

当理想 掉进茅房

一本深刻透析商业陷阱的职场小说

李铁君◎著

职场中没有什么所谓的善与恶，只有成与败。成败之间，
棋子与棋子之间的磨损，往往比棋局的胜败还要更加惨烈。

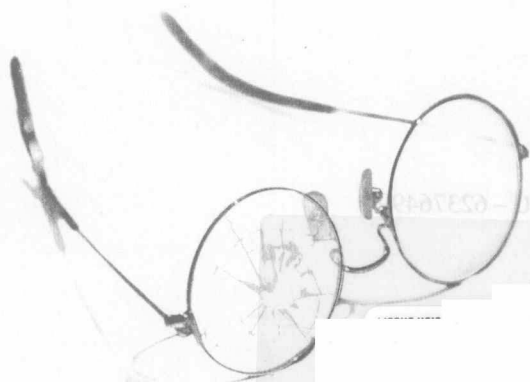


“夹着尾巴做人”可以分为三种境界：一是**蜕变成狗**，一定要把尾巴藏好，不要让人发现你是一条狗，还要知道什么样的人可以咬，什么样的人不可以咬；二是**蜕变成狐**，绝不能相信任何人、任何事，凡事要持怀疑态度，同样不要露出尾巴，让别人发现你的本来面目；三是**蜕变成狼**，狼坚韧执著，对捕获猎物有充分的信心和耐力，不达目的决不罢休，直到猎物成为腹中餐。

当理想 掉进茅房

一本深刻透析商业陷阱的职场小说

李铁君◎著



江苏出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

当理想掉进茅房/李铁君著. —厦门: 鹭江出版社, 2009. 4

ISBN 978 - 7 - 5459 - 0025 - 5

I. 当… II. 李… III. 长篇小说—中国—当代 IV. I247. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 017095 号

当理想掉进茅房

李铁君 著

责任编辑 / 林震

特约编辑 / 王业云 曾刚

出 版 / 鹭江出版社

地 址 / 厦门市湖明路 22 号

邮 编 / 361004

电 话 / 0592 - 5046666 0591 - 87539330 010 - 62376499

印 刷 / 北京富生印刷厂

规 格 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 17.5

字 数 / 300 千字

印 次 / 2009 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5459 - 0025 - 5/I · 3

定 价 / 29.00 元

(如有印装错误, 请寄印刷厂调换或致电鹭江出版社)

目 录 ►

第一章 横祸	001
第二章 跳槽	006
第三章 死党	016
第四章 梦中情人	024
第五章 新城市主义	031
第六章 站队	045
第七章 那一天	057
第八章 棋子棋局	069
第九章 飞一般的恋爱感觉	080
第十章 计中计	100
第十一章 釜底抽薪	121
第十二章 闭关修炼	130
第十三章 理想广告	143
第十四章 狗、狐狸和狼	156
第十五章 十面埋伏	164
第十六章 硝烟再起	186
第十七章 冤家路窄	199
第十八章 声东击西	209
第十九章 粉墨登场	224
第二十章 狭路相逢	239
第二十一章 何去何从	254
第二十二章 希望永存	261



第一章 横祸

1

杨军和往常一样，一大早就来到了办公室。这不仅是因为早起已经成了他的一种习惯，更重要的是，今天还有一个举足轻重的竞标会需要他和他的团队去参加。

他专心致志地坐在笔记本电脑前，打开了一个名为“瀚天啤酒项目营销策划（二次）竞标方案”的PPT文档，聚精会神地对它的内容做最后一遍的温习和修改。

“没想到这次竞标居然因为那次突如其来的事件拖延了将近半年之久，这应该是最后一战了，赵乐说得对，只要我们能够倾尽全力，把自己擅长的都发挥出来就足够了……”他暗暗告诫自己，“所以，要充分利用这点时间，把方案做到精益求精。”

时间一点点地流逝，杨军已经把120页的文档从头到尾看了一遍。他抬头看了一眼墙上的壁钟：还差十分钟九点。他站起身隔着玻璃门向外望去，公司已经有员工在打卡钟那边打卡，然后陆续地进入了自己的工作间。

“新的一天就要开始了。”杨军伸了一个懒腰，然后站起身在屋里来回走了两圈，下意识地朝赵乐的办公室方向望去，只见房门紧闭，不见赵乐的人影。

“怎么现在还没来呢？正常来说她早就应该到了，而且她也知道今天是竞标的日子。”杨军暗暗地嘀咕着，又回到了座位前，收敛心神重新去翻阅那套竞标方案。

打卡钟响亮地叫了起来，已经九点整了。杨军又不自觉地站起身向赵乐的办

公室望去，那扇门还依然紧紧地关着。

杨军拿起电话，刚拨了一半赵乐的手机号码，便又迟疑着放了回去。心中暗想：为了这次竞标，这一段也把这丫头给累坏了，就让她再多睡一会儿吧。

一转眼，又过了二十分钟，还是不见赵乐的踪影，这下杨军可真有些沉不住气了。竞标会是上午十点开始，从公司到会场大约需要半个小时，而现在只剩下了不到四十分钟。

“叮铃铃……”桌上的电话蓦然响起，杨军心中一喜，不由分说一把抓起话筒说，“喂，是赵乐吗？”

“做梦都在想赵乐吧？”电话里传出一个标准的男中音谐谑了一句，然后一本正经地说，“老杨，我跟你打个招呼，就不到公司了，一会儿直接去竞标会场，咱们在那儿碰头吧！”

“原来是李非。”杨军在心里悻悻地念叨了一句，随即对着话筒说，“那好，我等赵乐来了之后再一起过去。”

挂了李非的电话，他便急忙去拨赵乐的手机。须臾，一阵不带任何感情色彩的声音传来：“您好，您拨打的电话已关机……”

“她到底去哪儿了呢？”杨军皱了皱眉头，起身出了自己的办公室。

杨军走到前台，向行政秘书问道：“赵总来了吗？”

秘书摇了摇头，说：“我没看到赵总。”

杨军又转回身，走到赵乐办公室的门前，见房门还是紧闭着。他透过玻璃隔断向里面望去，屋里没开灯也没有人。

杨军随手推了一下门，门应声而开，竟然没有锁。

“这丫头，怎么马虎成这样。”他进了屋，迈步走到赵乐的班台前，只见桌面收拾得整整齐齐，一尘不染。在左下方看似随意地放着一枚淡紫色的信封，上面居然写着“杨军”两个字。

看到这枚信封，杨军心里不由骤然一惊，蓦地升起了一种不祥的预感。他急忙三下五除二地拆开信封，打开那带有淡淡幽香的信纸，一行行娟秀工整的文字出现在了眼前，那是赵乐亲手写的：

杨军：

当你看到这封信的时候，我已经踏上了前往他乡的旅程。

祝贺你重新找回了自我，也请你原谅我的不辞而别。我想了很久，

最后决定离开。

不知为什么，这一段时间我总是莫名其妙地沉浸在对过去的回忆之中，曾经的一幕幕景象记忆犹新：从我们相识，到一起创业，还有那一段我们共同走过的日子……

我们真的应该感谢生活，因为它赐给了我们这么多磨难，而人往往是在经历了痛苦之后才会懂得生活的意义，懂得爱的意义。

真爱是什么？我一直在问自己这个问题。

真爱，不是让我们一生一世只爱一个人，而是在你和她相爱的那一段日子里倾尽全力地投入，无怨无悔地付出。让你直到离开这个世界的那一天，仍然会微笑着去坦然面对，因为你已经来过、活过、爱过……

回想起我们共同走过的那段日子，我可以无怨无悔地说：“我是幸福的！”

然而，我却能深深地感觉到你并不快乐。我知道你的心里始终不能忘记她，但事情已经过去了这么久，你也应该有勇气去开始新的生活，就像你能重新找回自我一样。在这个问题上每个人都没有理由去逃避。而你所逃避的不是别人，正是你自己。

和你说了这么多，该说再见了！多保重！你的肠胃不好，不要吃生冷、油腻的食物，尽可能别喝酒……

最后，真心祝愿你早日找到真爱，找到属于自己的幸福。

赵乐

杨军用颤抖的手哆哆嗦嗦地把信缓缓放在桌上，然后呆若木鸡地重重靠在了椅背上，那散发着淡淡幽香的信笺上似乎还有尚未干透的泪痕。

他曾天真地以为自己长大了，可就在这一瞬间，他突然发现：人生最遗憾的是轻易放弃了那些原本不该放弃的，却固执地坚持了那些原本不该坚持的……

“赵乐……”杨军大叫了一声，他的心也仿佛被什么东西狠狠地刺了一下，一阵令人窒息的痛楚刹那间向全身蔓延。

原来心真的会痛。



北风如刀，狂卷着空中的雪花发出呜呜的嚎叫。

这是入冬以来的第二场雪。雪势虽然不大，可天却阴得厉害，大地沉浸在一片灰蒙蒙之中，仿佛睡着了一般。

雪将住，可风势却丝毫未减。一辆白色的捷达车自南而来，像一匹挣脱了缰绳的野马一样狂啸着，疯狂地奔驰在这条通往机场的高速公路上。

杨军像一尊雕像，面色冷峻地坐在驾驶室内，迈速表上的指针从120、140，一跳一跳地蹿到了160……

“野马”丝毫不顾寒风的凛冽，继续咆哮着，裹挟着粉末般四散飞扬的雪花风驰电掣般地向奔去。劲风撕碎了迎面而来的飞雪，也撕碎了杨军那颗焦灼不安的心。

他不知拨了多少遍赵乐那个让他熟记于心的电话号码，听到的却是一个木讷的声音一遍又一遍地重复着：“您好，您拨打的电话已关机……”

车内的空调散发着温暖如春的气息，杨军却丝毫感觉不到惬意，反而让他原本就焦灼无比的心情，又平添了几分烦乱。他擦了擦额头上隐隐渗出的汗珠，踩着油门的脚不知不觉又用上了力……

看了赵乐的信后，他释然了。

仿佛就在一刹那，桎梏他许久的心结突然打开了，他发誓：再也不能失去一直深爱着自己的赵乐了。

前面的行车道上，一辆载满货物的卡车渐行渐近。

杨军在它后面大约200米的时候开始连续鸣笛，同时闪了闪车灯，示意要超车。

那辆车开始没什么反应，依然正常行驶着。可就在杨军那辆捷达车的车头刚刚要进入超车道的一刹那，那辆卡车却突然也向超车道上靠了过来。

这突如其来的意外，让他的大脑根本来不及反应，就在电光石火的瞬间，他用尽全身的力气死死地踩住了刹车。

“吱……吱……”一阵急促而刺耳的刹车声音，伴随着“轰隆”一声震耳欲聋的巨响，紧接着响起一阵噼里啪啦的汽车碎片飞落向四面八方的声音……

杨军只觉得一阵天旋地转的感觉猝然袭来，身体剧烈地撞击着四周的一切。

骤然间，风声、雪声，所有的声音全都归于寂灭。

他的眼前蓦地一片漆黑，好像进入了另外一个世界，一个他从未体验过的陌生世界——没有欢笑，没有泪水；没有朝气，没有颓废；没有甜蜜，没有荒唐；没有自信，也没有迷茫……

这究竟是怎样的一个世界啊？

“我死了吗？这是在哪里？是天堂还是地狱？我怎么什么都看不见……”不知过了多久，杨军仿佛听到自己耳边有一个声音在不停地回响着。

忽然，他的眼前倏地一亮……

他竟然有了一种时光倒流的感觉，大脑里就像是在放电影一样。他看到了自己，还有大锋、刘劲松、李非……

他们在一起滚铁环、跳房子、打雪仗，偷幼儿园里种的玉米，堵邻居家自行车的锁头眼，爬锅炉房的烟囱……

画面就这样不断地变换着，模糊而又清晰……

渐渐地，他看到了若干年前的自己——在北方广告公司工作时的自己。



第二章 跳槽

20 世纪的某一天，一个平常得不能再平常的午后。

北方广告公司的创作部内，几位帅哥正天南海北、漫无边际地侃大山，几位美女则煲着电话粥，或在电脑前兴致盎然、乐不思蜀地玩着“空当接龙”、“扫雷”等 Windows98 自带的游戏。

不远处的休息室里，还有两位安如磐石的男子，正沉浸在“楚河汉界”的象棋世界中厮杀。水平不知怎么样，可棋子却摔得“啪啪”作响，那声音犹如过年时放鞭炮一样让人心惊胆战。

杨军正拿着一份当天的报纸，百无聊赖、漫无目的地胡乱翻着。

不经意间，一则招聘广告从眼花缭乱的消息中跳了出来，一下抓住了他的眼球：画面上是一柄打开的瑞士军刀。

军刀所拥有的各种不同工具——什么瓶起子、叉子、锥子，分别被比喻成招聘的岗位。他仔细看了一下，有策划总监、创意总监、平面设计、资深文案、广告策划。

再往下看是广告标题：每一个，都是精兵强将。

接下来是正文：可与群体默契协作，也可独当一面，是我们对未来人才的要求。

我们需要——精兵强将的你。结尾是：三月广告策划有限公司，地址：长白山饭店十八层，电话：……

“这则招聘广告做得挺有创意，寥寥数语即把所要传达的信息表现得生动、

形象。”杨军皱着眉头，暗自评价，“在C市能作出这种创意的广告公司不多，可是这个‘三月广告’的确没听说过，到底是什么来头呢？”

他一边思索着，一边继续翻着报纸。谁知刚翻过一个版面，又一则三月广告策划公司的招聘广告赫然出现在眼前。他顿时像哥伦布发现新大陆一样，怀着无比惊讶与惊喜的心情，细细品读起来。

这则广告同上一版的“瑞士军刀篇”属于同一系列，画面由很多不同的飞标与标靶组成，每一支飞标被比喻成一个招聘的职位：每一支，都要身怀绝技。

高效、准确与务实，印证了我们对人才的定义。

我们需要——身怀绝技的你……此时此刻，这两则广告不禁强烈地激发了杨军对“三月广告”的好奇心。他急忙掏出手机，按了几下按键，把上面的联系电话保存了下来。

在广告圈，员工跳槽就像是上厕所、吃饭那样司空见惯。人往高处走嘛！此外，促使杨军产生跳槽打算的还有另外一个不得不说的原因，也是一个至关重要的原因。

“北方广告”是一家全国性规模的企业，公司总部设在珠海，在全国各地有不下十家分公司。这是一家有着骄人历史业绩的合资公司。1995年，中国五十家最大广告公司营业额及综合实力排序中，“北方广告”分别以营业额第一、综合实力第七的排名卓然出众、傲视群雄，连奥美（Ogilvy & Mather）、达彼斯（Bates）那样的跨国广告巨头与之相比，也都纷纷黯然失色、望尘莫及。

杨军当时也是怀着满腔的热忱，还有对广告的执著热爱，给当时“北方广告”在C市分公司的副总经理齐贤民先生写了一封激情洋溢、热情澎湃的自荐信。

齐总看过信之后，二话没说，在第一时间亲自约他见了面。谈话的时间虽然不长，可齐总那雷厉风行的行事作风、严谨冷静的处事态度给杨军留下了非常深刻的印象。

齐总似乎也把他当成了一个可塑之才，并把他放在了创作部，做了一名“见习策划”。

光阴荏苒，岁月蹉跎，杨军在“北方”一干就是两年。在此期间，“北方”的人员更迭发生了一系列变化。先是他的顶头上司——创作部经理离开了公司另觅他途，而后是其他部门的人员也隔三差五地纷纷流失。

最让杨军震惊的是，他所敬重和钦佩的齐总也不知基于什么原因离开了



公司。

与此同时，公司里的各种传言纷至沓来，无非是齐总和总经理之间有矛盾，抑或是齐总在外做私活云云。

然而，杨军相信齐总绝对不会是传言里那样的人。

当时他还不了解什么是所谓的“公司政治”，因为对于像他这样的一个初级员工而言，是体味不到什么权力斗争的。“政治”是你在上升到一定层面和高度时，才会必然面对的东西。

由于是一只初涉职场的“菜鸟”，所以在那两年的时间里，杨军只知闷头做事、专心学习，因为他坚信：能力可以胜过一切。

在此期间，他读遍了公司里所有与广告、营销相关的专业书籍，查阅了所有“北方”做过的经典策划案例。与此同时，他还参与了几个国际与国内知名品牌的公关、促销策划，积累了丰富的实战经验。

或许是因为“蜀中无大将”，或许是由于青黄不接、难以为继，伴随着“北方”优秀人才的大量流失与更迭，经过几次崭露头角之后，杨军渐渐地从创作部浮出水面，不知不觉地进入到了决策层的视野，就连总经理也能轻而易举地叫出他的名字。

创作部经理辞职后，这个职位一直没有人去接替，这么大的公司居然对此也没有一个明确的安排。可是业务不等人，不知是什么原因，客户部的 AE（客户经理）一旦有任务要下达的时候，总是先找到杨军。其他部门也是一样，一旦有和创作部相关的事务时，也总是找他，俨然把他当作了新到任的创作部经理。

公司的总经理似乎也发现了这一现象，他也单独找杨军谈过话，意思是说：你先负责一下创作部的业务安排，好好干吧，你一定会有机会的。

现在杨军回想起来，觉得总经理的确是高手中的高手。这些话说得简直是滴水不漏，毫无破绽。

“一定会有机会的……”，是什么样的机会？是成为下一任创作部经理的机会，还是什么其他机会？这所有的一切，都只能靠自己去领悟。如果领悟错了，那也只能怪自己。

不管是有意还是无意，有些事，时间一长就会给人一种错觉。

杨军当时就有一种感觉：自己无疑就是创作部经理的最佳人选。

他当时像一头亢奋的驴一样，从早到晚废寝忘食、夜以继日地加班加点，给客户出方案，到夜店的促销现场获得促销活动的第一手信息。节假日更是“驴不

停蹄”地“流窜”于各大卖场、商号，搜集客户竞争对手的各种资料，并在第一时间完成相关调研报告提交给客户，以备客户决策之需……

仗着年轻力壮，虽然折腾得不亦乐乎，但除了他本就瘦的身材又消瘦了一圈之外，别的地方倒也没什么太大的变化。

他也曾暗地里分析过，然后妄自尊大、沾沾自喜地得出结论：凭我在策划方面的能力以及为创作部作出的贡献，在目前的公司内都无人能及，新的创作部经理非我莫属。

可现实却毫不留情，突如其来地给了他一记重重的耳光，把他从“当官”的美梦中打醒了。

又过了一段时间，“北方广告”不知从哪儿“淘”来了一个新任创作部经理——曾在某本土超市做过企划经理的吴大志。

杨军心里虽有些酸溜溜的，但还是没有多想。他心说：既然是公司的安排就一定有公司的道理。况且，吴经理的能力没准儿真比自己高出若干倍呢，还是踏踏实实做事吧！

可自从经历了那次事件之后，他的心里无论如何都再也无法保持平衡了。

那是一个烟草客户，即将推出一款主要针对年龄段在25~35岁目标消费者的新产品，需要“北方广告”在预算合理的情况下，拿出一个切实可行的推广方案。活动的目的就一个：根据目标消费者的特点，建立这一新品的知晓度，树立鲜明、独特的品牌形象。

针对这一项目，吴大志的意见是：由于国家对烟草广告的诸多限制，注定了这个行业的传播行为不能像其他产品那样，以大规模的广告和促销为先导。所以，应该按照传统的套路，采取缓慢渗透的方式，即在超市的烟草专柜、烟草公司的专卖店，通过免费品吸、散发广告宣传单的方式让市场逐渐接受这一产品。

杨军的想法则不同，他主张“以正合，以奇胜”，要想让市场快速接受新产品，最关键的还是要出“奇兵”。他注意到目标消费群中的大多数人都比较喜欢光顾酒吧、歌厅这一类娱乐场所，而这些场所正是让所要推出的新产品接触他们最为合适的渠道。

因此，他在提交的方案中，把产品推广的核心思路确定为：以 C 市经营状况好、规模大与客流多的酒吧、歌厅为地点，集中在一个月时间内搞一个持续性的抽奖活动。这样既可以有效锁定目标消费者，把客户的营销费用用在刀刃上，又可以达到让新产品快速渗透市场的效果，可以说是一举两得。

然而，吴大志看过他的方案后却说：我们要求稳，客户那边更是不能出任何闪失，你还是按照我的思路来吧。杨军心里颇有不悦，便据理力争。争论的结果是两人各自按照自己的思路拿出一套方案，由客户来选择。

三天以后，客户采纳了杨军的方案。整个活动结束后，客户还专门发来了一份评估报告，对这一推广活动的效果给予了充分肯定：

由我公司赞助、北方广告公司全程策划的“××（香烟品牌）幸运之夜”抽奖活动已经圆满结束。本次活动历时 30 天，在 C 市 10 家客流多、规模大、有代表性的酒吧、KTV 进行。

本次活动共触达受众 50 400 人，支出营销传播费用 32 987 元，人均接触成本 0.65 元。

本次活动完全达成了双方所共同期望的目的：

一、建立新品的知晓度，树立鲜明、独特的品牌形象

活动现场的条幅、品牌形象海报、抽奖卡、桌贴等众多小众媒体以及“产品品牌礼仪小姐”的口头传播使受众对品牌产生了一定的知晓度。最后的抽奖活动不仅使目标顾客在视觉、听觉上备受冲击，还通过相关奖项的设置使受众对品牌高度关注，最终在其心智中确立了“××品牌”洒脱、典雅、高品位的形象。

二、为我公司的其他营销活动奠定了良好的基础

通过本次活动，我公司与各主办单位建立了和谐、融洽的人际关系，并为今后在娱乐场所的分销渠道中运作销售促进、广告等营销活动奠定了坚实的基础。

最后由衷地感谢“北方广告”在策划执行本次活动中所做的一切努力……

市场上的良好表现，再加上客户的认可，都使杨军对自己的专业能力更为自信。同时，也让他更加看不起吴大志，并且对他原来那个企划经理的身份表示怀疑。从那以后，杨军对他的指令基本上就处在一种置若罔闻、不理不睬的状态，

正像《大话西游》里“至尊宝”的那句经典台词：“给个理由先……”

杨军的职场态度很简单：第一，在这个公司能够学到东西，哪怕赚的钱少一点也无所谓；第二，能够百尺竿头更进一步，提升到更高一层的职业平台，对自己职业生涯的发展有帮助，哪怕再苦再累也无所谓。

可是，随着吴大志的上任，他在“北方”的窘境实实在在地摆在了面前：吴大志“武功”平平，从他身上学不到更多专业的东西，而且也挡住了自己升迁的去路。

同时，齐总以及其他人员的离职也让杨军有些认清了公司所处的状况，并且对总经理虚情假意的承诺也倍觉反感。

杨军更搞不清楚：公司为什么会弃自己不用，而让一个“武功”如此平庸之辈去做部门经理呢？

他冥思苦想、思尽虑竭，也找不到继续留在“北方广告”的理由——要找机会跳槽。

“哎！杨军……别看了……不就是张破报纸吗？怎么捧着跟圣旨似的，还舍不得放下了？”这时，在休息室里下象棋的一个“小寸头”向他挥着手高喊，“快来，给哥们儿支支招，看看这棋还有没有解！”

“别喊了，甭说是杨军，就是爱因斯坦、牛顿来了也白搭。研究半天，最后还得哭着告诉你：此题无解！”坐在“小寸头”对面的一个留着长头发的青年一边摆弄着手里的棋子，一边催促道，“快走啊！这是象棋，不是相面。”

“你急着去投胎呀！不得让我好好思考思考嘛！”“小寸头”紧紧地盯着棋盘，一副冥思苦想的样子。

长发青年也斜了一眼“小寸头”，慢条斯理地揶揄道：“我先吃了你的车，再吃了你的炮，最后再吃了你的马……哈哈，现在投降还来得及，我的一贯政策是缴枪不杀。”

“放屁，在我的字典里从来就没有‘投降’两个字！”“小寸头”把眼睛一瞪，遂拿起了自己的“炮”，犹豫了一会儿之后又放了下来，然后拿起了“马”，表情严肃地在棋盘上逡巡着。

“哟，要跳马呀？”长发青年看着“小寸头”犹豫不决的样子，便用日本电影《追捕》中矢村警长的语调得意洋洋地说，“那就快点儿跳吧！昭仓不是跳下去了？唐塔也跳下去了，现在就轮到你了。一直朝前走，不要往两边看。你倒是跳啊，跳

下去很快就会融化在蓝天里……”

“闭嘴！你能不能让我仔细想想？”

“愣充什么‘思想者’呀？要不你先思考着，我先睡一觉去，等你想明白了，再招呼我！”长发青年继续不依不饶地取笑道。

“这是谁呀？反动口号喊得这么响。有我在天塌不下来，解放区的天永远都是明朗的天！”还没等“小寸头”答话，杨军就一拍桌子站起身来，脸上洋溢着一种骄横之气，不慌不忙地踱着方步向他们走去。

5

长白山饭店始建于20世纪80年代初，是C市自建国以来建成的第一家涉外宾馆。它坐落在交通便利、繁华喧嚣的红旗街商圈，与风光秀丽、景色旖旎的南湖风景区毗邻，享尽了得天独厚的地理优势。

三月广告策划公司就在长白山饭店的第十八层，而且占据的是整整一层。

走入“三月”的第一感觉，就是这绝对是一家新兴的企业。从内到外，全部装潢崭新得一塌糊涂，整个办公空间宽敞明亮，整洁中透着高雅，装修高档却又不失广告公司的专业与个性。

看到这些，杨军的全身仿佛都被一种莫名其妙的兴奋包围着，心中的激动难以言表。

填完应聘表格，在秘书小姐的引领下，杨军来到了总经理办公室。

他应聘的职位是策划总监。

为什么应聘这个职位？杨军是基于两点考虑：第一，自恃水平不差，以抬高自己的身价，尝一尝芥子出身的滋味。在“北方广告”镀金已达两年之久，虽说不上是身经百战，但大大小小的策划案也做了不少，而且凭着“北方广告”的金字招牌，他相信自己完全可以胜任本地小广告公司的策划总监。

第二，给自己留一条退路，万一策划总监应聘不成，也可以退一个台阶看看能否做点别的。对于一个新企业来说，各方面都欣欣向荣、充满活力，而且每位新员工的机会都是平等的。

所以他相信：只要自己肯努力就一定会有机会。

“三月广告”的总经理叫严永刚，然而他的长相跟这个名字却搭不上半点儿边。

这是一个白白胖胖、戴一副金丝边眼镜的中年男人。

严总的头发给杨军留下了极为深刻的印象：大概是由于用脑过度，头发稀稀疏疏的没剩下几根，仅有的几绺也像是被小牛犊舔过之后，又用胶水生拉硬拽地粘在一起，然后便倔强地搭在他那酷似伟人的额头上。

看着他的头发，杨军不由自主地联想起人们常说的那句话：聪明的脑袋不长毛。

杨军刚进门的时候，严永刚正在打电话。秘书小姐把他的应聘表格递给严永刚之后，就悄悄地退了出去。严总一边听电话，一边接过表格看了几眼，然后又抬头看了看杨军并点头示意让他先坐下等。

杨军坐在大班台前面的一把椅子上，趁他打电话的工夫，自然地环视了一下四周。

这间办公室起码有一百多个平方，装修的主色调是温暖的橙色，与“三月”的企业标准色相一致，使人感觉很和谐。办公家具是清一色的“震旦”，价格不菲且独具个性，与整体的装饰风格和谐地融为一体，轻松之中彰显出一种高雅的格调。

“你好，我叫严永刚，是‘三月’的总经理……”严永刚打完了电话，笑容可掬地从班台后面站了起来，彬彬有礼地伸出右手，“很高兴认识你，杨先生！”

“您好，严总！”杨军也急忙站起身，面带微笑地用力 and 严永刚握了握手。

严永刚给杨军介绍了“三月”的过去、现在以及未来的发展前景，杨军也讲述了自己在“北方”工作的经历，两人谈得甚为投机。严永刚又用很长的时间讲起了自己的创业经历以及“三月”的经营策略和长远规划。

他们俩几乎在办公室里待了整整一下午。

在与严永刚的交谈中，杨军了解到：严永刚是从一个小小的名片社起步的。

在20世纪80年代初期，他凭着小生意人特有的勤劳、刻苦，淘到了自己生意场上的第一桶金。随后，众多的名片社如雨后春笋般加入竞争，在这种肉少狼多的局面下，严老板另辟蹊径，毅然决然地将原来的低档名片经营方式改为主营高档名片，把价格由每盒十元、二十元抬高到六十元以上，并同时推出“三月名片，身份的象征”这一广告口号，开始了全新的业务推广。