

# 广告界女王

## 无冕女王

A Big Life  
In Advertising  
(美)  
玛丽·韦尔斯·劳伦斯  
(Mary Wells Lawrence)  
著

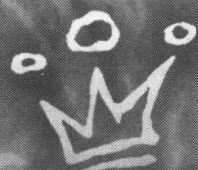
传奇女广告人的自白



机械工业出版社  
China Machine Press

# 广告界 无冕女王

(美) 玛丽·韦尔斯·劳伦斯 著 宋苗 译



**A Big Life**  
In Advertising



机械工业出版社  
China Machine Press

A Big Life in Advertising

ISBN: 0-375-40912-2 (英文版书号)

Copyright © 2002 Mary Wells Lawrence

Chinese (Simplified Characters only) Trade Paperback copyright © 2002 by China Machine Press/Huazhang Graphics, Inc.

Published by arrangement with Alfred A. Knopf, a division of Random House, Inc.,

Through Arts & Licensing International, Inc., USA

All Rights Reserved.

本书中文简体字版由Knopf通过Arts & Licensing International, Inc., USA授权机械工业出版社在全世界发行,未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有,侵权必究。

本书版权登记号:图字:01-2002-6648

### 图书在版编目(CIP)数据

广告界无冕女王 / (美)劳伦斯(Lawrence, M. W.)著;宋苗译. -北京:机械工业出版社, 2003.1

书名原文: A Big Life in Advertising

ISBN 7-111-11307-1

I. 广… II. ①劳… ②宋… III. ①劳伦斯, M. W. - 自传 ②广告 - 公司 - 企业管理 - 经验 - 美国 IV. K837.125.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第094971号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:谢小梅 版式设计:赵俊斌

山东高唐印刷有限责任公司印刷·新华书店北京发行所发行

2003年1月第1版第1次印刷

787mm×1092mm 1/16·16印张

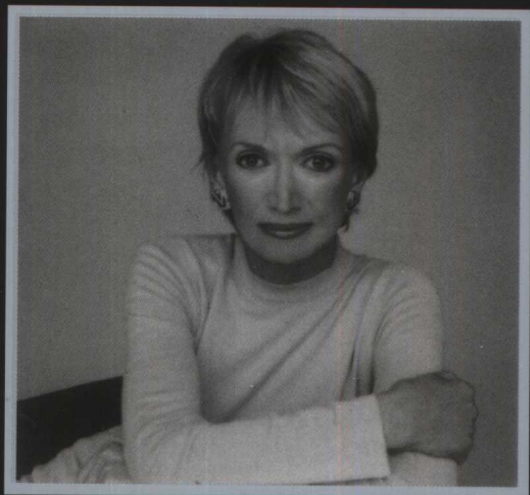
定价:36.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

## 玛丽·韦尔斯·劳伦斯

- 20世纪全球广告人TOP100之一
- 纽约证券交易所上市公司中的第一位女首席执行官
- 被广告名人殿堂和广告文案名人殿堂同时收录

在这本自传中，玛丽·韦尔斯·劳伦斯讲述了她在广告界不平凡的故事。



**玛丽·韦尔斯·劳伦斯**出生于俄亥俄州的波兰，毕业于卡内基大学工程学院，她被广告名人殿堂和广告文案名人殿堂同时收录。她生活在玛斯蒂克岛、伦敦和凯普法瑞特。

## 叶茂中专文推介

我是一口气读完《广告界无冕女王》的。

这是我2002年读到的最好的一本关于广告的书。

虽然书中那些长长的人名和公司名称对我来说记起来比较困难，但书中洋溢的智慧与激情帮我克服所有的畏惧，让我贪婪地将玛丽·韦尔斯的精彩广告生涯通览无余。

那是一个男人主宰广告界的时代，你能记得起来的广告大师几乎都是男性：大卫·奥格威、李奥贝纳、比尔·伯恩巴克……想找一个杰出的女性广告人？

玛丽·韦尔斯早先是在比尔·伯恩巴克的领导下工作的，但她终于要离开伯恩巴克的神殿了。那时她就像一个女儿离开家独立生活，理由是不想太依赖他们，想要在没有他们呵护的情况下去经历这个危险的世界。仅此，你就可以知道这是怎样一个自命不凡的女子了。

事实上玛丽·韦尔斯确实是非同凡响。这种不同凡响并不在于她用32年时间专心建设着一家具有传奇色彩的广告公司：韦尔斯·里奇·格林，而在于她想要创造一个辉煌人生并为此不懈追求。

不仅如此，她还激励周围的每一个人都创造自己的辉煌人生，不惜一切地去表现，去创造奇迹。于是有了许许多多伟大的、突破性的创意：

布兰尼夫的彩色飞机打破了灰色的天空，俏皮而美丽的空中脱衣舞则引发了航空界的轩然大波，当然，布兰尼夫成功了；

杰夫琳汽车和野马汽车的针锋相对、放肆又机智的类比广告，令美国汽车公司的形象从黯淡无光变得闪闪生辉，并且把美国人唤醒，吸引了自信自我的年轻人市场；

来自不同地方的不同的人们在纽约做着不同的户外运动，并且都说着像这样的话“我住在新汉普郡，但我爱纽约”，再加上一首《我爱纽约》的音乐，真的激发了所有人内心深处

## IV

处对纽约的热爱，“我爱纽约”流行一时。真正是不可思议；

再一次，在福特公司漆黑的空荡荡的办公楼漂浮着阴暗的幽灵般的气氛里，玛丽用“福特，不可思议”的广告语喊出福特的自信，为福特重新注入信心、能量和信任，创造了另一个奇迹……

其实这些也只是玛丽辉煌人生的一个面而已，只是一些关于广告创作的故事。更多的玛丽写在书里。

如果你还想了解如何征服客户，建立神奇的一拍即合的客户关系，或者想了解对于客户什么时候该坚持、什么时候该放弃的把握，又或者同时要解决十几个客户的问题是怎么做到的，《广告界无冕女王》一定会给你一些特别的答案。

尤其是你想成为一个天才的广告人，并且想将天才挥发得淋漓尽致，你一定要读这本书。

广告是一个需要天才的职业。机智、聪明、勇敢、天才、充满激情的玛丽，以自己的方式将广告业变成一个舞台，让身边的每一个人都尽情展示着天赋我才的光彩。仿佛她有一种魔力，帮助她推动自己的人生和周围人的人生。

世界永远都是少数人在推动着前进的。玛丽无疑是这少数人之一。

所以玛丽是幸运的，与玛丽同行是幸运的。不能同行，那么就读读这本书，也是一种幸运。

“我热爱我的人生。”她说这句话的时候是真诚的，发自内心的。因为她什么都想过，什么都说过，也什么都做过了。包括奋斗，包括享受，包括爱与被爱，包括拥有和失去。

不知道我们是否也能发自内心地对自己说一句：我热爱我的人生。但我知道我们会继续努力，为了将来有一天能对自己说这句话。

2003年1月8日于上海叶茂中营销策划机构

## 译者序

也许在中国，听说过玛丽·韦尔斯·劳伦斯的人不多。但在美国，特别是在广告界，她是一个奇迹创造者。她是纽约证券交易所上市公司中的第一位女首席执行官，她创立并领导的韦尔斯·里奇·格林公司是美国广告业历史上发展最快最成功的公司，她的客户包括布兰尼夫航空公司、阿尔卡-赛尔兹公司、环球航空公司、泛美航空公司、宝洁公司、IBM公司、福特汽车公司、美国汽车公司、菲利普·莫里斯公司和大陆航空公司这些行业巨头。她为纽约创造的“我爱纽约”，以及为福特汽车创造的“质量是第一工作”等广告成为了每个人耳熟能详的广告。在40岁的时候，她成为了广告文案名人殿堂中收录的最年轻的广告撰写人成员。在这本回忆录中，她用她专业撰稿人的笔触描述了她的职业生涯，她的生活，她的激情、勇气、魅力和彷徨。她以独特的视角观察着广告界、客户和人生。在近30年的时间里中，她在飞速发展的、由男人统治的广告界留下了辉煌的足迹。在美国，她一度成为收入最高、最著名的女人。如果说在读过的很多传记中，发现的只是平淡、浅薄和卖弄，那么这本书则完全不同，它会让你体会到真知、睿智、幽默和思索，同时也会让你了解到广告业鲜为人知的一面。

玛丽·韦尔斯生于1928年，从小喜欢戏剧表演，17岁的时候到纽约上过3年戏剧学校，在那里奠定了她戏剧化辉煌人生的基础。工作之初她在商店的市场部门撰写广告，后来在广告公司任职。1957年她到当时最具有创造性的DDB公司任广告撰稿人，迈出了她职业生涯中重要的第一步。1964年受聘于马里恩·哈珀主持的杰克·廷克合伙人公司，1967年当马里恩·哈珀没有兑现诺言让她拥有CEO的头衔的时候，她放弃了接近10万美元的年薪，创立了韦尔斯·里奇·格林公司。在其后直到近30年，她领导的韦尔斯·里奇·格林公司取得了惊人的成功，把韦尔斯·里奇·格林公司发展为市值超过10亿美元的公司。在两次



## VI

癌症切除手术后，她对人生有了新的感悟。1990年她卖掉韦尔斯·里奇·格林公司，开始了轻松的法国乡村生活。

玛丽·韦尔斯对广告有着独特的理解，她视广告业如同舞台，那里有道具、剧本、导演、演员、制片等，也有排练和公演，这些都是在客户的要求下，在紧张的时间内完成的。结局则是成功或者失败。成功会赢得客户，失败则失去客户。她写道“广告业是关于运气的，无论好运气或坏运气；它是关于时机的，谁也许碰巧在一个特殊的时刻出现；它是关于才华的；它也是关于公司内部的人际关系以及同客户的关系的。”对玛丽·韦尔斯来说，客户服务是成功的关键，为了和客户更好地沟通，她会研究他们的习惯和兴趣，找到他们感兴趣的话题。例如，她曾经为了那些男性客户们学习过日本剑、赛马、捕猎麋鹿、非洲的大规模狩猎、怎样钓大马哈鱼、加利福尼亚红酒，古董车，瑞士行政区和登山鞋等等五花八门的知识。韦尔斯·里奇·格林公司之所以得到那么多客户的信任，是同它与客户的密切交流分不开的。“广告中的爱”也是玛丽·韦尔斯取得成功的关键，触及到读者和观众心灵的广告才是好的广告。她在书中写道“爱在广告业中是一种对商品的态度，同时也是对读者和观众的态度。从某些微妙的方面说，美国广告都应该在商品和它的潜在购买者之间建立一种爱的感情。”

这个世界是一个男人的世界，广告业尤其如此。作为一名在广告业取得了巨大成就的女性，她对生活有着独特的视角。虽然她没有承认自己是一个女权主义者，但她一直关注着妇女问题。本书的字里行间都透出了她作为女性对事业和生活的思考，因此它不同于大部分商业名人传记。玛丽·韦尔斯试图把她内在的女性特质与现实的商业世界进行融合，正如她写道：“我知道我是在那个年代少数几个和男性商人抢生意的女人之一，我在男人的世界里做着男人的工作，我的公司是我用男人的方法一点一滴建立起来的……我想要一个辉煌的人生，我就要像男人一样工作。”她的确实现了辉煌的人生。在1996年她接受广告撰写人名人殿堂颁奖的时候，她对着所有的男性观众说：“我现在非常健康，我拥有你们还不了解的力量。因此，你们永远也不要放松。”

# 目录

叶茂中专文推介

译者序

**从这一刻开始**.....2

在柯南道尔·戴恩·伯恩巴克公司，我开始了不同的广告之旅。比尔曾经对我咆哮道：“你是个非常任性的女人！”

**拥有一切或一无所有**.....9

他伸过手轻轻地抚摸了我的头发。这是一个微妙的动作，虽然只是一个下意识的动作，但里面包含着信任，一种我不会误解的信任，然后我们第一次真心地相对微笑。

**只是其中之一** .....12

加入杰克·廷克的智囊公司？虽然柯南道尔·戴恩·伯恩巴克是我的救世主，但是拒绝这个建议对我来说是一种自杀。不管有没有准备好，我都不能拒绝为这个梦想而奋斗。

**在朋友的帮助下** .....15

我对杰克·廷克合伙人公司的第一印象是生气全无。“这是个坟墓，”我想。在那之后我开始聘请我所能说服的最有创造力的人来为我们工作。

**大声欢呼** .....18

杰克认为我创立了一个精神病院，而不是一个公司。但是我们打破了一切旧想法，也给了

## VIII

我们一系列不同寻常的全新广告创意。

### **和我一起飞翔** .....24

一位英俊的“王子”改变了我的生活。当我望向对方的眼睛时，意外地看到一些此刻我不愿意看到的东西，因此我躲开他的目光，强迫自己忘掉它，但其实忘不掉。

### **怎样对待一位女士** .....34

马里恩答应给我总裁的薪水和总裁的权限，但是不能让我拥有总裁的头衔，因为他认为这样会限制杰克·廷克公司令人激动的发展速度。但是他在眼神里看到了战争。

### **我的独特方法** .....36

我建立了韦尔斯·里奇·格林公司，一个英雄气质的公司，我时刻都在说我们的目标是要产生伟大的、突破性的创意，而不是仅仅成为一个好的广告公司。

### **雨水还是阳光** .....45

我和哈丁在巴黎第8区的市政厅举行了一个浪漫而适宜的婚礼。两情若是久长时，又岂在朝朝暮暮？在我们相互融合、没有尽头的内心深处，存在着永无休止的交流。

### **加快脚步** .....48

我们从新闻界得到的赞誉吸引了那些商品知名度正在下降的企业，他们对我们抱有巨大的期望和绝对的忠诚。

### **离去的人** .....74

我们在美国汽车公司最困难的时候，冒着失去一切的危险做了他们的广告代理商，并且为他们的峰回路转做出了实质性的贡献。但是他们却离开了我们。

### **上升，上升，飞走** .....79

，环球航空公司找到了我们，我们成为他们新的广告代理商，这会不会成为美国汽车公司离

开我们的原因？

## 没有人做得更好 .....83

聪慧不是全部，天分也不是全部。我一直在寻找商业宝典，这是一些商人比别人成功的原因，作为我能够继续韦尔斯·里奇·格林公司的巨大成功的参考。

## 旧貌换新颜 .....93

宝洁成为了我们的客户，它就像一个空间站，伫立在自己的星系中，遵守自己的运行轨迹。我们的出现打破了他们原有的游戏规则。

## 我为爱所做的 .....97

哈丁和我有个协议，每天不管多晚睡觉都要和对方谈话。而且在电话里谈到很晚，不管他在世界的什么地方，我们相互安慰、相爱、承诺对方任何事情。

## 我的老伙计 .....104

查理用他的心、他的整个灵魂去倾听别人，所以他听得非常清楚。斯坦·德拉戈提为这个集体增添了几分优雅，作为一个团队，他们相互补充。

## 你应该上镜 .....108

我成立了一个下属公司，韦尔斯·里奇·格林/德拉戈提有限公司，拍摄创造性的、低成本的电影。这是为了满足查理和斯坦成为电影狂的心愿。

## 我爱纽约 .....113

你无法估量广告的巨大能量，在纽约面临着严重的财政危机的时刻，我们创作的“我爱纽约”的广告使人们重新建立起对纽约的信心；纽约州的经济情况开始得到改善。

## 这个傻瓜需要你 .....131

没有人会想像韦尔斯·里奇·格林公司会收购柯南道尔·戴恩·伯恩巴克公司，但是这一

## X

切却真实的发生了。

### **我是女人**.....135

我在男人的世界里做着男人的工作，我的公司是我用男人的方法一点一滴建立起来的。我并不认为我需要为了成功而改变我的衣着、个性或者性别。

### **点燃我的篝火**.....140

我在纽约的内伯胡德戏剧学校所受到的那些教导、那些想法、那些训练以及和世界级的天才一起工作的经历都对我起到了潜移默化的影响。

### **如果你能得到它，那会是很好的工作**.....145

在我职业生涯的开始，我在麦凯尔维百货公司找到了一份广告撰写人的工作，那是学习广告的最好的地方，因为它把问题都清楚地摆在你的面前。

### **共同孤独**.....148

我的第一次婚礼在俄亥俄州波兰的一个漂亮的白色基督教堂举行，我并不是一个平静的新娘，我还没有为婚姻做好准备，也许在此之前我就在重新考虑这个婚姻。

### **饥渴年代**.....150

为了薪水和进入电视广告的梦想，我不断地进入一个又一个广告公司。这是一个饥渴的年代，我离婚了，但是不久又复婚了，伴随着同样的伴郎和伴娘。

### **让我们解决所有事情**.....160

环球航空公司给我们带来了不小的麻烦，我并不想捍卫广告业的灵魂，我只是让我的工作人员保持兴奋，想保持公司的成功。但这并不是不惜一切代价的。

### **我要把那个男人抛开**.....168

我一定是疯了。我到罗马的这座山上来解除一个价值3亿美元的广告代理权究竟是为了什么？

我是否犯了一个可怕的错误？

**难以忘怀.....170**

阳光、海水、沙滩……拉菲尔罗蒂纳，法国南部海滨最美丽的别墅成为了我对付客户的秘密武器。与此同时，我们得到了福特汽车公司的邀请。

**那些时光.....178**

我们的广告帮助福特公司重新建立起了自己的信心，使美国人重新认识了福特。帮助他们从大萧条的泥潭中爬了出来。

**和我一起飞翔.....189**

我们打破了广告界久已形成的冲突理论，成功地使泛美航空公司和大陆航空公司两个互为竞争航空业企业成为我们的客户。

**如何让音乐继续奏响.....201**

广告业并不是令人愉悦的行业。最热情的客户往往会带来最冷酷的打击。在24小时的时间里，我们体验了从地狱回到人间的过程。

**我没时间痛苦.....209**

1980年第一个癌症不宣而至，我们不想让别人知道这件事，不想让朋友、客户、媒体和其他人知道它。我们不想其他的公司从中做文章。

**我猜上帝与纽约同在.....217**

1986年第二个癌症来到我身边，我怀疑自己是否是紧张得快要崩溃了。我有时会感到我开始生活在两个世界里。

**一些猫知道.....223**

癌症和它带来的经历使我有珍贵的内心世界，使我的思想更加开放，癌症是可怕的，但

## XII

它也可能对我是个机会，一个向着自由的突破，一扇通向新生活的门。

### **他们不能把它从我身边拿走.....226**

在你心中满是你热爱的人们，他们似乎已经离开这个世界但却在你的心里住了下来，他们影响着你的决定，给你带来新的主意。

### **贪得无厌的人.....230**

在1990年，环境发生了变化，客户的业务范围变得更大，他们不仅是全球性的，而且正在变成全宇宙性的。

### **难以割舍.....234**

我对自己说：“生活中存在着无穷无尽的可能性——让那些支持全球化的人去全球化吧，去为自己发现一些新的令人兴奋的事情吧。”

### **感觉真好.....236**

我开始过一种新的生活，进行新的冒险，学习新的技巧。虽然韦尔斯·里奇·格林公司已经消失了，但是我从来不会对爱感到害怕，我在生活中从来都是迎着风勇往直前的。



从前我在麦卡恩·埃里克森 (McCann Erickson) 公司工作是为了钱, 为了能买得起黑色的紧身舞衣来炫耀我那威人的身材; 为了给我的小女儿买赛克斯 (Saks) 百货公司的罩衫; 为了支付对我来说相当昂贵的公寓房租。但是, 后来我遇到了比尔·伯恩巴克 (Bill Bernbach), 他改变了我对工作的态度, 把我变成了一个认真的女人。在20世纪50年代的纽约, 如果有人提到“比尔”, 那就是指“比尔·伯恩巴克”。他因为倡导了广告业的革命而成为全城人谈论的焦点, 而当时广告业是一个引人注目的行业。他向所有第二次世界大战后发展起来的大广告公司发出挑战, 宣称这些公司毁掉了广告业, 使广告业变得充满欺诈、乏味、无礼, 甚至失去理智。更糟糕的是, 它们并没有卖出任何东西。各大广告公司纷纷为自己辩护, 称他们使用细致复杂的调查研究使广告具有科学化的性质。但是比尔说, 他们不是说谎者就是傻瓜, 他们可怜的“调查研究”使广告成为一种乏味恼人, 喋喋不休的东西。他说: “这些大广告公司正在把他们具有创造力的员工变成油印机!” 而城里所有因创造力受到限制而感到沮丧的人们听到这句话都会跳起来欢呼: “太对了, 比尔!”

广告业正像战后的美国自身, 从严格的等级和对老板军队式的绝对服从中建立起一种虚幻的安全感。在大的广告机构中, 老板们被称为“创意审查委员会”。如果他们的调查研究表明美国正渴望幸福和和平, 他们就制作出充满幸福和和平画面的广告——儿童永远是干净的, 微笑着的; 狗也是干净而微笑着的; 消防队员、警察、农夫和矿工们都是干净而微笑着的。广告中的每个人都互相挥手; 美女穿着貂皮大衣, 戴着珠宝首饰从车顶探出身来, 使宝马香车更加光彩照人, 威士忌酒瓶都头戴皇冠骄傲地列队在红色天鹅绒上仿佛是温莎公爵。比尔是对的, 广告业确实是失去了理智, 从没有任何直接的个人交流, 没有任何紧张刺激的事情, 也没有任何有趣的消息, 这些建立在虚假的调查研究基础上的广告一直被标榜为“科学性的广告”, 直到比尔站出来抨击他们。

他已经离开了格雷公司, 和内德·多伊尔 (Ned Doyle)、麦克·戴恩 (Mac Dane)、鲍勃·盖奇 (Bob Gage)、菲莉斯·鲁滨逊 (Phyllis Robinson) 这些天才一起去“解放”广告。他们成立了一家机构——多伊尔·戴恩·伯恩巴克 (Doyle Dane Bernbach)。在这里, 他们改变了广告的形式和内容, 甚至改变广告中的产品和制造这产品的公司, 只要这种改变能带来广告的成功。比尔为新闻界作演讲, 充满使命感地告诉人们那些大广告公司的方法完全错了。“广告不是科学, 它是一种说服力, 而说服力是一种艺术。直觉引导人们





创新，启发人们的灵感，只有艺术家才能创造出满足消费者要求的广告。”

比尔使各大广告公司完全陷入了迷惑。他们互相询问“为什么这个家伙打乱了广告业的平静？这个比尔·伯恩巴克是何许人？”很快每个人都知道比尔是谁了，他开创了一个广告业的新时代，倡导广告向着更加真实坦诚，更有创新性和趣味性的方向发展。他要求更大胆的语言，更多的幽默睿智和更加个性化的设计。他说：“我们这些以大众传媒为职业的人都对社会有所影响，我们可以使社会风气变得更庸俗或更高尚。”当多伊尔·戴恩·伯恩巴克公司的第一个广告面世之时，取得了比尔所预言的效果，在此之后，比尔成为了广告业的一颗明星。

菲利斯·鲁滨逊是比尔的总编辑，当我为了找工作而接受她的面试时心里忐忑不安，因为我知道我在庞大而传统的麦卡恩·埃里克森公司的工作经验在她看来意味着什么。我渴望得到这个工作，一部分原因是每个人都渴望这个工作，它非常抢手。此外虽然我那时还很年轻而愚昧，但我认为比尔的革新是我有生以来遇到的最重大的事情。他甚至比圣徒约翰更能吸引我。我花费整天的时间冥思苦想广告创意，希望显示出超过我现有水平的聪明才智。我到得太早了，当菲利斯最终来到接待室并叫我进去的时候，我的意志都快崩溃了，我甚至觉得会双膝一软摔倒在地。与我相反的是，她看起来就像歌剧中领舞的天使，高大、漂亮、强健，充满了活力和幽默，是一个善良诚恳的人。她把我带进她的办公室，智慧的光芒照耀在我身上就像一束来自外太空的光线。她就像朋友一样对我，尽她所能帮助我进行面试。“哦，这真有趣，”她说，“是的，唔，好的，请告诉我。”我深深陷入了对她的崇拜。

## 从这一刻开始

一星期后她雇佣了我，她是用我为国际银器公司（International Silver）的银制餐具