。另外受歡迎的還有黑牌威士忌，過關完全不成問題，也永遠有人接貨。空中服務員有特設渠道過關，有別一般旅客。戰後日本經濟恢復得很快，人民有錢，卻買不到洋貨，造就不同種類洋貨的走私活動很活躍。

## 一、推銷員——行街——經紀佬

第一份工，理想仍存，未滅。幹了十個月，六二年我轉了去香港政府民航處。這份工的銜頭不錯，是二級新聞官。考試時極大陣仗，實際工作只是播音而已！整天播音的內容是機上機落，哪班升、哪班降，上班到下班就是如此。據憶是五百封申請信只聘五人，先

見個面，是為面試，也是挑出來的，並非五百人都看得見。淘汰一半，筆試又淘汰餘下的九成，最後是十五人面試取五人，這職位過了幾年取消了。理由之一是沒作用，旅客已熟習空運，不需三催四請才登機；其二是減低噪音云云。

這一年零四個月的時間裡，發生了兩件左右了我以後職業歷程的事。其一是當夜班時經常和在機場進行問卷調查的美國市場學專家傅育德（Richard Foulta）閒聊，吸取了不少市場學的「皮毛」。當時在香港，「市場學」只是一個名詞，但單是和畢業於美國加州大學市場學的傅育德閒聊，已令我神往。此後他拉了我進眾多新行業之一的廣告界。

民航處這份播音工作，最忙是下午，上午的和晚上很空閒。上午沒多少航班上落，通宵就根本沒夜航，當通宵班是以防萬一，有甚麼緊急事故而已。時間一多，就胡思亂想，看招聘廣告找機會。當年英文《南華早報》（*South China Morning Post*）有六大版的「職場廣告」，分類小廣告資訊更多。

## 初次接觸廣告

其實最初進入仕途，報考二級新聞官也和廣告有關。香港政府招聘的詳細資料，只刊