

# 江苏睢宁县政府到北京登悬疑广告

有人认为创意挺好,也有人质疑这个贫困县在作秀  
当地官员称:“我们是为了招商引资,做广告不是发达地区的专利”

## ●支持:能提高地方知名度

在这个连续刊登的“悬疑广告”中,每一期都是加粗加大的“睢”字和大片的留白,还有几个互动性的问题,很吸引读者。

“这个字你熟悉吗?”第一个问题就难倒了许多读者。“huái? jū? qiáo?”很多人猜测着这个字的读音,但都不正确。更多读者专门查字典或者上网搜索,才知道其正确读音是“suī”,进而了解江苏睢宁。大多数读者对这个广告的形式表示“很有趣”,有人在广告刊登第一天便拨打了上面的电话。也有人在谜底揭晓后感慨地说:“这回肯定忘不了睢字和睢宁了。”

9日,中国人民大学公共管理学院教授毛寿龙认为,该广告对提高当地的知名度、吸引投资商将起到积极作用。这一系列广告不是形象广告,而是一种信息发布。“比一些大规模的形式主义活动,比如找专家或投资商吃喝玩乐一把,要好得多。”



## ●反对:不值得特别推介

这个广告春节前后先在温州、福州等地的媒体上出现,3月份甚至“登陆”北京。其中,2月份在温州连续刊登广告后,睢宁县政府3天接到2000多个热线电话,而县政府网站的点击量日增2700次。

昨日22时,记者打开睢宁县政府网站,当时网站首页右下角显示,当天已有47935位浏览者。

对此,中国人民大学舆论研究所所长喻国明对此广告形式持否定态度。他认为,这种广告与党报上的政府形象广告没有本质区别,“只是手法巧妙了一点,兼顾了市场和商业的功能,而不是像过去一样赤裸裸地为自己贴‘光荣榜’”。

喻国明表示,这种形式的广告比较少时,也许会有效果,但“如果这种广告蔚然成风,各地竞相模仿的话,可能就会出现‘问题’”。

喻国明还称:“它不值得特别推介。中国人还是要拿出自己的创意,即使要宣传自己,也要变换手法和花样,显现出各地不同的智慧。”

“睢”“睢!”“睢!”  
“睢宁”——有关“睢”字的城市广告近日在全国很火。江苏睢宁县委、县政府在都市类报纸上连续刊登悬疑广告,将该县的一连串招商电话公之于众,其中包括县委书记和县长的手机。3月9日,睢宁县委书记王天琦表示,希望以这样的形式宣传城市品牌,服务招商引资。该广告已在全国引起热议,有读者为广告的传播效果叫好,称“这回不会忘记睢字和睢宁了”;有广告业内人士说,创意独特,足够吸引眼球;也有人表示质疑,“一个贫困县花钱做广告就是作秀”;还有传播学教授认为,这与经常见诸党报的政府形象广告没有本质区别,“不值得推介”。



这个系列广告从“睢”字一步步引出“睢宁”

## ■观点

### 宣传有效便是成功

全国人大代表朱雪芹

我是睢宁人。我觉得这种方式非常好。

以前我出门打工也好,包括后来当人大代表,很多人都会问我哪里人。我说是睢宁人,但很少人知道这个地方在哪里,睢字应该怎么读怎么写。一个地方要发展,首先要让大家知道。这次的广告,我觉得很新颖,也很有创意。我不觉得这是作秀,每个地方有每个地方的宣传方式,睢宁通过这种方法达到了有效的宣传,就是成功的。

## ■对话

### “不要把作秀妖魔化”

9日,记者对话睢宁县委书记王天琦,他详细了解了广告出炉的过程,称广告着眼于招商引资,“做广告不是发达地区的专利”。

#### 【创意由来】

“大家不认识睢,我们很尴尬”

记者:为什么会想到用这种广告形式?

王天琦:我们每年都会有大型招商会,但效果并不是特别好,所以我们想改变方式。要想让别人来投资,首先要让别人了解睢宁。

记者:是不认识这个字,还是不知道这个县?

王天琦:有压根儿不知道这个县的,也有不认识这个字的。大家读什么的都有,这是个很尴尬的事情。

记者:广告的形式很有趣,从一个字引出一个城市,这个创意是谁提出的?

王天琦:大的框架是我提出来的。我想既然大家都不认识这个字,那就从这个字出发。

#### 【外地投放】

“效果很好,提供了一个软性话题”

记者:在北京做广告之前,还到了哪些城市?

王天琦:我们在温州、台州、福州3个地方都投放了,效果很好。

记者:可以说一下具体的效果吗?

王天琦:我们发现这个广告提供了一个软性的话题。一见面就说招商,显得很生硬。而睢字怎么念这样一个广告,让企业家觉得很新颖,就愿意和我们聊。

#### 【两会抵京】

“这时投放能事半功倍”

记者:选择两会期间在北京推出这样的广告,是出于怎样的考虑?

王天琦:第一,两会人才荟萃,有相当一部分人大代表和政协委员是很有名的企业家,我们想在这个时候引起他们的关注;第二,两会期间也是媒体最受关注的时候,这时投放能事半功倍。

记者:有没有考虑过这样容易引起质疑?

王天琦:开始确实有这个顾虑。不过,我觉得不要把作秀这个词妖魔化。作秀实际上是一种表演,如果我们的表演能够带来愉悦,能够让我们的城市更多地被别人了解,那也不是坏事。

记者:现在达到了吗?

王天琦:我的手机上接到了很多信息,有很多人在和我们深入地谈合作的事,我很高兴。

#### 【期望目标】

“让人知道就好”

记者:政府做自己的形象推广,比较常见的方式是在党报上做政绩广告,但这次你们的方式似乎不常见,你觉得两者有什么不同?

王天琦:我们这次推广不选择党报,并不是我们不信任党报,而是我们研究了企业家的阅读习惯。做广告是一个花钱的事,我们投放之前肯定要调研一番。

记者:这次广告最想达到什么样的目标?

王天琦:城市品牌的推介是一个长期工程,一次广告很难说出个具体目标。比如睢宁,就像一个养在深闺的美少女,我们这一次能够让大家都知道江苏有个美少女,就很好了。

#### 【回应质疑】

“穷人就不能征婚了?”

记者:睢宁属于贫困县,花钱去做城市形象广告,不怕引起质疑?

王天琦:我们经常会遇到这样的事。我觉得人要自信,一个城市也要自信。就好像说,我穷,我就不能发征婚启事了吗?做广告不是发达地区的专利。我们欠发达,做广告才能吸引更多的人来合作,才能更好地发展。

记者:当地百姓怎么看此事?

王天琦:大家很认可这种宣传方式。我们今后还会有一系列的方式来推广我们的城市。

据《新京报》

# 中凯启动专项资金,助力大学生就业

求职市场中应届毕业生的头头攒动和金融危机下的就业形势,一冷一热正在形成鲜明对比。面对这一形势,国家及各地政府已经出台了一系列针对性措施,本次政协会议一号提案也剑指就业。与此同时,一些具备社会责任感的企业也开始行动起来。

3月3日,中凯企业集团积极响应国家号召,宣布成立“09年大学生就业(业主子女)专项资金”以帮助高校毕业生顺利就业。

中凯企业集团董事长边华才表示,作为一个有社会责任感的企业公民,中凯致力于服务社会,贡献社会,他同时呼吁更多的企业加入到这个行列中来,共同应对就业难问题。在这一形势下,中凯企业集团在中国企业公民委员会的监督下启动“中凯企业集团09年大学生就业(业主子女)专项资金”计划,旨在引发全社会都行动起来解决毕业生就业难题。

该计划显示,从即日起到2010年3月31日止,2009届高校毕业生中尚未就业的中凯集团各地开发项目的签约业主或业主子女,可申请该“专项资金”,在申请成功并



与用人单位签约后,该用人单位可领取中凯资助的专项就业资金最高达5万元。

对此,中国房地产协会副秘书长何琦表示,在当前严峻的就业形势下,需要有责任

感的企业积极行动,中凯集团的该举动对房地产行业更好的承担企业社会责任起到了很好的引领作用。

中国企业公民委员会副会长兼总干事

刘卫华表示,中凯的行动为企业响应国家号召,帮助大学生就业打开了新思路,非常时期更需要呼吁更多的企业担当起企业公民责任。

郑州中凯置业作为中凯集团在郑州地区的开发单位,董事长杨凡也于日前表示,只要是与中凯签约的业主及业主子女,且是2009年全国教委核定批准成立的正规大专院校的应届毕业生,大专(含大专)以上学历人员均可申请。

据了解,中凯企业集团视企业社会责任作为通向企业可持续发展的重要途径,已经连续三年蝉联中国企业公民的荣誉称号。一直以来,中凯都积极投身于教育和公益事业,自集团成立至今累计投入金额达7700多万元。此次启动“专项资金”计划,不仅是响应国家关于积极解决就业问题的号召,更是作为一个企业公民,履行社会责任的自觉行动。边华才同时呼吁更多的企业能够积极参与进来,共同应对就业难的问题。

张露露