

公关经理 手记

陈定一 著

广东人民出版社



公关经理手记

陈定一 著

广东人民出版社



粤新登字 01 号

公关经理手记

陈定一 著

*

广东人民出版社出版发行

广州七二一五工厂印刷

厂址：广州沙河濠泉路 42 号

787×960 毫米 32 开本 5.5 印张 110,000 字

1993 年 3 月第 1 版 1993 年 3 月第 1 次印刷

印数 1—10,000 册

ISBN 7-218-01046-6/G·170

定价：3.90 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与本厂联系调换。

我的自白

(代序)



陈定一。男性。原籍浙江义乌人氏。出生于澳门镜湖医院，成长在广东省内。

孩提在战乱中渡过，发育阶段适逢国运不济，经济困难时期，风华正茂之年轻人仍精瘦无比。文化大革命期间，满腔热情，投身“革命”，人云亦云，人干亦干，结果和九亿国民一起受骗上当，大难不死，亦无后福。

修医学，从医数载，职至内科住院部医师。从未医死过人，甚至无发生过医疗事故，不是济世良医，也决非庸医之辈。可喜者，结交了数以千计的朋友，达官贵人有之，文人骚客有之，流氓地痞有之，囚犯狱官间或有之……社交极其复杂，每有“运动”，不胜其烦！此间常写文章发表，尤以戏剧作品出生率最高，一年写3个剧本：《珠江河畔不夜天》、《急诊》、《红医岗》均在省内中头奖，时值“四人帮”倒台，遂三炮而红，是为广州业余戏剧作者之佼佼。

38岁弃医从文，入作协广东分会文学院，从事专业创作。从此扯发拮据，捶胸顿足，伏案而作，写有《虾球传》（话剧）、《南北少林》（电影剧本）、《云霞》、《这里有爱情……》（电视剧）、《一个贞节的女子》（广播剧集）及报告文学、诗歌、散文一批。曾在全国及省内获奖。但从文几年，写字不过几十万，作为专业作家惶恐之至！

46岁又弃文经商，居然当起广州公关公司总经理。为国家，为集体，为自己赚了少许银两，又结交了一大批朋友，其目的，在于希望指日重返文坛，杀出一条“血路”。能否如愿以偿，不得而知。

虽屡被忠告，仍嗜烟如命，每日40支量级。常与人谈及，酷爱文学如上烟瘾，抽烟未必有益，戒则难矣。

目 录

我的自白(代序).....	1
---------------	---

公关经理手记

京华漫语.....	3
两弃辩.....	6
广告人语.....	8
斗室畅想曲	10
开幕志庆何必如临大敌?	12
假如买主不是新闻机构?	14
年轻的美容师	16
邀请嘉宾的幽默	18
“猫煲”的生意经	20
病榻随想录	22
专家人仕途	24
天涯一歌女 梨花带泪看	26
大上海的“的士”和空调费	28
北京早茶和“阿静粤菜馆”	30
西安的小吃夜市	32
海南行	34

仲夏好养鱼	37
养龟	39
悲壮·矛盾·呐喊	41
他在朗朗明月中消逝.....	
——忆秦牧	43

文章有价人无价

麦克风启示录——一个女播音主持人的故事	49
沈小岑篇(生活 情感 淬火)	59
阿静——在北京的广东人	69
壮心不已——和孙道临在一起的日子	84
三十一年刀和血	89

有偿文学

古老的石湾、古老的酒.....	97
-----------------	----

电视文学

这里有爱情.....	103
------------	-----

别人的话

滚滚红尘与陈定一	杨干华 143
----------------	---------

一哥	伊 始	147
陈定一印象	欧阳翎	153
陈定一的“三学”	余松岩	155
广州有个陈定一	张乐人	162
反弹五条汉子.....		166
后记.....		168

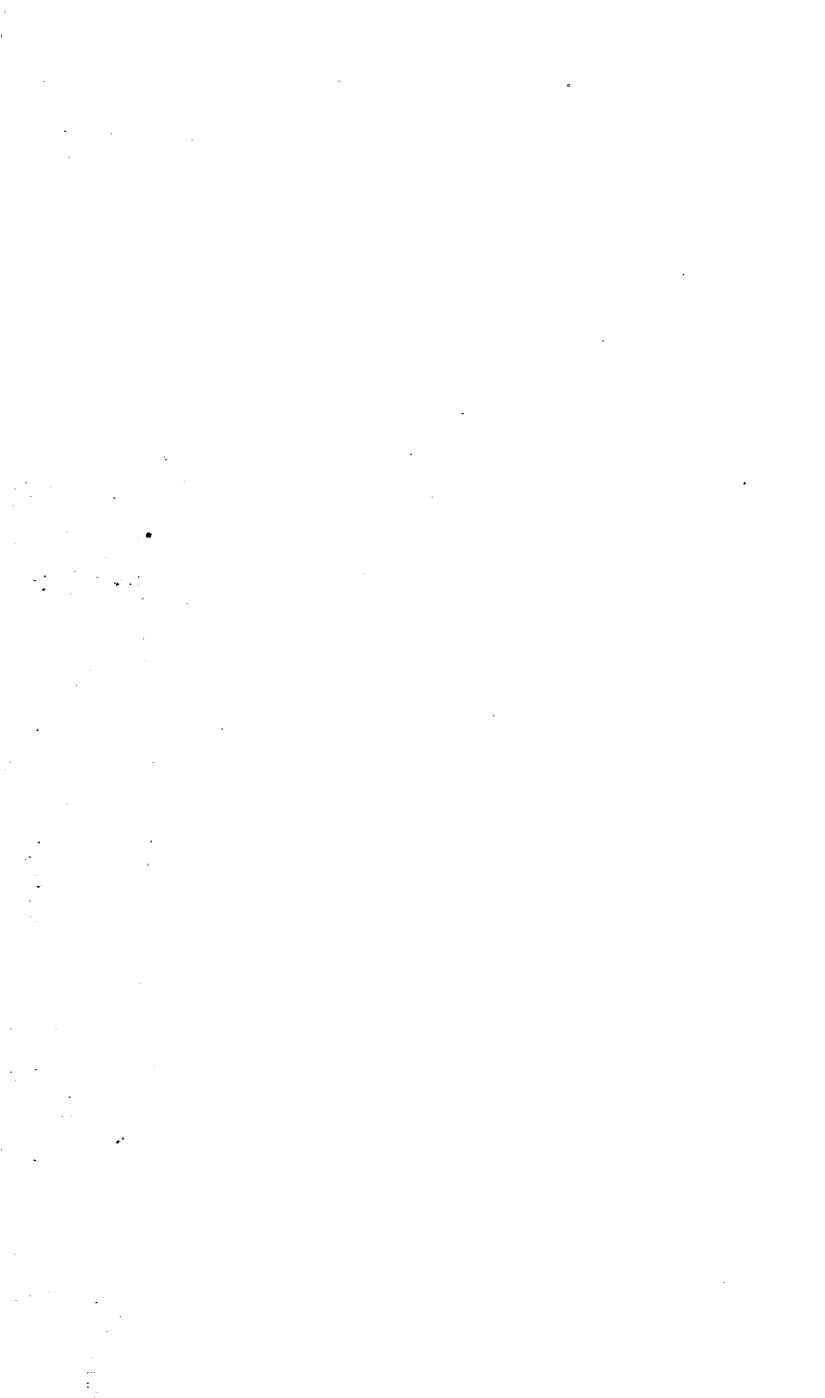
公关经理手记

一个健全的公共关系机构，大致上由三种人组成：撰稿人、设计师、推销员。

公关经理未必都是大作家，但起码要能写出文章来。

我属于“能写出文章来”一族。





京 华 漫 语

深秋。夜。

驱车进京城。凭经验，此时应该是人迹杳杳、店铺关门的时候了。但这次却大跌眼镜（判断错了），长安街头竟然车水马龙，游人如鲫，店铺也张灯营业！从天安门广场极目南望，赫然立着几座霓虹灯广告，很有点洋味儿。

这次进京是为佛山一家燃气用具厂举办新闻发布会，公务倥偬，不敢疏懒。入住以后即速速寻觅用饭处，一看表已经9点半，入住饭店的餐厅早已打烊，在北京晚上找饭吃历来是一件难事。看来难免有挨饿之苦了！负责接待的北京朋友，见我们几位老广在餐厅门口惶惶然，笑着说：“没事儿，东面有一家吃广东菜的馆子营业到凌晨2点，在北京名气大着哩！”

这家老乡菜馆坐落在一条窄得两个人也难以通过的小巷里，宝号叫“阿静粤菜馆”。据说有一位阿静姑娘当老板而得此芳名。店铺由几间民房改装而成，保持了广州大排档的固有特色，还特地邀请了几位广东籍女侍应，虽相貌平平但笑容可掬。店内鸠鸠之声不绝于耳，粗野中带几分特有的乡土情。菜式大概相当于广州中等大排档水准。要价还算合理，盐焗鸡（足有2斤）卖40元；

南乳猪脚煲卖 8 元；梅菜扣肉卖 8 元；支竹焖鲩鱼（1 条）卖 20 元……但蒸咸鱼却贵得出奇，不足 2 两卖 13 元，而且不放姜，腥得可以！

这次新闻发布会要请几位中央有关部门的领导参加，有幸跑了国务院的几个部，印象最深的是轻工部。机关设在阜成门外礼士路的一座旧楼房里，和中国大多数的轻工业产品一样，显然是没有经过精心包装的。晋见手续十分简便，给传达室老大爷验过证件，稍事登记程序，即可登堂入室。这一点倒比地方政府更加开明。部长开会去了，我们在不到 15 平方米的部长秘书办公室见到了部长的秘书小刘，人很热情，讲的都是哥们儿话。从全国轻工业发展宏观状况到佛山燃气热水器微观信息，都了如指掌，对广东轻工产品的质量和款式印象俱佳。认为广货是靠得住的。老广在京有这份殊荣，实感欣慰！小刘秘书的衣着特别令笔者惊讶：恤衫、牛仔裤、运动鞋（而且是名牌货），这一点是先前无法想象的。

请几位在京新闻界的朋友吃饭，《经济日报》小马（后来才知道是老作家马烽的公子）领的路，假座北京城众说纷纭的神仙豆花村。最可喜的是邂逅了豆花村的老板（总经理）刘则智女士。据说此人际遇坎坷，轶事连城，是一位典型环境的典型人物。一经接触，果然名不虚传。刘女士是四川人氏，个人承包了日坛饭庄，向银行贷款 700 万元装修了一座上万平方米四川菜馆，盈利几百万元，大概是北京最大的个体户了。饭庄装修极具中国西南特色，有充满川味的农家厅、粗犷憨厚的猎户

厅、沸沸扬扬的年俗厅、豪华典雅的唐宫厅，还有婚俗厅、面谱厅、道教厅……在这里，除了品尝一顿地道的四川麻辣之外，更令人满足的是领略了一番中国传统饮食文化风貌，这种感受是难以在金碧辉煌的五星级酒店体会得到的。难怪外国人来到这里常常流连忘返，饭庄的名气也就不胫而走，蜚声海外。吃客自然就乐于解囊了！当然，神仙豆花村菜价绝对地昂贵，一位外国客人，不放下两三百块是难以走出豆花村的。但对中国人，特别是文化人，却又另有一种收费标准。刘老板戏谑地说，豆花村的经营原则是“大刀向鬼子们的头上砍去……”一个愿砍，一个愿挨，何乐不为。

新闻发布会在人民大会堂广东厅举行。据大会堂的管理人员说，广东厅无论设计、装修、设备在大会堂是数一数二的。关山月的山水中堂、林墉的壁画、苏华的泼墨字，使人置身于一个暖融融、热烘烘的环境里，尽管当时北京气温是零下5度，但在广东厅，到会的人仍然可以强烈地感受到祖国南疆的热带风情。

老广进京，必有教益。君以为然否？

两 弃 辩

10年前，弃医从文，顿起赞誉声一片。事关从俄国的契柯夫到中国的鲁迅、郭沫若都是先前拿听诊器后来成为大作家的。一不小心走上这条老路。

10年后又弃文从商，悄悄然当了个公关公司总经理。（个中原委非数万言不能述清，故略。）上任不到两年，就非短流长，微词者众。罪过无非一条：既想登艺术殿堂就不该投“方孔”兄地狱。

从文从商在短暂的人生历程仅是惊鸿一瞥。何况从商未必就臭；从文也难免堕落。换个环境，说不定以后再爬上几十万个格子，成为一个“小不点”的作家也未可预料。

我崇尚公关事业也是由从文而起。其间多出少归，有便结识各阶层人士、达官贵人、文人骚客、医生、司机、猪肉佬（卖猪肉的）……除了搜集资料好做锦绣文章之外，渐渐也悟出一条道理：无论哪一层次的人，大抵都有一个希望自己在群体中表现得美好或较为美好的心愿，反之则易招损。个人是这样，社会机构也是这样，于是便产生了当今的公共关系学。无论是政府机关、社会团体、企业机构、事业单位统统都面临着一个提高自己知名度的问题；一个需要把内部情况告之公众，增进他

人对自己了解的问题。于是乎，就越来越迫切地认识到需要举办一些宣传广告所不能替代的社会公关活动。要有一个专门从事（或者包办）这类活动的机构。这，便是当今的公共关系公司。

常常有人问，公关公司是做什么买卖的？我每戏言曰：敝公司专门包办一些贵部门虽然也能办妥、但甚费精力，又耗钱财的大事体。我们可以为您省力、慳钱（省钱）。帮衬我何乐不为？

简而赅之，我甘心情愿探索着一门在中国尚属处女地的事业。成败得失，概不顾及，大不了再弃它一弃。

广 告 人 语

和一位从事广告 10 多年，年纪不及 40 岁的朋友谈了两个钟头话，我觉得已经胜读 10 年书了。

这是他的语录：

……广告不是艺术，但一个好的广告往往是一个完美的艺术品；

广告充满夸张，不夸张不成为广告，不夸张是没有人要看的广告，而广告的精粹是诚实，只有诚实才能使人信服；

虚伪是广告的大敌；

一条广告语倘若能为厂家赚几千万，这条广告语的造价应该是几百万；

一条广告语倘若令厂家亏本，建议广告人选择一个较为舒服的办法去忏悔；

在信息时代，广告像海洋，好的广告像浪花一样教人留下深刻的印象，否则随时被淹没……

广告的对象是消费者，特别是潜在的消费者，绝对不是艺术鉴赏家，如果一条广告艺术鉴赏家拍手叫好，而产品卖不出去，广告费最好请艺术鉴赏家去付；

懂文学，懂戏剧，懂音乐，懂美术，懂风俗，懂经济，懂政治……然后懂广告；

一个好的厂商，必然是广告人的朋友，和广告人为敌，等于把自己的事业视为敌人；

一个好的广告人，不要埋怨厂家的挑剔、挖苦、刁难，这并不因为他出了钱叫你唯命是从，事关只有他最关注你的创作成败，你的成功，也是他的成功；

人们常常咒骂广告浪费了他的宝贵光阴，但还是一个劲地看，咒骂是不会断绝的，一旦没有咒骂，广告恐怕也寿终正寝了……

广告是什么？广告就是广告，哪只“广而告之”那么简单？！

……

在这里，顺便宣告一个私人秘密：鄙人今年（1992年）已超过40岁。