

广告战争

全面揭秘不为人知的广告真相

考察一个人的魅力、能力和定力，测试一个人的忠诚、欲望和良心，
再也没有比广告部更合适的地方。
有人辞官归故里，有人漏夜赶科场。有人失望引退，有人蓄势待发。
有人收手作罢，有人摩拳擦掌……情场，商场，战场，官场，莫不如此。

马宇彤◎著



尺寸规格/CM	价格/元	刊登/元
套红		
彩色		
135,000		
7,500		
144,000		
72,000		
36,000		
3,000		
000		
000		



中信出版社·CHINA CITIC PRESS



广告战争

全面揭秘不为人知的广告真相

考察一个广告人的魅力、能力和定力，测试一个人的忠诚、欲望和良心，再也没有比广告部更合适的地方。
有人辞官归故里，有人漏夜赶科场，有人夫复何求，有人蓄势待发，有人收手作罢，有人摩拳擦掌……情场、商场、战场、官场，莫不如此。

马宇彤◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

广告战争 / 马宇彤著. —北京: 中信出版社, 2009.3

ISBN 978-7-5086-1460-1

I. 广… II. 马… 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 026146 号

广告战争

GUANGGAO ZHANZHENG

著 者: 马宇彤

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)

(CITIC Publishing Group)

承印者: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 **印 张:** 20 **字 数:** 220 千字

版 次: 2009 年 4 月第 1 版 **印 次:** 2009 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-1460-1/I · 83

定 价: 25.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

<http://www.publish.citic.com>

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

服务热线: 010-84264000

服务传真: 010-84264033

谨以此书献给我仍在不舍昼夜艰难跋涉的同龄人

小说《广告战争》不仅是好看的，它还从一个角度让我们窥见了现实社会的多个层面，这无疑对于今天的影视剧创作具有启发意义。

——高希希（著名导演，曾执导《结婚十年》、《幸福像花儿一样》）

《广告战争》作者马宇彤以一个记者敏锐的观察力和细腻的笔法，通过感性的细节、性感的情节、悬念的故事、幽默的对话，酣畅地展示了当今新闻界商业化运作中的众生相，引人入胜。对于任何想进入传播界的大学生来讲，这本小说更是一本入行指南。

——李希光（清华大学新闻与传播学院教授）

人生一如广告 同样需要策划

我的四十岁

因为生日在冬天，所以每到这个季节，总是有风雪有寒冷还有对于春天的渴望。手机里一直留存这样一条短信，是大学同班同学鼠年春节发过来的，其中两句“依然有梦，梦想成真”的祝福竟然带给我良久感动。

都市的喧嚣、生计的奔波，最大的弊端就是剥夺了人们淡定的权利。每天都在飞速旋转，今天是昨天的翻版，明天是今天的重复，不知不觉，岁月的年轮已经深深刻下了密密的圆圈。

或问：谁能偷走你的淡定？还不是你自己抵挡不住各式各样的诱惑？

我的主人公向天歌回答，以前是三十而立，四十不惑，五十知天命，现在变成三十不易立，四十更困惑，五十不认命。因为三十岁时，就要给一生打下基础做好铺垫，没人保证到了这个岁数就一定能够立得起来；四十岁时，生活刚刚稳定，情感的第二春接踵而至，常常在胶着与犹疑之间做着艰难选择，谁敢说自己不惑？五十岁时，眼看人走茶凉的种种心酸，又怎能轻易知命、认命？

向天歌的观点也许偏颇，但是很多同龄人都会从他的话中找到眼熟的

痕迹。

如果把人生比作一坛酒，那么，四十岁是最好的一年份。

四十岁是个中转站，青年和中年在这里筹备交接仪式；

四十岁是最绚烂的阳光，经历了艰难的爬升，终于可以俯瞰大地；

四十岁是预赛之后的决赛，第二轮起跑的枪声将响，已经积蓄了足够经验和教训的我们，除了跑出自己的最高水准，再也用不着动别的念头……

这部书，其实是一份替我和许多与我相似的同龄人写于四十岁的人生小结。

向天歌的歌

向天歌的歌是一首离歌。

向天歌的感情经历颇有标本效应。

爱情的保鲜期已然缩水，心态之痒难等七年，大凡这个年龄的男人，都会或深或浅地动过这样的念头：感情陷在柴米油盐里，是件很烦的事，找不到意境；但是一旦摆脱了柴米油盐，又是件很飘的事，找不到依托。

这就是婚外情，刺激与遗憾共存、渴望和迷惘并举的婚外情。与其说向天歌不能免俗，不如说是这个开明的时代被贴上了世俗的标签。

男人需要历练。

就像锻打前的钢坯，必须达到一定的温度，经过一定的时间，烧烤之后才可能出现棱角分明的线条。

听过一句话，一个成功之人需要具备三Q：IQ（智商）、EQ（情商）和阿Q（自我排遣方能自我救赎），向天歌的沉浮，也给出了这样的启示：如果他具备了这三Q，早晚有一天，他将东山再起。

离歌是职场、情场和商场上常常响起的歌。离歌并不悲苦，聆听和吟唱它的人，大多看重这个过程，因为它真正的美丽在于经历着和感受着，而不是非要一个名分上的说法或者大团圆的结局，就像婚外情，很少有人会认真思考它的走向和结局，因为那一切根本无法预料。

涉足广告圈之前，向天歌从没有考虑过人生里这些零零碎碎、边边角角的问题，虽然思考过后最终也没能清晰多少，但是所谓的积淀、内涵可能就在这个剥洋葱一般的过程里一点点地加厚了。

职场的面具

曾经两度造访威尼斯。游船码头边有一字排开的工艺品摊档，其中闻名于世的是做工还算考究的面具，以五到五十欧元不等的价格向游客兜售。

威尼斯的面具在欧洲文明中独具一格，是极少数将面具融入日常生活的城市。18世纪前，威尼斯的居民外出，不论男女，都要戴上面具，披上斗篷，这个带有威尼斯鲜明烙印的面具就是著名的“包塔”（Bauta）。

王公贵族戴上夸张的面具，聚在河边或者乘船夜游。面具掩盖了彼此的真实身份，人人尽可毫无顾忌地恣意狂欢。诗人拜伦曾说：“忘不了威尼斯曾有的风采：欢愉最盛的乐土，人们最畅的酣饮，意大利至尊的化妆舞会。”

导游的讲解极具煽动性，团员摩拳擦掌，准备大开杀戒（价）。这时，一个声音飘了出来：“我们的面具难道不比威尼斯人的花样繁多、戴得长久？”刚刚点燃的购买欲迅速冷却，整支队伍噤若寒蝉，各怀心事地咂摸着这句见解深刻的神来之语。

面具之累，是人生之累里比重很大的一种，特别是职场上的面具，不知谁人可以幸免？

本来可以成为朋友的两个人，因为成了同事，无端多了几分猜忌；本来可以成为朋友的两个人，因为成了上下级，凭空生出几丝不平。职场的面具，虽然看不见，但早已成为职业装的一部分，于是，有人断言，职场无友谊。

其实，倒未必这么可怕，只要你的心性还能舞动起来，面具不但不能遮住你的激情，反而会成为烘托气氛的道具。

坡顶的风景

人生就是一道道连绵起伏的坡。

无论是谁，在通往梦想的路上，不仅要看风景，更要看路障，这样，才不至于频繁地摔跤。

人生里的教训，最可怕的有两种：一是弯路走得过多，因为那样的后果是即使走到正确的路口，也会不知移步何方；二是缺少改变不利境遇的能力。人在失意时最脆弱，而这种脆弱又会进一步削弱人的锐气和灵气。

新闻圈里有句俗话，叫“贼不走空”，是告诫记者，每一次采访都不能空手而归。现代人将这句话演绎得更加活灵活现，官场上偷德，职场上偷艺，情场上偷心，但是鲜有人偷时间，鲜有人在迅跑的路上找个坑洼的角落歇一歇脚，沉淀片刻，用无为的空落和缥缈的空想犒劳自己。偷得浮生半日闲，对于都市人，属于罕见的奢侈品。

2007年底到2008年初的几个月，因为岗位交接，笔者意外得到一段闲暇，静心复读自2006年春参与经营工作时写下的一本本心得笔记，希望将其存档以为镜鉴，思虑再三，觉得照搬报表过于呆板，还原纪要又显生涩，唯有小说笔法才能将那二十几个月间延展开来的丰富故事、深刻内涵及其细微体味囊括进去。于是，把两年所见所闻的坡顶风景，聚沙成塔，

织羽为衣，串成了这部《广告战争》。

任何创作，都会有现实的投影，但那是杂糅，取了你的身形，我的感悟，他的神韵，所以请有疑似情状的朋友切勿多疑和多情，书中人物均无定指，皆是芸芸众生的白描轮廓，广告圈如此，其他的某某圈也是如此。

书成之际，还是要向那些“现实的投影”以及在写作当中给过笔者许多灵感的朋友深鞠一躬，同时特别感谢本书责任编辑李静媛付出的心血，是她的准确把握和妙笔提炼为笔者的感悟平添了更深的现实意义。

广告圈

广告圈是个生物圈。

道理最简单，也最没有道理，物竞天择，适者生存。

广告圈还是个呼啦圈。

呼啦圈是一款多年前风靡全国的游戏。一个中空圆形塑料圈，里面撒上几粒豆类的东西，套在腰间、腿间甚至颈间呼啦啦旋转，手段高超者的动作有些接近艺术体操。身在广告圈，就等于套上了呼啦圈，必须这样周而复始地转下去，创意一旦枯竭或者体力一旦不支，马上就被淘汰出局。

广告圈更是个艺术圈。

改革开放 30 年，中国广告业从无到有，目前粗略统计拥有十万多家广告公司、上百万从业人员，广告已成为现代社会必不可少的经济元素。

创意就是生产力。看广告，不只看疗效，还要看一波深似一波的意境。

马宇彤

2008 年岁末

如果说，世界上有这么个地方，必须始终如一地跟从潮流、服从资本、屈从世故、顺从市场、敬从创意，那么它一定是媒体的广告部。

前言

01 天降大任

001

向天歌一下子由伴娘变成了新娘，任凭哪一派都是始料未及。

02 第一把火

015

其实哪个单位都有一批这样的人，大姐大，大哥大，滚刀肉，蒸不熟，煮不烂，又得哄着，又得供着，要说谁打了招呼，下了旨意，倒还真没有，就是他把背景往那一摆，咱自己就投鼠忌器了。

03 恐吓电话

027

广告人还得练个基本功，就是身软嘴硬。身软一是指勤奋，二是指亲和力；嘴硬就是你永远要能自圆其说，永远要用自己的理解去延伸一个最简单的意思。

04 进退两难

043

走钢丝的人为什么都端着一根长长的竹竿，因为平衡需要长度。

05 背水一战

055

官如果想用权换成钱，只能借助商这个桥梁，而商如果能有更多的钱，也要靠权帮着铺路。

06 高层公关

069 官场有它一套特有的规矩，就像拱猪一样，有时靠技巧，但更多的是看运气。

07 山中悟道

081 你马都给人买了，如果不给配好鞍子，他骑着你的马还会念叨你一路不周到的。

08 一步险棋

095 我忽然想起雨果的一句话，有时候，无论身体的姿势如何，灵魂却总是双膝跪下的。

09 短痛治乱

113 你以为得罪人都是面对面地得罪吗？咱们空降过来，这件事本身就已经得罪了，而且是得罪了很多，因为咱们动了原来那个利益团体的奶酪。

10 内心骚动

125 人在脆弱时，判断力也是脆弱的，多么站不住脚的说法都宁可相信。

11 匿名信件

139 任何单位都是如此，实权派如果树敌太多，被边缘化的人自然就结成统一战线。

12 初现转机

155 越是大多数人懵懂的时候就越是少部分人赚钱的时候，等人们差不多都明白了，商机也就找不到了。

13 终于出轨

- 169 | 她从来不认为男人拖着不离婚，就是在敷衍甚至欺骗女人。
在婚姻里，男人有男人的底线，这条底线就是眼前的生活状态
决不能回到起点重新起步。

14 一山二虎

- 183 | 有时你爱得太盲目，没有罗盘，在情网中乱撞，这样，搞
不好是会被黏住的。家庭可不是公园，买张门票进去，然后玩
够了走人。

15 惊悚谋杀

- 203 | 在任何一个团队，都有这么三只手，一只是手脚并用拼命
干的，一只是袖手旁观说怪话的，一只是指手画脚瞎捣乱的。

16 家庭危机

- 219 | 婚外情多像一张热敏传真纸呀，不管上面的字如何清晰，
一见到婚姻的亮光马上就会褪色。

17 寻求融资

- 235 | 对于任何一个经济实体来说，现金流就像生命一样重要，
资金链一断，就会寸步难行。钱可以不赚，但是不能不转，只
要钱转起来，就等于拿到了生存的执照装上了发展的引擎。

18 超级策划

- 251 | 为了承揽一个项目，事前的铺垫，事中的加温，事后的报
答，哪个环节也忽略不得。

19 水落石出

273

对于一支善在阳光下作战的队伍，夜战无疑是危险和不自信的。解决的办法只有一个：就是尽快适应黑暗以及黑暗下的所有操控技巧。

20 大幕重启

291

人在能得到的时候总是患得患失，总想着再看看、再稳稳、再等等，等到一切都兵不血刃地就绪后再说，殊不知机会的耐心也是有限的，一旦看到那个人久久不愿收留它，就会像小精灵一般重新腾空而起绝尘而去。

简安祥出事了！

消息像一声炸雷，迅速传遍了海江日报报业集团大厦。

简安祥是海江日报报业集团子报《海江都市报》的编委兼广告部主任。《海江都市报》的前身叫《海江科技报》，是海江市科委主管的一份科普类报纸，每周二、四、六出版，因为运营不善，也因为《海江日报》成立报业集团的需要，经过海江市委宣传部和新闻出版总署批准，被《海江日报》兼并过来，改名《海江都市报》。

此前，关于简安祥的传闻就已经沸沸扬扬了。有人说他在城乡结合部先后置办了五套独栋别墅，有人说他光是操办了一个俄罗斯马戏团的巡回演出自己就赚了九十多万元，还有人说他的情人计划外生育，被街道居委会以未办生育指标为名告到集团办公室。总之，大厦里的人们动用了在报纸版面上不好施展的所有的想象力，把其实谁也说不清的事情演义成了若干版本的章回小说。

不管事实究竟是什么，简安祥的的确确是被检察院带走了，带走的地点据说是一家超市的停车场，而且，事先没有和集团的任何部门打招呼。

种种迹象表明，一直看似平静的海江日报大厦山雨欲来。

《海江都市报》创刊不到一年，《海江日报》就上书市委宣传部和市新闻出版局，争来了文化事业单位改革试点的名额，可以通过融资尝试股份制运作，也就是说，在海江日报报业集团控股的前提下，吸引社会资本参股，然后成立市场化运作的传媒有限公司，负责《海江都市报》的运转。于是，《海江都市报》的一切运营事宜均由专门成立的海天传媒有限公司操作，出任总经理的正是简安祥，《海江都市报》的大小事由，哪怕是花一分钱，没有他的签字，会计都不予报销。

检察院通报情况的人刚离开报社，向天歌就被叫进了李海鸣的办公室。按照海江日报编委会分工，副总编李海鸣分管《海江都市报》，但是，他没有签字权，总经理的经营状况直接对董事会负责。更加滑稽的是，李海鸣竟然不是董事会成员，从某种意义上说，他是个在经营上不折不扣被架空的分管领导。如果出于礼貌或者客气，简安祥可以向李海鸣念叨几句公司的情况，但也仅限于念叨，不是正儿八经的汇报，也尽可以只字不提。所以，对简安祥这两年的操作路数和真实的经营情况，李海鸣知之甚少，有的地方干脆就是一头雾水，还是检察院和集团纪检委的调查让李海鸣了解了一些内幕。

李海鸣虽然一直对简安祥心存芥蒂，但是在集团内部并没有过多的表露。原因只有一个，简安祥是海江日报报业集团社长兼总编辑高庆国的心腹，李海鸣多少有些顾忌。

李海鸣了解到的简安祥损公肥私的招法主要有三个：一是瞒天过海，《海江都市报》的19个广告代理公司中，至少有三家是简安祥的亲朋好友开办的，在招商竞标、结算价格以及免费软文支持上，得到了其他公司无可比拟的关照；二是暗渡陈仓，本来是广告代理公司开发的客户，却视为