

蓝太阳

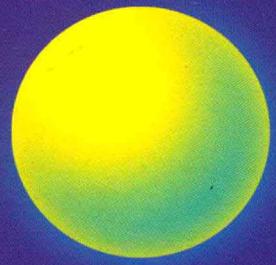
中国首部影像志异文学

骆英 著



人与狐的悱恻缠绵 · · ·

作家出版社



人与狐的悱恻缠绵……

蓝狐

骆英
著

作家出版社

图书在版编目(C I P)数据

蓝太阳 / 骆英著. - 北京: 作家出版社, 2005.9

ISBN 7 -5063-3438-0

I . 蓝... II . 骆... III . ① 短篇小说—中国—当代
② 摄影集—中国—现代 IV . ① I247.7 ② J421

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 111890 号

蓝太阳

作者: 骆英

责任编辑: 那耘

装帧设计: 山水堂品牌传播机构

版式设计: 山水堂品牌传播机构

出版发行: 作家出版社

社址: 北京农展馆南里 10 号 邮编: 100026

电话传真: 86-10-65930756 (出版发行部)

86-10-65004079 (总编室)

86-10-65389299 (邮购部)

E-mail: wrtspub@public.bta.net.cn

<http://www.zuojiaochubanshe.com>

印刷: 北京盛通彩色印刷有限公司

开本: 787 x 1092 1/16

字数: 15 千

印张: 9.5

印数: 10000 册

版次: 2005 年 9 月第 1 版

印次: 2005 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-5063-3438-0

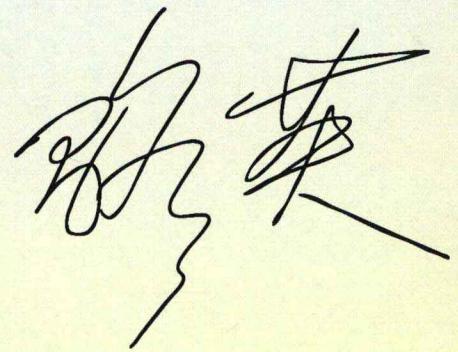
定价: 38.00 元



作家版图书, 版权所有, 侵权必究。

作家版图书, 印装错误可随时退换。

2005年4月28日——30日于纽约、华盛顿草稿 5月7日于旧金山定稿



蓝太阳职员表

中国首部影像志异文学

蓝太阳

总统筹：李红雨

装帧设计：山水堂品牌传播机构

原著：骆英

摄影：正黑 (black100)

企划 / 监制：山水堂品牌传播机构

主要演员：

蓝媚：储兰兰

黄衫：聂玫

小妮子：郑玥

美学统筹：马达飞

影像创作统筹：刁择明

影像剧本导演：刘冬

副导演：小安

摄影：岩熔黑 老三

化妆：冬阳

平面美术总监：可望







京城十月了，自然秋寒渐生。

一个细雨密布的夜幕里，凄凉竟像一张挣不脱的丝网，不着形迹地把我禁锢在一阵莫名的哀怨中。心情抑郁，理所应当泡酒吧。独自饮醉，夜半终须还家。近11点，我在大钟寺城铁站旁等着末班车。

靠着灯柱，身心冰冷，腹中酒许是过盛，较着劲要窜上来。夜风呢，裹着雨帘卷过站台，不紧不慢，不强不弱，让人的心恼火而无奈。张眼四望，那灯影中的高楼竟似乎在晃动。

这城也醉得不轻了。



其实，在这京城刨食谋生了12年，从心底上从未感到温暖，但又没有志气离城而去。说也可悲可笑，虽然我在一家有点头脸的地产营销公司任策划总监，但单身的日子难熬，挣的不如花的多，日子越过越没意思。人穷志短，钱少情淡，女友们总是一个个来，又一个个去，天长日久，也就自惭形秽，把男女情爱看得淡了。

也是，我虽然有点傲骨，但心中清楚得很，与这城里各处工地上的民工一样，我说大了，也只是个卖脑袋的打工仔，整个一个为城里人的现代化生活添砖加瓦，其中的酸涩，心中自然有数得很。

这不，近日我又不幸陷入“到底是活着还是死去”，这是个值得考虑的问题中了。







半年前，大钟寺国际广场项目亮相京城，是北京市60项重大工程之一，在三环内，位于海淀中关村，是一个极其叫红的商业项目。

这项目出台后，偏偏北京市又出了个白皮书，说是今后控制商业项目，三环内不再审批大型商业项目了。

海淀本缺商业，如此一来，这项目的营销策划任务就自然迷住了所有地产营销策划公司的眼。恃着我在行内的头牌名声，我的公司还算入围前列。但那业主老板奇牛无比，看着项目热眼，上与众多世界500强零售企业耍横，下面腿不饶人，一连踢飞了不下10家营销策划公司。

一半天，我的公司老板急得团团转，手指头又抖又抽筋，天天赌咒发誓地向菩萨许愿，我看着都替他心哭。

DAZHONGDIAO
INTERNATIONAL PLAZA
大钟寺国际广场





也是，想使钱吧，人家业主是混迹京城的地产商，目前热销的“长河湾”住宅项目一号难求。送个十万八万的，肯定会让那老板手下一顿嘴巴扇晕了算；使美女招吧，那老板又好歹有京城地产诗人一说，还张罗着登山探险，眼下的酷他都有份。一句话，早已是莺环燕绕，等闲，近不得身，出了情欲之外了。

 中坤大厦
ZHONGKUN PLAZA

長河灣

——
都市里的新村庄







另一面说，本公司惟一有沉鱼落雁之貌的小妮子早被我的心神不定、放荡不羁所迷醉，人人都说中了我的欲擒故纵计。

许是想得多，我的公司老板想前想后，也没敢把小妮子推上阵，怕的是惹恼了我，不玩活了，这档业务抢到手里也做不了。





其实，我的公司最后能把活拿到手，也并没有怎样不堪入耳，丑不可言。

在终于安排了的项目创意展示会上，我先推出了三种方案，诱得大家眼花耳鸣。

然后，我又痴痴癫癫地一一否定，还捎带批驳了我的公司老板几句，更正了业务方面的几个常识性的错误。

总之，我的意思是，经过分析，我感到此项目占尽天时地利，非同一般，终会从设计理念到经营模式影响今后京城的商业格局。传统的营销策划方案对不上位。

我的话讲完，会场无人吭气，在我喝水的功夫，那业主老板一双小眼眨巴几下，然后又眯得看不清缝，慢慢地表示了兴趣，同意我把这创意深化。