
目 录

引 言.....	1
上篇：“天生我材必有用”	3
第一章 潇洒的业余“广告专业户”	4
第二章 快乐的个体“小”老板	16
第三章 自在的股海“贫下中农”	27
第四章 繁忙的艺术“管道工”	43
第五章 不动声色的“古董迷”	54
中篇：怪招迭出凭心智	65
第六章 悄悄在行动的“经纪人”	67
第七章 神通广大的“讨债人”	78
第八章 风驰电掣的摩托车手	88
第九章 灯光下的“夜排档”	99
第十章 悄悄复活的高利贷者.....	110
第十一章 无处不在的“导.....”	122

下篇：正道无路邪亦然·····	133
第十二章 乘坐“的士”的药贩子·····	135
第十三章 “借鸡生蛋”的暴发户·····	145
第十四章 曲线致富的“金丝鸟”·····	156
第十五章 处处风流的“男相公”·····	167
第十六章 崇尚现代化的“梁上君子”·····	177

引 言

钱，大概是世界上最容易引起争议的东西了。

自金钱诞生以来，许许多多的人在诅咒它：

“没有比金钱更能腐蚀人心的了。”

钱，“才是害人灵魂更坏的毒药。”

.....

确实，钱曾带来了许许多多的罪恶。“它可以使黑的变成白的，丑的变成美的，卑贱变成尊贵，老人变成少年，懦夫变成勇士。”它“可以使异族同盟、同宗分裂；它可以使受诅咒的人得福，使害着癩病的人为大众所敬爱；它可以使窃贼得到高爵显位；它可以使鸡皮黄脸的寡妇重做新娘，即使她的尊容可以使身染恶疮的人见了呕吐，有了这东西也会恢复三春的娇艳；它会使冰炭化为胶漆，仇敌互相亲吻；它会说任何的方言，使每个人惟命是从。”

可是，在金钱消灭以前，每个人又都离不开钱。尽管不少人曾严正声明，钱不是他们所追求的最主要的东西。可毕竟每个人都得生存，每个人也都希望能生活得更好。而这一切毕竟是离不开钱的。

“钱不是万能的，可没有钱是万万不行的。”

于是，为了钱，许许多多的人绞尽脑汁，呕心沥血：或正大光明，恃“艺”取酬；或四处钻营，投机取巧；或不问正邪，只重实利；或胆大包天，以身试法；或……

一日，忽发奇想：为什么不把这一切记录下来，为无计可施者指一条财路，为投机钻营者录下尊容，为以身试法者敲敲警钟，……

“这可是断人财路的事，不写为妙。”有人规劝我。

也许！

因为，有许多事在中国是不知，或者说上面不知，就可以不管；可一旦白纸黑字，那可就非管不可了。

我犹豫了。

不料，采访却意外地顺利。尽管也有“犹抱琵琶半遮面”的，可大多数人却都滔滔不绝，毫不在乎。

“商品经济，不向钱看，那向‘谁’看？”他们理直气壮地说，“等你写出来，说不定我们早就‘调头’干其它事儿了。那时，有人想管也找不着我们了。”

于是，便有了这本《都市八仙齐闹海——各显神通》。

上篇：“天生我材必有用”

有人说，没有比在中国赚钱更难的了。

也有人说，没有比在中国赚钱更容易的了。

结论，截然不同！可根据却是同一个。

前者说，中国一切都不规范。

后者却说，正因为不规范，才“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞”，才“天生我材必有用”。

谁是谁非？

第一章

潇洒的业余“广告专业户”

什么？你要写我？哈哈……

电话里传来了他那特有的带金属声的爽朗的笑声。

老朋友，快别开玩笑啦。我舞文弄墨快 20 年了，从来只有我“为她人作嫁衣裳”，哪有人家来写我的。

什么？你要写我怎么抓广告？喔唷，老朋友，这太不够朋友了吧？你这么做可是断人财路的事……什么？没这个意思？只是想反映现代人怎么赚钱？嘿！这倒是一个好题目。嗯……这样吧，咱们也好久没见面了，明天下午 5 点半，我找个车来接你。咱们找个地方边吃边聊。怎么样？好！一言为定！

十一二平米，齐墙腰的淡黄色护墙板围护着四周，一幅出污泥而不染的“芙蓉出水”图和一幅“蛙鸣十里”图高挂墙上，给小屋增添了几分雅致；凉风自空调中不时飘来，令人不由精神一爽……

怎么样？这个雅座不错吧？饭店经理是我的一个哥们儿，这几年，也不知照顾他多少生意了。

他熟练地打开了酒瓶的瓶盖，殷勤地为我倒上酒，随即举起了酒杯。

来，边喝边聊。这张裕白葡萄酒还是相当不错的。这些年，中外名酒，只要国内能找到的，什么茅台、竹叶青、五粮液，什么长城、王朝、人头马，只要国内能找到的，我几乎都尝了个遍，可喝来喝去，还是这白葡萄酒好，不伤身体不上头，喝醉了也没有什么大关系……

暖，言归正传吧。我当上这业余“广告专业户”，真可谓“误入歧途”。瞿秋白在《多余的话》中说他当上共产党的总书记是“历史的误会”。我走到今天这一步，也可以说是“历史的误会”。

那是1980年吧，我为一家工厂的厂长写了一篇通讯，文章见报以后，反响颇好。大概是出于报答，那厂长把我请去“开”了一桌。

席间，厂长无意中谈起：“厂里最近出了一种新产品，它的性能比老产品有很大的提高，价格只略高于老产品。但由于采用了一些新技术和新工艺，成本要比老产品低15%左右。可惜，产品知名度不高，销路远不如老产品。否则，一

年可以增加利润 100 多万。”

说到这里，他忽然想起了什么似的，盯着我说：“老诸，你经常写文章，认识的人多，和报社的记者也熟，你能不能帮帮忙，帮我们厂创产品的牌子？……”

你知道，那时，我的酒量极小，一杯啤酒下肚，就让我脸红心跳。那天，被他们灌了两杯啤酒，人早已晕晕乎乎的了。俗话说，酒壮人胆。我竟然一口答应了。酒醒后，我才发现自己揽了一件傻事。尽管我在机关干了几年，实际上还只是书生一个，上哪儿推销产品？其实，酒场上的承诺并不一定当真。当时，只要我拖一拖，事情也就糊弄过去了。可是，我这个人又特别认真，总觉得吃了人家一顿不为人家办点事，实在说不过去。可思前想后，一时也无计可施。

几天后，我到一家报社去送稿子，无意中和一个老记者谈起这件事，他竟然哈哈大笑，指着我说：“你呀，真是聪明一世，糊涂一时。在几家报社转了那么多年，这么简单的事都不会办。”说着，他帮我出了个主意：“你帮他们筹备一个产品鉴定会或新闻发布会，让记者去帮他们吹一吹。然后，再让他们出点钱，登一两个广告，报社也正缺广告。这样，你是一举两得，工厂和报社都欠你的情。”

我一听就乐了。

到了厂长那里，对前一条，他是急不可待，当场把厂办主任、技术科长叫来，要他们在一周内把新闻发布会的一切工作都筹备妥当。可对登广告，却是犹豫再三。这也难怪，当时的广告业还刚刚恢复，拿钱登广告的工厂还真是不多。也许是出于对我的尊重，厂长最后决定：“先登一个广告试试。”

不料，一个新闻发布会和一则广告，却引来了许许多多的客户。厂长乐得一个劲地谢我。

消息传开，同行业的厂长都羡慕得不得了，纷纷通过他来找我，让我帮忙登广告，举办各种新闻发布会、产品鉴定会，等等。一时间，忙得我应接不暇……于是，一些同事就开玩笑，戏称我是广告公司经理，后来又称我是“广告专业户”。当然，咱这是业余的。

什么？钱？噢，你说的是“回扣”，对不对？

嗨！看你说哪儿去了。当时的人还是很正统的，再说广告竞争也还不那么激烈，财务管理也十分严格。因此，那时还不时兴什么“回扣”。最多也就是请你吃一顿，连个纪念品都没有。直到后来，才送一只包之类的东西。有一段时间，弄得我家里各种包、袋“泛滥”成灾，放没地方，丢又可惜。不过，当时正时兴“试用”，新的产品出来，先送人“试用”。那时，我家最多时有10多种“试用”产品。每用一种产品，填上一张“质量反馈卡”，过一段时间，最多七折，一般也就只有二三折，等于是半送半卖，说到底也就是变相的送礼，打折扣只不过是遮人耳目而已。

真正实行广告回扣是在1983年。那时，上海每年的广告开支高达1亿元，约占全国的三分之一。上海成了全国各家新闻单位你争我夺的一块大“肥肉”。外地的一些新闻单位为了改变敌不过上海新闻单位的劣势，利用当地改革开放比上海早的优势，首创给回扣的方法来招揽广告。开始是2%到3%，后来随着广告大战的日趋激烈，回扣也不断加码，最高达到30%多。目前一般稳定在一成到两成左右。近年来，由

于财税、工商管理越来越严，这提成费已不叫回扣了，而是称之为“组稿费”，另外还有什么“画稿费”、“广告图案设计费”等等。

你说我这几年发大财了？

咳！老朋友，一言难尽啊！

你知道，原来我搞广告，只是出于帮忙而已，并没有把它当成“副业”。人家求上门，我就帮帮忙。好在我新闻界朋友多，只要厂长们提出来，无论刊登在哪一张报纸，刊登在什么位置，刊登在哪一天，一般我都能办到。可是，回扣出现以后，广告大战愈演愈烈，“登广告”变成了“拉广告”。于是，我的地位也突然来了个翻天覆地的变化。原先是“人求我”，那时却变成了“我求人”。原先求我的厂长们，此时却纷纷开始躲避我。给了一次、最多两次广告以后，就以各种借口来搪塞。有时，有的厂长当面不好意思拒绝，暗底里却与具体经办人达成默契，由直接经办人节外生枝。这使我陷入了十分尴尬的境地。你知道，我这个人很爱面子，既然答应人家了，办不成岂不太丢人了？再说，此时来求我的，也都是我以前求过的朋友。我不能帮他们的忙，人家会怎么看？……另外，说白了，那时的广告回扣也已经成了我正常收入的一大部分，甚至已经远远超出了我的正常工资、奖金。真要失去这部分收入，我还真不习惯哩。

怎么办？回头是没出路的。唯一的办法是从被动的帮助“登广告”，走上主动“拉广告”的道路。

为了能够应付朋友们的求助，也为了能保持这部分回扣收入，我开始下功夫研究起“广告经”来了。

经过一段时间的琢磨，还真是大有收获呢。我发现，在上海两三万个企业中，广告费的分布并不是平均的，其中以轻工、二轻、医药、仪表系统占的比重最大。从行业来讲，则以家电、日化、医药成三足鼎立之势。当时，生产电视机的几家大无线电厂，一年广告费都在200万元以上，有的甚至突破300万元。这两年，由于市场疲软的影响，家电行业的广告已经衰落；而日化行业由于成本低、利润高，竞争激烈，其广告费用如日中天，一举取代了家电，跃居广告市场的首富地位，上海霞飞日用化工厂一年的广告费更是高达数千万之多；医药行业的广告尽管每家工厂的费用与日化厂相比，还有很大距离，但由于其厂家众多，药品的竞争也日渐激烈，从整个行业来讲，其广告费用一直名列各行业的前茅……

这一番“火力侦察”，为我进一步介入广告大战提供了一幅“作战图”。于是，我就开始了我的第二步“作战部署”：千方百计地结识广告大户的厂长们。怎么结识？咳，你当了那么多年的记者还不懂吗？我们舞文弄墨的人还有什么其它办法？帮他们吹啊！哪一个厂长会把为自己说好话的人赶走？稿件登在哪里？那还不简单，我在新闻界有那么多的朋友，发几篇稿子有什么难的？新闻的关键不就是“新”吗？只要动动脑筋，抓住新的观点，新的事实，或者在写法上出点新意，帮忙的朋友高兴还来不及呢。再说，那时我已经被借调到报社帮助工作了，在自己所在的报社发几篇稿子，用上海话讲，还不是“闲话一句”？

经过将近两年的努力，我结识的厂长达到了将近200位。你知道，人都是各有个性的。当厂长的也不例外，他们中有

的豪爽，有的谨慎，有的大度，有的吝啬，有的热情，有的冷漠……再说，各个厂的产品、产值、利润等经济情况也不一样。为了便于活动，我就把这些厂长分成几类：一类是广告大户，而厂长出手又比较大方的，这大约占三分之一；第二类是工厂效益不错，但厂长比较“抠”，广告费低于100万的，这大约占到一半；第三类是企业效益尚可，但厂长“拎不清市面”的，这种厂长不太多。

对第一类厂长，一年去要个万把元钱，就像拔根毛，一般都不会打回票，尤其是年初或者年底，年初正是做广告计划的时候，每年的三四月份去要钱，只要你关系“铁”，没有空手而回的时候；而年底呢，又正是怕广告费用不完要“烂掉”的时候，一般工厂在年中的时候，都是手最紧的时候，怕下半年万一有什么事拿不出钱来，但到了年底时，却又大都要“突击”把广告费花完，有的甚至把钱先送到广告公司存着，……你问为什么？中国的事儿，都是今年超了，明年才可能增加计划，如果连今年都花不完，明年还想不想增加费用了？对具体经办人来讲，当然是手头钱越多越自在；对厂长来讲，当然也希望广告费能年年有所增加，这样，他在应付各方面来的要求时，也就有了更大的回旋余地。

对第二类厂长，我一年也就去要个几千元钱，最多不超过5000元，要多了，等于就断了一条路。而对第三类厂长，非到万不得已，我是决不动用。

什么？一年“拉”个六七十万？那不成问题。什么？发财？唉，这真是有苦难言。依你看，按10%的组稿费，我一年至少有六七万的进帐。其实，“大有大的难处”，一年下

来，去掉应酬，能剩下个万把元钱，就已经是上上大吉了。

你问为什么？你还记不记得中国有句俗话，叫做“来而不往非礼也”？拉广告有回扣，这是人所皆知的事。在中国这个地方，有好处要大家共享才行。否则，只要有一处没有摆平，下一次你就再也拿不到广告了。

你问回扣怎么分？咳！你又冒书呆子气了。这钱怎么能分呢。对钱，是人见人爱；可真的要让他们拿，尤其是当厂长的，那可是人见人骇！中国的传统是重义轻利。现时，你犯了政治错误，别人不一定会看不起你，说不定还挺同情你，但如果你贪污，贪小利，或者犯了乱搞男女关系的错误，大家就会觉得你人品不好，就会看不起你。你想，作为一个厂长，他能为了区区几百元钱而拿乌纱帽开玩笑吗？退一步讲，即使你真的要给人钱，也必须做到名正言顺，无懈可击。否则你既害了人家，又断了自己的财路。

嗯？什么？怎样才能做到既有往来，又名正言顺？好，这可问到点子上了。这几年，我琢磨了好久，总结出8个字，叫做“情金交融，财通四海”。

什么是“情金交融”？文学上不是有“情景交融”之说吗？！在许多文学作品中，主人公常常是触景生情，情缘景生。于是，我在搞广告时，就套用了这一文学手法，用“金”来联络感情，用情来挖掘金钱。用句时髦的话，就是重在感情投资。

首先是“借金献佛”。什么叫“借金献佛”？这还用解释？你想，我拿他们的广告费，得到一点“组稿费”，再设法“名

正言顺”地塞给他们，这不是“借金献佛”吗？

怎么塞得名正言顺？嗨！戏法人会变，各有巧妙不同。人家怎么做的，我不知道。我是以朋友之情为出发点，来做文章的。首先是“投其所好”。各个厂长的个性不同，嗜好也不同：有的喜烟，有的嗜酒，有的爱买书，有的醉音乐，……在各种嗜好中，各人迷的也不同。此外，还有厂长夫人，其嗜好也各不相同。于是，我就千方百计地的让他们各得所需。比如送烟，就必须“因时制宜”。流行外国烟，就必须送外国烟；流行长支“健牌”烟，就必须送“长健”；流行“红中华”，我就设法搞“红中华”。至于送多送少，那就“因费制宜”，根据广告费的多少决定。当然，要送都得论“条”送，一包、两包的，岂不是打发“叫花子”？送了，人家也不说你好，还要骂你。

有一次，我得了一条万元广告的“组稿费”。赶紧买了500多元的礼品，想去“意思意思”。不料，一进厂长的家门，嚯，他家里烟雾腾腾，正热闹着呢！厂里的一帮子干部，正在他家里商量着什么事儿。原来，那天正好厂长病了，厂里有件大事，其他人不敢作主，干脆相约着到他家里来了。一见，都是熟人，寒暄之后，我赶紧扔出了两包“外烟”。慰问几句之后，我就起身告辞了。尽管厂长家有两三间屋子，我也没敢往外掏礼品。都是人，怎么避也避不开啊！再说，咱也不能给人家厂长留下后遗症，你说是不？后来，因手头较忙，一时走不开，过了一段时间才去看他。出乎意料的是，一见面，厂长就扔还我两包烟，淡淡地说：“那天承蒙你上门探望，谢谢了。烟，原物奉还。”一口的外交辞令，说得我目瞪口呆。

这小子，以前见了我，嘻嘻哈哈的，什么都敢说，今天怎么人模狗样的跟我打起官腔来了。再一琢磨，我明白了，小鸡肚肠一个。我也不管他，照样嘻嘻哈哈，弄得他也不好说什么。直到慢慢地气氛融洽了，我才把礼品拿了出来。这下他可不好意思了，赶紧留我吃饭。我也不管，“有吃不吃猪头三”，照吃不误，直喝得个脸红脖子粗，才离开。过几天，我再买了几瓶好酒送去，算是补还他请我吃饭的“损失”。这才算把事情挽救过来。不过，以后，我可再也不敢大意了。一拿到“组稿费”就来个事不隔夜。

在照顾厂长的同时，厂长的夫人也得照顾好。因此，有时在冬天得到广告，我就买些人参什么的补品送去。有时，甚至还得把厂长的孙儿、孙女照顾到。俗话说，“烟酒不分家”。这些算不上违法吧？当然，也有厂长既不喝酒，也不抽烟的，那怎么办？有一个厂长买了台录像机，我知道后，就赶紧给他送去了10盘空白录像带。你知道，现在有许多人，宁愿一掷数千元买录像机，可要他花几十元买盘录像带，就像剜掉块肉似的。果然，录像带一送去，厂长眉开眼笑，拍着我的肩膀说：“老诸，以后有什么事，尽管来找我。”嘿！我就等着这句话呢。有了这句话，以后再要广告，还不是手到擒来。

其次是“人情往来”。要想办法创造一种朋友的气氛。这最好的办法就是逢年过节的人情往来。因此，每年到了中秋，光是买月饼，没有一二千元是绝对下不来的。至于到了春节，那更是开支浩大。平均一个人送50元的东西，就得上万元。可现在50元又能买什么呢？

此外，还有一条必须注意，那就是互相的应酬。俗话说，

一回生，二回熟，三回就可以拍拍肩膀称朋友。至于在酒桌上，更是官勿论大小，个个都是朋友。因此，每隔个把星期，我就要找几位厂长，一起找个雅座，边喝边聊，海阔天空。从中东战争，到美国的武器；从男女关系，到艾滋病；从日本人的生鱼片，到中国人的四大菜系……无所不聊。你别看这好像有点无聊，其实酒桌上办事比哪儿都方便。一次，我的一位朋友要搞活动，抓了5万，刚刚勉强够花。他找到我，希望我帮忙搞一点。正巧第二天是一次聚餐会，我就把他拉上。喝到酒酣脸红之际，慢慢地把话头引到这上头。嘿！几位厂长一听，立即你一万、他五千的，一下就凑了5万，乐得这个朋友直打躬作揖。当然，我也不吃亏，不仅这顿饭钱由他包销了，连厂长们的礼品也由他承包了。我则落了个白拿20%的“组稿费”。

怎么样，老朋友，现在你该明白，我每年剩不下几个钱了吧？其实，对我来讲，我只赢得了“路道粗”的名声，饱了自己的口福，交了一批朋友，稍有一点薄利，仅此而已。

喔哟，9点多了，怎么样？你的“那位”不会有意见吧？那好！我的“那位”，她早习惯了。刚结婚那阵，她还真和我吵了几架。可等儿子一出世，她也感到了钱的重要，就再也不埋怨我了，说“冲着你这一年一个万元户，我也得让让你！”

怎么？要走了？那好！没有不散的筵席。小丁，过来，我签个字……什么？你问我为什么不结帐？嗨！你可真是书呆子。这种几十元的钱还用我当场结帐？再说，今天的帐有人会掏钱。别费心了，走吧。我看，你也得跟我学学，我稿子

没少发，工资、奖金没少拿，活得比你还潇洒。当然；报告文学我可写不过你。不过，爬格子可发不了大财啊……