

# 丑小鸭 The Ugly Duckling

奥美的创意观点



由谭启明和奥美公司重述的一个关于创造的警世故事

 龙媒广告选书

# 丑小鸭

奥美的创意观点

谭启明  
奥美公司 著  
何 辉 译

由谭启明和奥美公司重述的  
一个关于创造的警世故事

中国物价出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

丑小鸭——奥美的创意观点 / 谭启明著; 何辉译. —北京: 中国物价出版社, 2003.7

ISBN 7-80155-569-4

I. 丑... II. 奥... III. 广告学 IV. F713.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 035515 号

北京市著作权合同登记号: 图字 01-2003-4102 号

书 名: 丑小鸭——奥美的创意观点

作 者: 谭启明

译 者: 何辉

责任编辑: 胡超平

出版发行: 中国物价出版社 (邮政编码: 100837)

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼

电 话: 读者服务部 68022950 发行部 68033577

经 销: 新华书店

印 刷: 北京新华印刷厂

规 格: 889 × 1194 毫米 16 开 7 印张

版 本: 2003 年 7 月第 1 版 印次: 2003 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80155-569-4/F · 407

定 价: 60.00 元

这是在世上流传最广的故事之一：是关于一只丑小鸭如何在逆境中变成美丽天鹅的温馨童话。

在中国、印度和欧洲这样古老的国度中，可以发现这一童话的许多版本；也许这些故事对我们来说，可能在第一次坐到母亲膝头的时候，就已经听过了。

然而，你是否意识到，这些美丽的故事正在微妙地影响着你，并且

使你为未来从事广告事业做好了准备？“丑小鸭的故事”如果不算是经典广告的一些或前或后的“变体”的话，那它又是什么呢？

因此，在我们向那些逝去年代中的讲故事者呈献谢意的同时，请接受这本来来自于创意总监滕头的智慧小册。这本小册子收录了许多广告，有的是“变体”前的，有的是“变体”后的。我们希望这些广告将会令您感到有趣，让您感到开心，并且对您有一定的指导意义。

唯一的规则就是没有任何规则。

这句话你可能从创意同仁那儿听过好多次了。

这就意味着你不应该创作像这本书一样的作品——因为，它们束缚了创意。但是，正如你所看到的，我们已经写了它。因此，很显然，我们并不同意上面的看法。

事实上，创作广告有很多规则可循。只不过，没有一个人愿意承认这些规则。只要你看一眼那些年度获奖作品，你就会明白这一点。那些其作品令我们仰慕不已、获年度大奖的人，在关于什么是好、什么是坏的问题上，显然有某些共同的想法。这本书，就是试图写下某些共同看法的一种尝试。

大卫·奥格威因为写一些广告规则而经常受到指责，对于那些指责，他是断然反驳的。他说，除了提供提示之外，他并没有做什么。

因此，我们也写下了一些提示。如果你愿意的话，你可以把它们看成是一些从经验中得出的法则。但是，我们热切地鼓励你打破这些“法则”中的任何一条，如果那有助于你创作出一个好广告的话。

重要的事情是：不要屈从于这些条条框框，而要汲取隐藏于其下的态度。用一句话来总结：要使你的广告更速效、更犀利、更简洁，并且更加切中要害。

记住这些，你就不会错得太离谱。

谭启明 Tham Khai Meng  
奥美广告亚太区董事长  
奥美广告亚太区创意总监

## 基本规则

|                    |    |
|--------------------|----|
| 第一课:没有人喜欢你         | 1  |
| 如何进行一次“捕截”         | 4  |
| “胎儿畸形”的问题          | 15 |
| 你需要问自己的四个基本问题      | 16 |
| 我将有满满一瓶子对于消费者的深入理解 | 22 |

## 创意 23

|                 |    |
|-----------------|----|
| 借助“特洛伊木马”       | 24 |
| 亲爱的,我没有心情       | 25 |
| 我从哪些点子中可以找到创意呢? | 32 |
| 带着它走得更远些        | 34 |

## “建构”广告 40

|                  |    |
|------------------|----|
| 一个布局的“解剖”        | 41 |
| 视觉内容             | 42 |
| 写作并且修改成更好的大标题    | 46 |
| 产品               | 54 |
| 设计               | 60 |
| 为什么文案撰写人应该“蓄意谋杀” | 62 |

## 减少元素 64

## 运用技巧 70

## 一些走向错误的岔道口 78

|                 |    |
|-----------------|----|
| 关于广告“不是什么”的只言片语 | 79 |
| 请把我们从陈词滥调中拯救出来  | 80 |

## 创新地运用媒体 82

## 最后,有些东西不是靠教出来的 88

## 后记 97

## 译后记 98

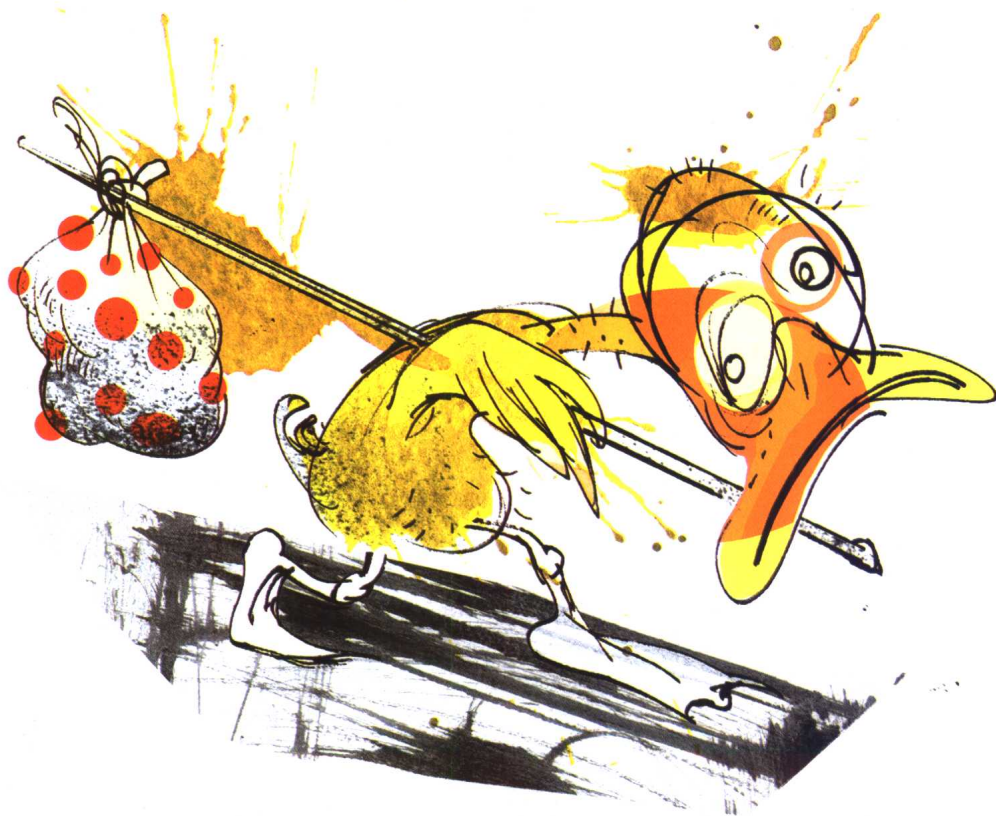
## 第一课：没有人喜欢你

抱歉,我们认为,还是在一开始就把令人倒胃口的事实提出来为好。事实上,除了你的衣食父母,没有一个人想要打开杂志寻找你的广告。人们通常并不喜欢广告。他们不想停下来去阅读它们。他们并不关心你为了创作这些广告所经历的痛苦和磨难。(但是,如果你告诉他们,他们将会大笑不已。)

此外,所有事实之中最为残酷的是,他们尤其不喜欢你们——他们认为你们是谎话连篇、胡说八道的不真诚的娱乐节目主持人。这使得我们要面对在整本书最为重要的一课。

你不能告诉任何人任何事情,如果他们并不在倾听。

如果是那样,你就得想别的办法...





一个印刷广告的平均寿命

大约只有三秒...



## 如何进行一次“捕截”

显然,你的广告要做的第一件工作是使读者停止翻页。如果做不到,就意味着失败。读者总是处在匆忙之中。他疲于谋生,广告对于他的所需来说,排在末尾的末尾。但是,要完成任务并不是毫无希望。你有一个小小的机会之窗:在读者看到你的广告和翻页前的片刻停顿之间。

什么可以让他们停下来呢?

从基本上说,是那些看上去有趣,并且和读者切身相关的东西。它们可以是一些惊悚震撼的、或者是古怪的、或者是富有戏剧性的、或者甚至可能是美丽的事物。

但是,无论什么原因,如果读者看了,并且想:“这是在干啥呢?”那么,你的脚就已经迈进成功的门槛了。



(图中的字:炸弹)





Drinking straight alcohol is the fast track to a slow death from liver cancer, kidney failure or worse. So drink smart. Insist on a mixer. And stay alive. AA Helpline 338 2791.

#### 绝对肝硬化

直接饮用烈性酒，是驶向由肝癌或肾功能衰竭引起的慢性死亡的快车道。所以，请明智地饮用烈性酒。坚持调和饮用，好好活着。紧急呼救热线 3382791。

一则饮者无名戒酒协会(Alcoholics' Anonymous)的广告，一个绝对留住读者目光的视觉表现。读者在撞破一面玻璃墙冲进去时，不会有太多的停留。富有冲击的惊悚视觉表现必须是切中要害的。但是，在这个例子中，还有什么比一片坏死的肝更富有冲击性呢？

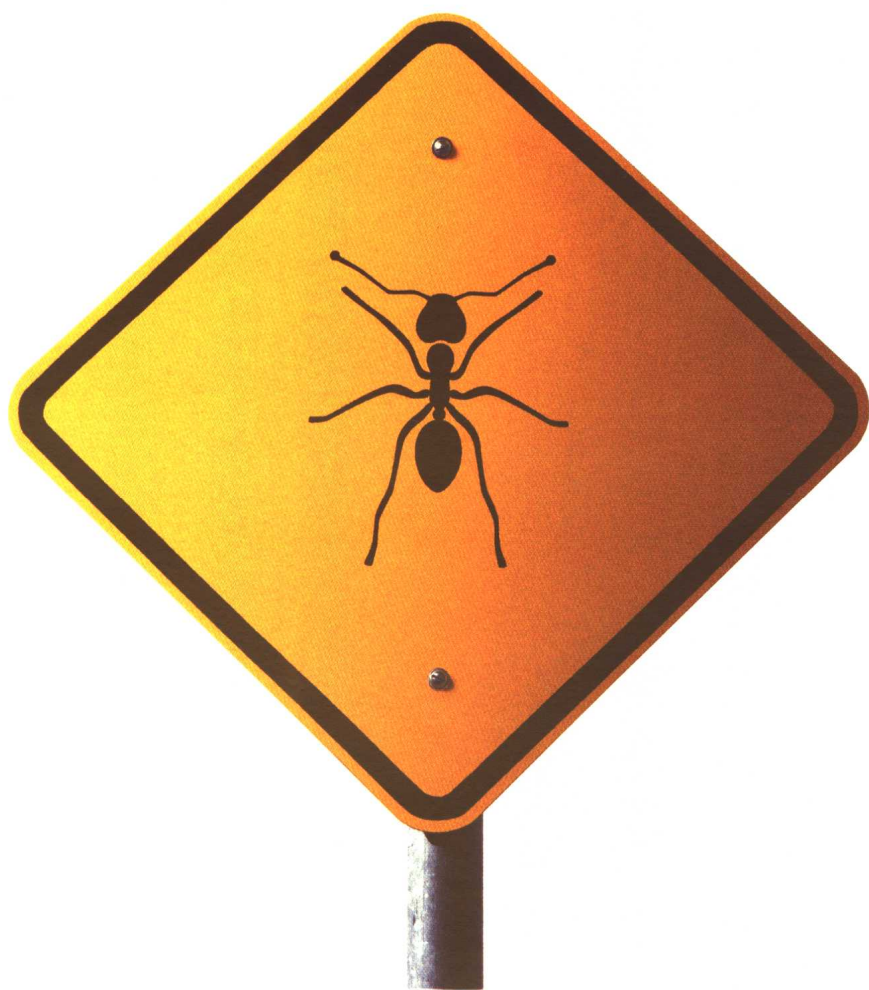
① Alcoholics' Anonymous 是一个全球性的非官方的社团性组织，在美国、加拿大等许多国家和地区都有会员，所有希望戒酒的人都可以参加。 — 译者





Ray-Ban (译者注：一种太阳镜的品牌名)

这则广告可能让许多人感到倒胃口，而这正是为什么它如此有效地让我们注目的原因：它是许多人所熟悉的在心中挥之不去的众多恐怖形象之一。



MATCHBOX

MATCHBOX (译者注：一种玩具的品牌名)

另一个例子：把诡异性和相关性相结合，从而为使读者停下来看广告提供了强有力的理由。





IMPROVE YOUR ENGLISH. We have over twenty part-time and full-time courses to help you read, write and speech (sorry, speak) correct English. Call 473 6661 for more information. ■ The British Council

警告！！  
进入一个女人是被禁止的<sup>①</sup>。  
管理员

使你的英文更好些。我们有 20 多种非全日制和全日制的课程以帮助你阅读、写作和演讲（抱歉，是“说”）正确的英语。需要更多的信息，请致电 4736661。■ 英国议会

对于翻阅者来说，刺激好奇心是另一个令其停下来的有效办法。在英国议会这个系列广告中，这种办法制造了巨大的惊愕，以至显得如此强劲有力。难道你忍得住停下来，而不去看之后将会发生什么吗？

<sup>①</sup>在这一系列的广告中，标牌上的句子（原文是英文）都是不规范的语言，它们会使语意含糊、产生歧异甚至闹出笑话。创作者以此来强调学习正确运用语言的重要性，译文也相应译出歧异和语意的含糊性。 — 译者



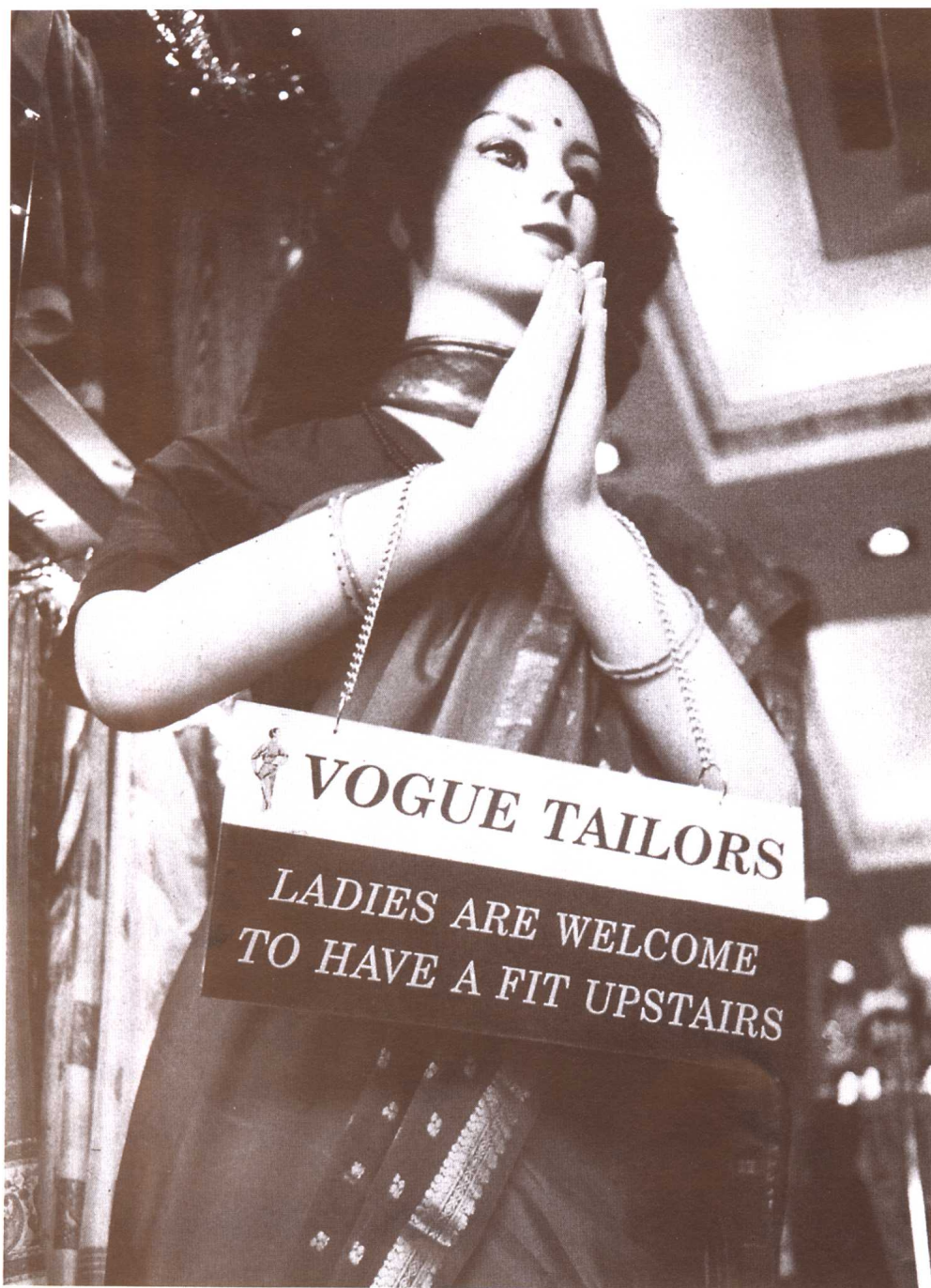
**IMPROVE YOUR ENGLISH.** We have over twenty part-time and full-time courses to help you read, write and speech (sorry, speak) correct English. Call 473 6661 for more information. ■ The British Council

告住店人  
请听任你的贵重物品留在前台。

经理

使你的英文更好些。我们有 20 多种非全日制和全日制的课程以帮助你阅读、写作和演讲（抱歉，是“说”）正确的英语。需要更多的信息，请致电 4736661。■ 英国议会





**IMPROVE YOUR ENGLISH.** We have over twenty part-time and full-time courses to help you read, write and speech (sorry, speak) correct English. Call 473 6661 for more information. 英国议会 The British Council

时尚裁缝师

女士们可随意拥有一个合适的上楼

使你的英文更好些。我们有 20 多种非全日制和全日制的课程以帮助你阅读、写作和演讲（抱歉，是“说”）正确的英语。需要更多的信息，请致电 4736661。■ 英国议会