

## 紀文鳳： 廣告界的火鳳凰

曠晨

80年代，紀文鳳已經是香港廣告界屈指可數的風雲人物，成為香港女中豪傑。

90年代，紀文鳳的大名遠揚國內外廣告界，成為廣告界開放的一朵絢麗之花。

憑著堅毅的創作精神，1992年在祖國內地成立精信廣告公司，接著又先后在內地成立三家廣告公司，成為中國名居第二位的廣告合資公司，不僅為公司創出高效益，而且為祖國內地廣告業的發展起到了良好的推進作用。

### 意外的選擇

紀文鳳打開記憶大門，讓思緒隨風飛舞。

其實她大學畢業後的志願是想當教師，並且申請做助理教育官，已經被政府錄取，但要到那年的9月才開課。空著3個月時間覺得無聊，於是她又野心勃勃地投出一封封求職信，想找一份對社會貢獻更大，自己更喜愛的職業，沒曾想過處處碰壁。

空閒無事可做，忽然想起編輯大學特刊時，去過廣告公司取稿，推開廣告公司的大門的一剎那，她是那麼驚喜，多姿多彩的廣告世界強烈地吸引了她。於是，紀文鳳靈感再現，一口氣寄出六封信給廣告公司，想再試試運氣，反正在家閒著也是閒著。

這時，他遇上了謝宏中這位廣告界富有傳奇色彩的人物，也從此改變了她的命運。

1972年謝宏中與當時的印刷業奇才Patrick Chung合作，創辦恆美廣告公司，除了致力於廣告事業，還涉足家具業。

當時紀文鳳就是跑到謝宏中手下的格爾廣告公司去應聘的。在70年代，格爾廣告公司是香港最大、最具權威的外資廣告公司。

謝宏中接見了她，讓她寫出幾份中文稿件。沒想到三天後紀文鳳接到一份委任書，職位是廣告撰稿員。

對廣告一竅不通的紀文鳳頗感驚喜，廣告界繽紛的色彩牽起她的情緒，儘管她以為他們請堂堂的大學生是來抄稿的，還是懷著好奇心走進了廣告界的大門。

現在只要問到她是如何闖進廣告界的，紀文鳳總會笑著告訴你：“我當初甚至不知道廣告撰稿員是干什么的，我還以為他們聘請我是因為寫得一手漂亮的中文呢！”

轉眼3個月過去了，紀文鳳完全可以辭去工作，專心去做她的教師。但謝宏中在3個月的工作中發現，紀文鳳是一個有前途的中文撰稿員，於是百般挽留，并用高薪引誘，紀文鳳本人在短期的工作中對廣告一知半解，但感覺很好，便留了下來，從此真正開始了她全情投入的廣告生涯。

### 一炮打響

1939年，羅祥開辦起香港豆品公司，專門以豆奶取代牛奶，于是有了著名的“維他奶”。後來該廠在戰亂期間停開了一段時間。1953年重新開張，正式用汽水瓶并加荷蘭水蓋上市。羅祥生產的“維他奶”主要是以營養價值取勝，所以用的廣告標語是“飲維他奶，更高、更強、更健美”。這條標語一用就是十年。進入70年代，各種汽水闖進香港市場，“維他奶”雖仍以汽水方式出售，卻給人一個健康飲品的印象，比較守舊，不受年青人歡迎。1975年，市務經理羅友禮、廣告經理王中正向羅祥提出請廣告公司設計廣告的建議，目的是為“維他奶”尋找一個嶄新的形象，以使它東山再起。

其時紀文鳳正在威雅廣告公司工作，接受了為廣告撰稿的任務。當時，紀文鳳常說一句口頭禪：“唔唔簡單！”（意為：我不簡單！）于是靈機一動，為“維他奶”寫出一句標語：“唔只汽水簡單！”（不單是汽水那麼簡單！）

在作廣告歌時請了廠家揮作曲，黃云填詞，黃云地提出一個建議，將“唔只”改為“點只”，用廣東話唱起來響亮有力，充滿生氣。

憑著一句“點只汽水簡單”，在競爭激烈的廣告界，紀文鳳名聲鶴起。由於她孜孜不倦，對工作全情投入和熱愛，她事業的發展從一個高峰走向另一個高峰。

### 視繁忙為樂事

紀文鳳天生的廣告天賦及後天的刻苦勤力，孜孜不倦對工作的全情投入和熱愛，使她妙語連珠，不僅在香港獲得獎項，同時獲取了國際廣告獎項，很快在競爭劇烈的香港廣告界站穩腳跟，成為香港廣告界的紅人。她所創作的成功廣告包括：金裝雲絲頓、維他奶、藍罐曲奇、特醇軒尼詩、大家樂、玉泉汽水、楊協成飲品等等。

她的生活節奏一向是緊湊的，總有做不完的事情，聽不完的電話以及停不了的會議。與許多人不同的是她熱愛這種繁忙的工作，把工作看成是生命中的一大樂趣。

有一段時間，她的辦公室對面是另一家廣告公司，從窗口就可以看到對面的工作情形。晚上，她與同事一起徹夜加班，捱盡腦汁去完成一份計劃書，累得實在頂不住了，抬起頭來，就會看到對面仍然燈火通明。這樣便激勵她抖擻精神，不敢怠慢。

她說：“我們兢兢業業，但總是自我安慰，我又比別人多了1/3的人生。”辛苦是很辛苦，但她總是以此為樂事。

### 放棄與重新追求

紀文鳳在廣告業工作7年，正當春風得意之時，忽然做出一項決定，改行加入香港廉政公署ICA工作。

紀文鳳任廉政公署的高級宣傳主任，後被調派協助許鞍華拍攝ICAC片集，做執行監制，忙於拍攝工作，日夜顛倒，過了一段既緊張繁忙，又刺激新鮮的日子。

但是，終因和她的理想有距離，僅僅干了10個多月，她便辭職不干了，結束了原以為可以“肅禽僑廉”，可以過著白領麗人有規律、拿工資的生活。

告別短命的廉政公署工作，紀文鳳似乎明白了廣告工作對她人生的意義，從此不再移情別戀，重新投入廣告世界的懷抱。

於是，她成為一家新廣告公司——精英廣告公司中的五位董事及創辦人之一，也是精英五人組合中唯一的女性。

1978年7月，精英廣告公司創建，全體同仁齊心合力，在如火如荼的廣告界打出漂亮的勝仗，終於成為香港廣告界巨首。

紀文鳳回憶從前：“當初公司一名客戶也沒有，可以說是由零開始，半年後，美國GREY（葛瑞廣告公司）找我們商討合作。葛瑞廣告公司是紐約規模最大的廣告公司，當時世界排名第九位。以往，該公司在每個國家或地區拓展業務，都會與當地的廣告公司合作。而精英廣告是新成立的廣告公司，許多廣告客戶都曾懷疑我們的領力可以支持多久，如果有一位國際伙伴，便會如虎添翼。同樣，對進軍本港的葛瑞來說，合作也是好事一樁，有幾位能力精明的當地人協助，將會起到事半功倍的作用。在各有各的算盤、各有各的密謀中，葛瑞終於購入精英的股權，成為PEOPLE \* GREY”。

美國葛瑞廣告公司是一家大型的國際化策略公司，它的加入對剛剛起步的精英廣告公司向多元化、國際化發展起到很大促進作用。果然，合作以後，精英業務飛速發展，一路捷報，連連打響漂亮戰役。

數年間，精英擠身香港十大廣告公司行列。

紀文鳳爽朗地笑著說：“我記得1979年代表精英到紐約出席聯管公司會議時，人家一見到我，劈頭第一句就問我懂不懂打字和速記，我自說不懂，豈料因此而被邀離場。待我表明身分後，他們才半信半疑地勉強接受一位女性與其他幾十位男性同室開會！”

### 風風火火闖內地

1991年，紀文鳳再也按捺不住心中藏著的計劃，不顧合伙人葛瑞廣告總公司對她進軍內地決策的冷淡反映，毅然前往中國內地開辦精信廣告公司。

紀文鳳回想最早在內地開展廣告業務的狀況時說：“很多人仍認為廣告是一種消費，要內地接納廣告這個概念並不容易。可以說，找每一個客戶都要不辭勞苦地干，其間實在是耐性的考驗。”

精信廣告公司建立的第一年，營業額僅有2000萬元，但它的發展勢頭卻十分可喜，經過一年的探索，1993年初，紀文鳳選擇了中國開放前沿陣地——廣州，在廣州世界貿易中心開設了第二家分公司，緊隨其後第三家廣告公司于1994年初在上海虹橋區成立。內地廣告市場雖仍處起步階段，但紀文鳳胸懷大志，決心在中國樹立起精信的形象。

精信廣告做出了自己的品味，客戶與日俱增，相信國內消費者對這些廣告都不會陌生，例如：英美煙草、中美史克的“康泰克”、潘婷洗髮水等等，這些產品在人們心中的地位提高，不能不說廣告發揮了巨大作用。

印証了紀文鳳所言：“社會繁榮加快，生活質素提高，在這個過程中，廣告扮演了一個重要角色。”

（編輯 爾東）

《時代潮》（2001年第十九期）

 到BBS交流

 寫信談感想

關閉窗口