

# 紀文鳳 吳文芳 電台談廣告哲學 找正向嘉賓同探香港新出路

上世紀七十年代以來，香港曾出現過許多膾炙人口的經典廣告語，維他奶的「點止汽水咁簡單」、生命麵包的「熱愛生命」、港鐵的「唔好意思」系列等等，堪稱一代人的集體回憶。簡單一句廣告詞，緣何得以家喻戶曉？其實，無論是廣告界還是其他行業背後，都蘊藏着無限的哲學意念。香港電台就於早前開播節目《乜都有哲學》，由資深廣告人吳文芳、紀文鳳擔任主持，與不同領域的嘉賓對談，從他們的人生經歷中尋找工作、處世的哲學，試圖為香港的未來找到一絲靈感。

● 採：香港文匯報記者 張岳悅、黃依江  
攝：香港文匯報記者

開播至今，《乜都有哲學》已迎來謝宏中、勞雙恩，未來還將有陳幼堅、劉小康、倫潔瑩等嘉賓，從嘉賓陣容已可窺見節目內容的多元性。而節目的萌生，緣起於身兼主持、嘉賓二職的紀文鳳，與香港電台中文台台長何重恩的一次會面，紀文鳳回憶道：「當時提及今年是我入行50周年，因一路走來有很多經驗心得，想到不如做一個節目叫做『半世紀廣告人』。」既然廣告人的故事可以照見許多處世哲理，為何不與更多不同界別人士分享他們的人生哲學？在吳文芳建議下，節目主題由「廣告」轉向「哲學」，自此打開了別開生面的視野。

### 34年後「再續前緣」

吳文芳早於1987年在紀文鳳公司就職，兩人曾短暫做過3個月同事。在他新書《癮》的末尾，還珍藏着34年前他決定辭職時，紀文鳳寫給他的「挽留信」，稱他可以隨時回來，薪資任他決定，幾時返工收工都隨他心意，惜才之心瀰漫字裏行間。紀文鳳獲贈書籍後見到該信驚喜又感動，而從吳文芳離開廣告行業後豐盛的人生經歷中，她發覺這位人才依然寶刀未老，於是決定邀請他一同參與節目策劃：「他仍很有創意，心中有『火』，仍想做很多事，所以我說你不如再做得多一樣好了，電影、電視你都做過，唯獨未做過電台，今次讓你做主持！」兩人的「再聚」，也令紀文鳳對人生況味有了更深感知：「做節目前我也思考過自己有何人生哲學，我覺得自己的人生裏有很多必然和偶然，比如我們曾經本應做長遠的同事，這是必然；但後來未做到，而這緣分在34年後因為做節目而再續，這是偶然。」

### 過去經驗照亮前路

加入策劃後，吳文芳決定將節目名定為《乜都有哲學》，並專程為節目設計LOGO，他覺得哲學其實並不像大眾所認為的那樣遙遠。1992年，他離開創意總監的職位去開廣告製作公司，身份的轉變起初令他不習慣：「廣告是一個很主觀的行業，但做製作就變成很客觀的事，你要用有限的資金、時間，做出最佳的效果，主見背後又有很多被動，是很矛盾的。所以你必須要有自己的見解，甚至哲學的想法。」反觀當下，他覺得香港目前很需要找回屬於自己的能量，找到一條更好的路，比起自亂陣腳，不如回來時路，反思昔日輝煌的成因，不同行業、從業者的過去經驗之中，其實都有很多養分可以汲取。而除了要令觀眾明曉哲學無處不在，還要讓他們相信哲學並不難懂。為此，吳文芳也為節目設計了一個相對深入淺出的形式，他戲稱節目形式如同一個「漢堡包」，開頭邀請小朋友講一些他創作的或趣味或勵志的故事，故事與之後展開的嘉賓對談的主題也頗有關係，最後再以他的總結收尾，帶出主持與嘉賓做人處事的態度。他笑說：「我對嘉賓的了解可能僅有三成，還需要朋友幫手做一些資料搜集工作。另外，我要訓練自己像一個真正的主持，控制節目時間，說一些『現在又到了聽歌的時間』這樣類似的話，這些都令我感到緊張。」

吳文芳為這個節目付出的心機有目共睹，節目總監張璧賢也對他的熱忱讚不絕口：「Wilde（吳文芳）非常投入，是真的很有熱忱和好奇心，不僅是把這當作一份工作來做。希望觀眾可以從這個節目架構中，了解到不同界別人士是如何在工作中貫徹自己的人生哲學的。」

### 商業品牌不再着重本地廣告

資深廣告人猶活躍在業界，優秀廣告新人同樣輩出，緣何如過去般簡潔明了又令人印象深刻的經典廣告愈來愈少？對此，紀文鳳認為，比起上世紀七十年代，如今的香港廣告業已風光不再，而且已遠遠落後於內地廣告傳媒行業的發展。「這些年來廣告從靠文字傳播，到靠圖像傳播，再到現在靠更加多樣化的媒介，以KOL、網紅帶貨等形式在互聯網上傳播，而香港廣告業對傳播形式的變革、互聯網的威力卻後知後覺。」因此，愈來愈多的客戶不再立足於本地，轉將資金投放內地，導致本地廣告行業愈發少有大筆投資，去打造擲地有聲的經典廣告。「其實我們要承認，內地進步比我們快，『滿招損，謙受益』，香港也是一樣。」她說。

紀文鳳回憶起1996年曾接受勞雙恩訪問，那時自己就提示他如想要在廣告業大展拳腳，還是必須北上發展：「那時我就說，將來的廣告市場是屬於內地的，無論是人口、投資預算，香港都比不上。」時光荏苒，勞雙恩已成為享譽香港及內地的廣告大師。她也提及，做這樣一個節目，其實也是希望香港的廣告行業有所反思，自強不息，「若問到什麼是香港人獨有的哲學，我想就是這四個字——自強不息，代表着獅子山下的精神。」

或許就如節目介紹中所寫的這句話：「香港永遠是一個充滿韌力的傳奇之地！香港也都有！以前係，嘍家係，將來都係！」



● 吳文芳首次做電台主持，為節目精心策劃。



● 紀文鳳（左）與吳文芳34年後因節目「再續前緣」。

## 廣告人倡用軟手法 塑造中國形象

早前習近平主席在主持學習會議上強調，講好中國故事，傳播好中國聲音，展示真實、立體、全面的中國，是加強中國國際傳播能力建設的重要任務，又指出要展示真實、立體、全面的中國，努力塑造可信、可愛、可敬的中國形象。那應該如何塑造中國形象？記者不由請教兩位資深廣告人。

「我一直想做關於國家形象的廣告。」原來紀文鳳早於1992年開始進入內地發展，正遇上北京第一次主辦奧運會，她的廣告公司當時拿下了800萬元的宣傳推廣項目，可惜由於與美國總公司利益衝突等原因，她最終無法以公司的名義來接這個項目。於是，她決定自己義務助北京申奧，奔波於北京、香港兩地，和北京負責申奧的團隊一起努力。「雖然那時不成功，但已經看到了國家的發展、改變，以及不足之處，也得到了學習的機會。我們現在需要做的，是用軟性的手法塑造一個進步而文明的形象。我傾向於一手硬一手軟，用軟實力、軟手法輸出，如使用電影等文化輸出的方式，先確定重點和主題，再用一些公關手段去包裝，使人更容易接受，也使全世界了解中國。」她說。

吳文芳篤定地表示這件事「當然有得做」，但同時坦言自己需要更長時間去觀察和了解，才有信心給出方案。



● 吳文芳新書講述廣告背後的秘密，書中附錄印有連結他與紀文鳳的信件。



● 紀文鳳稱「自強不息」是香港人獨有的哲學。

### 籲年輕人初出茅廬要「抵得諗」

訪問中，紀文鳳與吳文芳分別談起自己的人生座右銘。紀文鳳稱自己的座右銘是「見好就收」，「當我最終去到一个沒辦法再進步的高峰，那時就會說再見，因為我不想看到自己落山。」由此延伸，她笑稱所以節目做到20多集就可以收工了，在高峰時刻戛然而止，確是很多人做不到的豁達。

與紀文鳳的直截了當不同，吳文芳反而慢條斯理地講述了一個自己在泰國芭堤雅酒店閱讀英文佛經的故事。「與中文版相比，英文版佛經反而更容易理解，我還記得裏面有一

句這樣的話：Smart people know how to calculate, wise man refuse to calculate, 即是說『聰明的人懂得如何去計數，而有智慧的人拒絕去計較』。的確，如果整天都在計較，那生活就不會太寫意，不會感到快樂。」

由此聯想到吳文芳於中環威靈頓街街邊開設的一人圖書館，小小的鐵皮屋，蘊含着他對發年輕人在書本中找到自由人生哲學的寄望，又的確足夠寫意。

關於「計數和計較」的話題，紀文鳳同樣提出了自己的看法：「所以我經常告訴年輕人，第一份工作要『抵得諗』，什麼都去做，什麼都去學。那時的價錢不重要，學到很多東西才重要，有人肯教你就等於賺到了錢。」



▲ 左起：紀文鳳、嘉賓陳幼堅、吳文芳。香港電台提供



▶ 左起：嘉賓倫潔瑩與紀文鳳、吳文芳在錄音室。香港電台提供



▲ 左起：張璧賢、紀文鳳與吳文芳講述節目趣事。



▶ 吳文芳在威靈頓街開設一人圖書館「先書後贏」，邀紀文鳳在此合影。香港電台提供