

你今天工作的 心情好不好

广告人的情绪管理手册

台湾/沈吕百

How're You Doing
Today



今天工作的心情好不好
广告人的情绪管理手册

你今天工作的 心情好不好？

广告人的情绪管理手册

台湾/沈吕百

How're You Doing Today

图书在版编目(CIP)数据

你今天工作的心情好不好：广告人的情绪管理手册 / 沈吕百著. - 北京：中国友谊出版公司，1998.8

ISBN 7-5057-1472-4

I.哈… II.林… III.广告-工作人员-情绪-自我控制-手册 IV.B842.6-62

中国版本图书馆CIP数据核字(98)第12419号

Copyright ©1996 by Rock Publications Co., Ltd. ALL RIGHTS RESERVED. No part of this book may be reproduce, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission in writing from Rock Publications.

本书中文简体字版由滚石文化股份有限公司（台湾）独家授权出版

书名 你今天工作的心情好不好

—广告人的情绪管理手册

作者 台湾 沈吕百

出版 中国友谊出版公司

发行 中国友谊出版公司

经销 新华书店

印刷 北京市忠信诚胶印厂

规格 850×1168毫米 32开本

10.875 印张 192000字

版次 1998年8月第1版

印次 1998年8月北京第1次印刷

印数 1—5000册

书号 ISBN 7-5057-1472-4 / C · 143

定价 19.00元

地址 北京市朝阳区西坝河南里17号楼

邮编 100028 电话 (010) 64668676

合同登记号：图字01-98-0493

恨不得早见此书

在亚洲，广告这一行是历史不长的新兴行业。

在台湾，现代化广告起步较迟。因此有一段时期，水准颇落于人后，和其他亚洲地区的先进水平相比，有一段距离，无论专业人才或是运作方法，都有问题。但随着新一代人才的成长，台湾广告行业，忽然有如跳蛙，突飞猛进，一跃而入现代化阶段。今天的台湾广告，不但和其他亚洲先进地区比，毫无逊色，而且创造了非常独特的台湾风格。这所谓台湾风格，沈吕百先生正是缔造者之一。

对台湾广告业，沈兄是全面投入，不休不倦，不离不悔。他多年实践积累下来的智慧，在他这本新著中不遗巨细，和盘托出。令我这在香港广告界担任过开拓工

作的人，读后脑里嗡嗡作响，茅塞豁然而开，大有恨不得早见此书之感。

沈兄和我两地相交，已有多年。我们曾经共事同一广告集团网络，时常切磋，交流经验。对于他的修养，一向十分敬仰。

他是位要求自己，不断精进再精进的人。这样的态度，即使在人人拼搏的广告行，也十分少见。他求上进攀新高的劲头，亦鲜见能企及的。他说：“要做到让客户尊重，只有靠真正的实力，思考细致真的胜过客户一筹，客户哪有不折服的！”我读过中外广告巨著无数，从未见过如此壮语。

沈兄也不是说说豪语就算，他的客户视他为左右手的事实，台北广告人有口皆碑。能为他的巨著写序，我引以为荣。

他这本书，我永远视为座右铭。

黄霑

为沈吕百出书写序

不是一天写成的书。每月一篇，等于作者每 30 天工作中省思的结果，写成文章分享给正在从事广告工作的读者，视为心得报告，也是极有意义的记录。

不是资深工作者写不出的书。内容的点滴，是工作的心血反映出对专业性追求的渴望，在这光鲜亮丽的广告行业里，不是自由到没人管，也不是以客户的要求成为工作准则，而是长久反省出的自我要求纪律。

不是热爱自己生活的人，不会文章有情。作者的生活中有工作，工作中又有生活，除了爱自己的生活，也尊重别人的生活，不只写下五年来的生活，也写二十几年中的生活，随时对自己的生活赋予意义，才能清楚回忆。

同事又同伙二十多年关系，从阅读作者的每篇短文中，有如时光倒流，二十多年的工作一下子缩短在这近50篇文章中，简单地看来，也反映出同时期广告人在时间的洪流中如何执著专业信念，如何克服此一时期环境中的障碍。除了书本上的知识外，更应该了解专业职务应有的态度，这也是我经常从作者那儿学习的。

华得广告董事长 梁开明

自序

广告工作在近几年来变得受人重视，好像是一种特殊、神秘又令人好奇的职业，其实广告人也是“人”，和在其他行业中的人，在工作中所遭遇的各种心情，在本质上并无太大的差异。

不过，广告人或许因为工作的性质，在精神及体力上所承受的压力，情绪表达的方式、敏感度，对自身能力的自信程度，相对比较于上班族要强烈得多。

四年前，广告杂志中文版的发行人段钟沂先生，构想辟一个“广告心情”专栏，希望广告业界的老人能在杂志中写些短文，把甜酸苦辣咸的经验和新人分享，对年轻人有一些启发，要我先起个头，从新旧广告人的矛盾谈起，然后大家接棒写下去，后来大概是其他先生们

太忙，就让我一篇接一篇地写了四年多，一直到可以集结成一本书才罢手。

在以办公室为核心的团体中，由内至外，人和人之间，有无能者、无知者、无为者，有太能干的光芒四射者、人前人后活跃的双面小人，有心善言恶的讨人厌者、有心恶面善的伪君子，有利用别人的人，有被人利用的人，有上下关系的矛盾，有年龄辈份的隔阂，有经验深浅的不同，有成长时代背景的差异，有同谋共事者配错对的痛苦，有步调快慢不同的不爽感，有不得不屈就低头的无奈，于是人人都会有挫折的时候，也会有意气飞扬的时候，有时做喜欢做的事，有时做不喜欢做的事，有时做应该做的事，做自己份内的事，做看不顺眼主动会去补位的事；而且每一家公司多多少少都有需要改进之处，作为团体中的一员，看到公司的问题，想要解决不知如何解决，有改革方案又无能为力，有时觉得不公平不公正，革命或顺从、认同或不服气，人与人之间是是非非，开心或不开心，激动或麻木，各种的倦怠，想换公司、换老板、换同事、换工作，或者不知不觉自己成为问题的制造者。总之，不只在广告公司里每天会上演这些“人与人之间的故事”，我想，在其他不同性质的工作团体中，每个人在不同的阶段、不同的位置职责、不同的层次也都会有不同的心情。

你今天工作的心情好不好？

“广告心情”谈的是广告工作中一些有感而发的事及情、经验中的一些琐事。我想如果对广告有兴趣的读者，也许借由本书，对广告人多了解一些。其他工作性质的读者，看看广告人的心情，当成一面镜子也会好玩。

因为总是想从较多不同的立场，客观的角度来看待工作之中，人与人间的种种问题，希望人人在工作中，在彼此之间的沟通时，能“体贴对方”“尊重对方的独特性”“精确无误地传达信息”“互补互助地合作”“快乐地达成工作的目标”“天天都有增长饱满的富裕感”“充满感激心”，希望“在相互的矛盾中找到平衡点”，希望“人人都有健康的好心情”，写得不够辛辣，不够批判，有时像在说教，有时像在自我宣传。

我尽量想客观，但是仍然逃不掉自我的价值观，我想我的价值观是很混杂的，有家庭教育的价值观，有早期工作时受到日式管理风格的价值观，有中期西方个人主义的价值观，有身为经营者以后的价值观，有长期沉浸于服务业中所产生的价值观，受到前辈师长同侪影响的价值观，我在工作中不时地也有不服、怨屈、无奈、恨，

但是在我心中的价值观给了我一份力量，形成一种“看清了本质，看开了就好”，平常心但是却很积极、自信，面对难题没有悲情没有怨，让自己活下去也让四周的人开心，对得起别人对得起自己。我想，这是我从事广告工作以来最大的成果。

我很感谢《广告杂志》月月逼我缴稿，让我有机会放情地大抒己见，感谢步入广告20年来教我、育我的前辈、客户、同侪，使我的广告生涯顺畅丰富。

感谢10年前打开我窍门的香港创意大师——黄霑先生，赐我颇多溢美之辞的序文，以及一直带领我的梁开明先生，将我文字赋与意义的序文。

整理文稿时，对自己是广告撰文出身，而文句经常写得如此不顺不通而汗颜，于是有不少段落几乎重新写过，才敢见人，但仍感不足而致歉。谢谢广告杂志曾玉萍小姐，林佩萍小姐，林克明先生，陈芝凤小姐4年来的催稿之苦，以及我母亲、老婆因我熬夜赶稿的关心。

沈吕百

目录

恨不得早见此书	黄 曙 (1)
为沈吕百出书写序	梁开明 (3)
自序	沈吕百 (5)

广告 EQ

做人处事	(3)
深浅心结	(11)
广告情事	(18)
挫折	(28)
负责任	(36)
骄傲与谦虚	(44)
难题	(50)
信赖	(57)

滚石生苔或生钱?	(63)
只有靠自己	(69)

广告抢偷学

自我实现者	(77)
企划人	(82)
撰文心情	(91)
视觉魔术师做广告影片	(99)
创意和导演的沟通	(106)
抢偷学	(114)
周密思考	(120)
先做好小事，再想大事	(127)
自问	(135)
创意与生意	(141)
请患读书饥渴症	(148)

广告人与客户

广告角力场	(157)
一些矛盾	(165)
大家一起来脱裤子	(172)
沅客	(179)
客户是一切的根本	(185)
如果我是客户	(191)

广告人和钱	(197)
多为别人想一想	(203)

广告禅

杞人忧天——资源有限，脑力无穷	(213)
广告禅	(220)
“阿奴拜得”自白	(226)
鸭子一族	(231)
心意	(239)
16 厘米广告片忆旧	(245)
见闻所思	(252)
总统与广告人	(259)
砍“侃爷王朔”	(264)

广告旅人的情与话

广告“累”路	(273)
台湾情人节的故事	(281)
坎城心情	(291)
闰八月在京津	(300)
会想会说会演会做会改	(306)
给 D 的一封信	(314)
我的感言	(321)
广告心情的背后	(327)

广告 EQ

“广告人要面对很多人，同时间内要变化不同的角色，经常要调整不同的关系、平衡自己的情绪。”

在我结婚时，一位长辈送了有关夫妇之道的一幅字：“相尊以礼，相爱以诚，相谅以恕，相助以勤”。如今觉得，做广告人何尝不是这样！

做人处事

很多年前，在我结婚的时候，一位长辈送了我一幅字，上面写着“相尊以礼，相爱以诚，相谅以恕，相助以勤”的夫妻相处之道，后面继续写下了如此相处后的BENEFIT：“琴瑟永好，和乐且忻，宜尔室家，裕尔后昆”。我把字悬在进门玄关的墙上，每天进出看着，时常记着，久而久之觉得做广告何尝不是这样。

广告人要面对很多的人，同时要变化不同的角色，人际关系也较一般人复杂，与同事、客户、协力者、陌生的消费者，经常要调整不同的关系：生意上的交易关系！平等立场的伙伴关系！老师学生的指导关系！由上而下的主从关系！感性上的人情关系！彼此互动影响的牵连关系！复杂中总要有一项准则。我想：做人处事，这 16