

第二十三章

广告业：

推动内地参与国际经济发展的新力量

从广泛的意义上来说，中国有数千年的广告历史。但是，若论现代市场经济条件下的广告产业，内地却仅有 20 多年的发展经历。不过，时间虽短，但发展之快却令人惊叹：在二十四五年内，广告市场比率已增长 1 万多倍！这种发展速度实在举世无双。

1/ 巨大的增长空间

内地改革开放前，由于是计划经济，厂家生产的产品直接交给国家商业部门，再按计划把商品分配到老百姓手中。老百姓对商品品牌并没有选择的权利；厂家不需要直接面对消费者，也就没有做广告的必要。随着内地经济转轨、市场经济逐渐形成及商业竞争日趋激烈，广告业遂应运而生，并迅速发展起来。内地商业广告的重新出现是在 1979 年，当年广告经营额仅 1000 万元；到 2003 年已攀升至 1078.68 亿元，成为美国、日本、德国之后全球第四大广告市场。然而，其广告经营额仅占 GDP 的 0.92%，而欧美发达国家的比率已经接近 3%。

相比之下，内地广告经营额占 GDP 的比重还很低，仍有巨大的拓展空间。随着内地经济的高速发展，以及加入 WTO 后对服务贸易限制的进一步放宽，今后内地广告市场的规模将会越来越大。根据业界预期，从现在起到 2010 年数年间，内地广告营业额将会有 3 倍的增长空间，达到 2600 亿元。届时可能超越德国和日本，成为仅次于美国的全球第二大广告市场。

2/ 发展特点与弱点

内地广告业及其市场发展状况有以下一些特点：

发展区域不平衡

2003 年，沿海地区广告营业额占内地广告营业总额的 79.49%，而西部地区仅占总额的 9.75%。另外，广告营业额八成来自北京、广东、上海、江苏、浙江、山东、天津、四川、辽宁、福建，其余两成来自其他 20 个省份，反映了内地广告业发展不均衡状态。

四大媒介广告营业额所占比例较大

2003 年，内地广告营业总额为 1078.68 亿元，其中电视、报纸、广播及杂志四大媒介占了广告总营业额一半以上；而作为第五大媒介的互联网，呈现快速发展形势，营业额达到 10.8 亿元，较 2002 年增长 120%。

广告大幅增加

2003 年，内地各行业的广告都有明显增长。其中，房地产广告创新高，达到 159.15 亿元，增幅达到 56.97%，占广告总额的 14.75%。药品、食品、家用电器生产行业仍是广告大户，分别达到 127.48 亿元、100.37 亿元及 88 亿元。

广告商及从业人员日益增加

由于经济持续高速发展、市场进一步开放、消费更旺盛及竞争更激烈，内地广告公司保持快速增长。广告媒介为了提高广告营业额，积极寻求并欢迎广告代理，造成广告专业服务需求不断增长，吸引更多人投身广告业，令广告业日益蓬勃。

由于内地对广告的理解与海外有相当程度上的差异，所以对广告的形式和内容亦因而有着严格的管理和规范。境外广告商须理解内地的道德风尚和意识形态与境外有别，并明白若要拓展内地市场，首先要清楚掌握两项与广告有关的重要法律：《广告法》及《消费者权益保护法》。其次，亦要了解内地的政治制度及其标志、内地少数民族的风俗习惯、佛教和回教等宗教的一些仪式或禁忌，以及暗含或使人联想到侮辱、伤害内地民族感情的情节或因素，并在广告设计与制作上适当处理。

内地广告业 20 多年来虽然快速成长，创造了一个奇迹，但其发展史毕竟仍短，业内还存在着一些明显的不足：

广告运作模式落伍

目前内地广告公司的服务水平不高，仅为中介人角色，业务重点主要在媒体及客户关系上，欠缺专业广告服务的技能。内地广告业必须向全方位、多元化、整合现代广告运作模式转变，并在专业化分工协作的基础上，实现全行业效益的提升。

追求短期效益

内地的广告商一般都热衷于找明星做广告，认为这是宣传产品的最佳方式。然而，这种热衷于追求短期经营效益的做法，并不利于内地广告业的长远发展。

广告从业员整体素质有待提高

目前内地广告从业员有 87 万人，大致分为四类：完全外行、刚毕业的学生；具有一定传媒经验，但没有广告策划及经营能力的前新闻记者；从事广告业时间较长，却缺乏专业知识的资深人员；原本从事影视、美术、摄影等领域的专业人员。然而，随着外资广告业的进入，逐渐为内地培养了一批具有国际视野和创意的广告人才。不少曾在外商广告公司工作的内地从业员都自立门户创业，成为内地广告业的新秀。

缺乏提供全面优质服务的能力

现代广告业追求科技、信息、智力的整合效益服务；内地广告业必须转变为主动超前、具可持续发展策略眼光的智力型服务，才能立足这个国际竞争地。

3/ 境外“广告人”商机乍现

根据加入 WTO 的承诺，以及内地工商行政管理总局 2004 年 4 月做出的规定，外资可拥有中外合营广告企业的多数股权，但股权比例最高不得超过 70%。从 2005 年 12 月 10 日起，内地将允许设立外资独资广告子公司。目前，根据《外商投资广告企业管理规定》，外商投资广告企业经批准可以经营设计、制作、发布、代理国内外各类广告业务。其中，设立中外合营广告企业的双方应是成立并运营两年以上、经营广告业务的企业；设立外资广告企业的投资者应是成立并运营 3 年以上、以经营广告业务为主的企业；申请设立分支机构的外资广告企业，年广告营业额不得低于 2000 万元。此外，为了促进香港、澳门与内地建立更紧密的经贸关系，自 2004 年 1 月 1 日起，允许香港和澳门的服务提供者在内地设立独资广告公司。面对前景一片光明的内地广告市场，伴随而来的是日趋激烈的竞争。

随着越来越多的外国品牌进入内地，全球性的广告集团接踵而至。目前，全球前 10 名广告公司已全部在内地设立合资公司。在与欧美、日本广告巨头的角逐中，香港广告商拓展内地市场具有相当的优势和专长。首先，CEPA 为香港广告商打开了内地市场的大门；其次是香港经过多年发展，已培养出为数不少的专业人才，他们所提供的专业服务，均为高素质与高效率，为众多国家和地区广泛认可和接受，加上语言、文化和地域上的优势，港商在广告领域较欧美、亚洲等其他国家和地区的竞争对手占有明显的优势。

在内地，广告在经济建设和社会生活中的地位和作用越来越重要，已成为内地经济发展的“晴雨表”、精神文明程度的“风向标”以及市场经济体制完善程度的“度量计”。内地是一个新兴的广告市场，经济的发展将会带来 3000 多亿元的市场容量，经营前景无可限量。有志在这个新领域发展的专业人士及投资者，除了要眼光独到外，更要智勇双全。

专访 新世界中国实业项目有限公司董事总经理 纪文凤

愈来愈多人注重个人形象，不少国家也委派专人建立合适的形象，以增强其在世界经济、政治、社会及文化舞台上的竞争力。作者王英伟（以下简称“王”）和吴明林（以下简称“吴”）于 2002 年 10 月 27 日在电台节目里，与曾在香港广告界叱咤风云的女强人纪文凤（以下简称“纪”）畅谈她在香港及内地两个市场的不同体验：

透过公关推广活动回馈社会

吴：这个节目邀请一些长时间闯荡内地市场的嘉宾来分享他们的经验，这次的嘉宾是纪文凤。大家一定不（会感到）陌生，她是新世界中国实业项目有限公司的董事总经理。

王：Leonie(即纪文凤)，我不知道该怎么形容她。

吴：我认识她时，她还是广告界的。

王：她（曾经）是广告公关界的女强人。现在是中国的投资专家，她曾任“香港明天更好基金”的首任行政总裁，为香港回归做了很多事。所以，在我的印象中，一想到纪文凤，就想到“女强人”三个字。

吴：我觉得她像（一）个推动事情发展的火车头，永远有无尽的精力去推动发展。

王：Leonie 在香港做公关、广告很成功，为什么最近 10 年会转向内地闯荡呢？

纪：大家好！严格地说，我根本没有脱离广告、公关或者宣传这个行业。1995 年我卖掉我的股份，去了“香港明天更好基金”，其实是希望回馈社会。我经常希望做一个 country image program（国家形象推广计划）。1992 年我曾（经）帮助北京申办奥运（进行推广），那时我希望中国能在全世界树立更好的形象。1995 年香港回归前，外国对香港失去信心，抱着怀疑（的）态度，我希望用那两年时间为香港做点事情，因为香港给了我很多。

吴：为一个地方或者国家做一些形象的建立和巩固，也是公关及推广。

纪：当我离开“香港明天更好基金”时，是想休息半年的，谁知（道）10 月 23 日金融风暴，我自己也是负资产（哈哈！），所以只能乖乖地去工作。但我还是想为国家做点事情。我前半生为外国跨国企业做广告宣传，建立品牌。希望我的下半生为中国建立品牌，做好企业形象、营销技巧以及 Corporate Governance（公司管治），以及提高竞争力。

在香港站不住脚才去内地？

王：你很早就进入内地，当年做 4A 广告时已有中国公司(客户)。你看这 10 多年中国在公关广告方面的进展如何？由当初的没有、不熟悉，到现在水平如何？

纪：说到广告，（20 世纪）30 年代的上海，广告是很蓬勃的，但到了新中国时期，广告变成资本主义的技巧，不容许用广告的手法，计划经济也不需要市场经济的技巧。我在 1987 年因为有客户需要到国内做一些广告。1992 年以前我很怕回内地，因为联合声明之后，我曾帮中华总商会给一些从内地来的干部上课。当时我常说香港的成功是“多劳多得多享受”。谢师宴祝酒时很多干部就来和我说这句（话）。不过有些人也提醒我小心后面那句——“多享受”。

（哈哈！）1983 年至 1986 年，有（一）场反精神污染运动，我很担心回归之后会废了“武功”，我还能做什么。所以 1987 年就想去（内地）看看。1991 年我去了加拿大做了 4 天移民，但因为受不了做二等公民，想回来看看国内情况如何，于是提出要办一家广告公司。

那时，香港人有个错觉，认为回内地工作的人不优秀，是因为在香港站不住脚才去内地的。我去开（办）公司的时候，没有同事愿意去，首先，他们不愿意离开香港。

吴：那时香港好赚钱，1997 年以前谁愿意离开香港？

王：我也有这种感觉。1992年时，我刚离开政府部门，到内地做生意，我很多朋友都不理解，觉得我(曾)在政府做高官，香港又有这么多跨国企业，可以在香港过得很舒服，为什么要去内地，是不是因为在香港找不到工作才去内地？10年后，很多人要扪心自问自己是否有足够的能耐到内地去，公司是否会选中我？真是时移世易，变化很大。

香港管理人才与海归派及土生土长内地人的比较

吴：纪文凤，现在是不是只有公司的顶尖人才能被派到内地去？

纪：必须是人才。现在内地也有很多人才，青年总裁协会曾内部讨论过，以前叫50年不变，希望香港的青年才俊能带动国内的人，但其实国内有很多海归派，他们积累了一定的海外经验。这些人相对会嫩一些，但至少他们可以作为中西文化的一座桥梁。如果外国公司派他们到内地，他们对中国国情的了解比香港人更多。

吴：那你怎么比较这三类人才呢？一是海归派，从海外留学念完硕士、博士回国的一批人，他们有很多的人脉关系，对中国也比较了解，这是香港人所不具备的；二是很多在国外读过书的香港人，他们认识香港及西方的做事方法，然后到国内发展；三是国内土生土长的顶尖人才，如北大、清华、交大等（毕业）出来的人。

纪：我觉得香港人还有一个优势，我们不能放弃的，就是现代管理（方式）。这点国内还不懂，国内的优秀人才也好、海归派也好，很多没有现代管理（的经验）。香港还要坚持的一点就是廉洁，如果能把这点带入内地的话，应该能帮助国家的发展。

吴：廉洁推而广之就是企业管治。

王：我个人认为，香港的管理人员还有一个优势，即我们对系统、制度的坚持。因为在内地，包括海归派，他们很容易接受国情，因为太了解中国的情况了，所以一遇到问题就会推说：国情本如此。他们会妥协，但香港人在质量的追求上要求很高，如ISO 9000，这点对于帮助中国走向世界会有很大贡献。

纪：但我觉得，比如说贪污，有授、受两方，我在内地10年，我可以很骄傲地说，我从来没有贿赂过别人。有人会问，你怎么开展工作？我只是走得艰苦、漫长一些，但重要的是走得正。可能也是因为我每次都遇到贵人，通常比较高层的人都有心帮助中国发展，反而层层下来，层次越低的越贪。所以大家也说中国现在面临4个危机：官僚主义、形式主义、贪污、贫富悬殊。这4个危机让人担心。

吴：要解决这四大危机，就要讲制度，讲管理。

王：我也深有体会。香港人有时有个错觉，认为中国人很贪。我和 Leonie 的经验很相似，我从开始已经坚持不走歪路，也提醒同事。最重要的是做到“半夜敲门也不怕”。因为你不知道政府什么时候会查，等查到你的时候就很麻烦。而且我相信物以类聚，如果今天我打出招牌，像纪文凤一样，我不贿赂，那肯和我做生意的人就是一些真心想做事的人，想从中贪污的人自然消失，也不会到我这里，变成一个自然筛选的过程。

纪：我还有一个优势，我做过廉政公署。虽然时间很短，11个月。但我到内地去，都开门见山地说，我曾做过廉政公署，让听的人自己去想。起码亮出招牌，没有人再排队（等贿赂）。

吴：第一，给不胜给；第二，不给的话，底气足，基础扎实，生意是靠实力拿回来的。香港人一直相信制度，而我们的优势也在制度上，正因为有制度，我们才不需贪污、洗黑钱。

冀助中国早日与世界接轨

王：我相信 Leonie 在内地所做的很多事，都在帮助中国与世界接轨的。无论是形象设计，还是坚持不贪污、贿赂这一点。Leonie，你觉得中国还需做什么，才能真正与世界接轨？

纪：在这家公司，老板做了一件好事。我进入公司后，每年帮新世界送 12 名 35~45 岁的政府官员去美国哈佛的 Kennedy School of Government（甘乃迪政府学院）读公共管理。已经 5 年了，我们（挑）选的都是些第五、第六梯队的年轻干部。课程有三类：短期、4 个月及 1 年课程。因为我从前做“明天更好基金”时发现，外国人尤其是美国人，对中国很不了解，而中国的官员由于英语不过关，也很难与外国人沟通，所以大家之间容易产生误会。我和中组部、外专局一起组织，要政府每年派 12 个人到那里，分 6 次，两人一批。希望他们能有 Integration and Participation（融入当地，参与活动），Networking（建立人际网络），当时基辛格要到 Kennedy School of Government 去教学，因为他希望全世界最有政治前途的明日之星都来上课。第一，他能影响这些人，第二，他可以成为这批人的朋友，建立 Network（人际网络）。我觉得中国也需要这种 Network。现在已经进行了 5 年。第一年我们要求他们闭门进行 1 个月的英语培训。现在新的一批，英语已经很不错（了），不需要再接受英语强化培训。他们很高兴，回来能邀请一些美国的议会成员、州长之类的到中国来，这些人有些也是足不出国门的。1 个邀请 10 个，希望对国际互谅互让及和平上有促进，也帮助中国早日与世界接轨。

吴：人有时也是这样的。即使读很多书，也不如到国外去待两三个星期。亲身经历是不同的。通过这些关系又可以邀请政治人物到中国参观，亲身看看中国。

纪：他们以前很喜欢 30 个人一批，带 1 个翻译。

吴：现在以私人交往（的性质），很可能就住在哈佛同学的家里。

纪：是的。

吴：以前 30 个人的团体，很大程度上是群体活动，连行车也有人开路。

纪：但这样就没办法交朋友。我希望他们可以交朋友，让更多的人来认识中国。

王：我自己也在 Kennedy School of Government（肯尼迪政府学院）读了 1 年，在国外读书，最大的得益不是上课，而是和一群志同道合、智力水平很高的人平常的谈话，开阔视野，每个人会带来不同的看法。在一年的过程中，每天晚上你都可以和其他国家第四、第五梯队的人，那些有机会发展的人沟通。我的同学当中有的已经做了大使，有的当了新加坡的部长，有的是巴基斯坦的高级官员。

吴：人总是有点自负，比如你还没（有走）进这个学院时，你会认为事情就应该是这样看的。和他们交谈以后，你才发现原来（还）有另外的五六七种角度，这是不关涉道德的高低，在他的文化背景下自然产生的角度，你不能说他（是）对还是错，（他的看法）是适合他的国情的。于是会让你觉得天外有天、人外有人。

纪：香港人的优势就是双文化、双语言，我们要两边通。当国内人不是都懂（得）英语的时候，全世界都想到中国的时候，我们的中介地位非常重要，但糟糕的是现在（香港）的年轻人，中文说得不好，英文也说得不好。如果能在这方面强化，在文化方面交替考虑，帮外国人与中国人协调，多认识中国国情，可能会是一个突破。

吴：香港的强项就是利用我们制度的优势，对法治的坚持，做中介的角色。

香港须保持大都会特色以维持优势

王：还有一点，Leonie 刚才也有提到，就是香港人的创意。香港人的创意是无限的。Leonie 很厉害，她的“哪止汽水这么简单”（一个饮料广告的广告语）的创意很厉害。Leonie，在这方面，你觉得我们的年轻人有哪些发挥的余地？

纪：如香港的唱片业，国内的歌星怎么包装也还是差了一点，来到香港则大红大紫，有点石成金的技巧。韩国，我现在很喜欢韩国的国民精神。韩流也可以袭港，以前从来没有听说过韩国片好看的。香港在这方面也不应落后，香港(影)片以前在亚洲是首屈一指的，日本、韩国都被我们征服，现在反倒来征服我们了。

王：为什么现在日本潮流、韩国潮流如此盛行？香港潮流到哪里去了？

纪：我觉得是因为没有创意，还有部分优秀的影视界人士到好莱坞去了。香港目前的剧本也写得不好，我觉得我们自己应该检讨一下。

吴：市场大，投资就可以多些。英语为主的电影可以行销全世界，投资也数以千万计。

纪：也不是，以前无线（电视）的剧集很好的，即使到很多移民的地方，大家也看录像带，像《射雕英雄传》。但现在问题在于我们拍不出好的剧集，像《还珠格格》《雍正王朝》都是国内制作的，香港的位置何在？我们应该检讨一下。

王：其中一个原因，是不是我们很多优秀的人都跑到内地去了，你就是一个例子。

纪：我还是在香港的。我的身、根都在香港。

王：但你未来事业的发展，在内地的时间会比在香港多。

纪：我其实是听董伯伯（即香港行政长官董建华）的话：香港好，中国好；中国好，香港好。所以我觉得要香港好，中国要保持经济稳定，香港作为一个城市才能好。香港人还要检讨的一点就是，我们现在像霸王别姬，香港是霸王身边的美女，但已 40 出头，徐娘半老。而内地的美女越来越多，上海、北京、南京、哈尔滨、青岛，美女如云。如果我们不继续以前自强不息的精神、积极向上的态度，我们一定会落后。

吴：我觉得（在）一国两制（的大前提下），香港所做的贡献，是用香港的优势将中国带到现代的国际舞台上，与世界接轨。两位的看法如何？

王：香港如果没有国际大都会的特色，我们对中国的贡献很有限，因为如果一个中等城市来说，香港五六百万人，在国内多得是，没有特色和贡献，很难要求国家的特殊照顾，香港将来要走的路一定是与国家紧密相连的。香港如何成为一个服务中心、一座桥梁、一个创意的中心，才是香港真正要投入精力去做好的。

吴：也是中国未来发展的路向。

纪：作为香港人，自己也需要有更多的远见和危机感。我常常在外面跑，我一直认为上海是很有机会影响香港的，虽然大家说两者不要做比较，但现在香港人去上海都觉得很开心，觉得上海很有活力。上海是欣欣向荣的，回到香港看到消费力低，看到一些负面消息，我觉得香港应在内部作调整，使之更有活力、更繁荣。

吴：最后问你一个问题，在内地闯了 10 年，你的感受如何？

纪：觉得越来越好。当然也有顾虑。他们的进步之快，超出我的想象。以前觉得 50 年不变，香港可以慢慢等内地在后面追赶，现在发现这个差距缩小得很快，这 5 年很明显。

吴：如果是龟兔赛跑，这只龟发狂力在追赶。

纪：她是电子龟。

王：她是兔，香港才是龟。

吴：谢谢纪文凤！

注：纪文凤女士是新世界中国实业项目有限公司董事总经理、云南省政协委员，负责投资国内企业，引进国际策略性伙伴，营销及管理。纪文凤原为资深广告人，于 1978 年与美国 Grey Advertising 合作成立香港精英广告公司，另于 1992 年扩展到国内，与北京中信国安集团成立精信广告公司，任公司主席至 1995 年，后加入“香港明天更好基金”为行政总裁(1995 年至 1997 年)，致力在海外宣传及促进境外人士对香港的信心。曾于 1977 年加入香港廉政公署，负责广告宣传，推广“肃贪倡廉”的工作。